

2020

REVISTA PORTUGUESA DE ESTUDOS REGIONAIS

PORTUGUESE REVIEW OF REGIONAL STUDIES

1º Quadrimestre | nº 53 | Avulso €15

Diretor José Cadima Ribeiro



2020

REVISTA PORTUGUESA DE ESTUDOS REGIONAIS

PORTUGUESE REVIEW OF REGIONAL STUDIES

1º Quadrimestre | nº 53 | Avulso €15

Diretor José Cadima Ribeiro



Revista Portuguesa de Estudos Regionais

Portuguese Review of Regional Studies

Nº 53, 2020, 1º Quadrimestre

Direção Editorial

José Cadima Ribeiro, Universidade do Minho

Comité Editorial

Adriano Pimpão, Universidade do Algarve

Alejandro Cardenete, Universidad Loyola
Andalucía

Ana Lúcia Sargento, Inst. Politécnico de Leiria

António Caleiro, Universidade de Évora

António Covas, Universidade do Algarve

António Figueiredo, Universidade do Porto

António Pais Antunes, Univ. de Coimbra

António Rochette Cordeiro, Univ. Coimbra

Armindo Carvalho, Universidade do Porto

Artur Rosa Pires, Universidade de Aveiro

Aurora Teixeira, Universidade do Porto

Carlos Azzoni, Universidade de São Paulo

Carlos Pimenta, Univ. Federal de Itajubá

Carmen Padín, Universidade de Vigo

Celeste Eusébio, Universidade de Aveiro

Conceição Rego, Universidade de Évora

Eduardo Anselmo de Castro, Univ. de Aveiro

Eduardo Haddad, Universidade de São Paulo

Elias Melchor-Ferrer, Universidade de Granada

Elisabeth Kastenzholz, Universidade de Aveiro

Eva Sánchez Amboage, Univ. Técnica

Particular de Loja

Fernando Perobelli, Univ. de Juiz de Fora

Francisco Carballo-Cruz, Univ. do Minho

Francisco Diniz, Univ. Trás-os-Montes e AD

Geoffrey D. Hewings, REAL e Univ. de Illinois
em Urbana-Champaign

Isabel Mota, Universidade do Porto

Iva Miranda Pires, Univ. Nova de Lisboa

João Guerreiro, Universidade do Algarve

João Leitão, Universidade da Beira Interior

João Marques, Universidade de Aveiro

João Oliveira Soares, Universidade de Lisboa

Joaquim Antunes, Inst. Politécnico de Viseu

José Freitas Santos, Inst. Politécnico do Porto

José Pedro Pontes, Universidade de Lisboa

José Reis, Universidade de Coimbra

José Silva Costa, Universidade do Porto

Laurentina Vareiro, Inst. Politécnico do Cá-
vado e do Ave

Lívia Madureira, Univ. Trás-os-Montes e AD

Manuel Brandão Alves, Univ. de Lisboa

María Magdalena Fernández, Univ. de A
Coruña

Mário Fortuna, Universidade dos Açores

Mário Rui Silva, Universidade do Porto

Miguel Marquez Paniagua, Universidad de
Extremadura

Natasa Urbancikova, Technical University
of Kosice

Nuno Ornelas Martins, Univ. Católica, Porto

Oto Hudec, Technical University of Kosice

Paula Cristina Remoaldo, Univ. do Minho

Paulo Guimarães, Universidade do Porto

Paulo Pinho, Universidade do Porto

Paulo Dias Correia, Universidade de Lisboa

Pedro Costa, ISCTE-Inst. Univ. de Lisboa

Pedro Guedes de Carvalho, Univ. Beira In-
terior

Pedro Nogueira Ramos, Univ. de Coimbra

Peter Nijkamp, Univ. Livre de Amsterdão

Regina Salvador, Universidade Nova Lisboa

Rui Nuno Baleiras, Universidade do Minho

Rui Ramos, Universidade do Minho

Sandra Saúde, Inst. Politécnico de Beja

Teresa Noronha Vaz, Univ. do Algarve

Tiago Freire, University of Canberra

Tomaz Ponce Dentinho, Univ. dos Açores

Valdir Roque Dallabrida, Univ. do Contesta-
do (Canoinhas)

Vasco Reis, Universidade de Lisboa

Xésus Pereira López, Universidade de Santi-
ago de Compostela

Xulio Pardellas de Blas, Univ. de Vigo

Indexação A Revista Portuguesa de Estudos Regionais está referenciada nas seguintes bases bibliográficas:

EconLit e bases associadas (*JEL on CD*; *e-JEL*; *Journal of Economic Literature*), *Qualis* (Brasil), e *Scopus* [Q3 (2018); SJR (2018) = 0,157; SNIP (2018) = 0,22; Cite Score (% Cited) (2018) = 0,256].

Secretariado executivo Ana Luísa Ramos

Propriedade e Edição ©APDR

Associação Portuguesa para o Desenvolvimento Regional
Universidade dos Açores, Rua Capitão João D'Ávila
9700-042 – Angra do Heroísmo
+351 295 333 329 (telef/fax) • rper.geral@gmail.com

<http://www.apdr.pt/siteRPER/index.html>

Periodicidade Quadrimestral (janeiro; maio; setembro)

Preço Avulso 15€ • Assinatura 30€ (Portugal) e 45€ (estrangeiro)

Impressão Studioprint • **Tiragem** 30 exemplares

Depósito legal 190875/03 • **ISSN** 1645-586X

ÍNDICE

- 7 Gestión del Destino Turístico: Percepción de los Impactos Sostenibles

José Ramón Cardona
Daniel Álvarez Bassi
María Dolores Sánchez-Fernández

- 23 The Best Tourism Island Destination in the World and Meaningful Experiences: A Systematic Literature Review

Soraia Garcês
Margarida Pocinho
Saul Neves de Jesus

- 35 Fatores Intensificadores da Experiência Turística: O Caso do Mercado Medieval de Óbidos, Portugal

Ricardo José Pedras Rodrigues Ribeiro
Francisco Teixeira Pinto Dias
António Sérgio Araújo de Almeida

- 55 Bacalhau, um Marcador Simbólico da Identidade Alimentar Portuguesa: Um Olhar Sobre o Território de Trás-Os-Montes e Alto Douro

Josefina Salvado
Veronika Joukes

- 69 Priorización de las Políticas Públicas de Turismo de un Destino a Partir de la Identificación de sus Ventajas y Desventajas Competitivas: El Caso de Extremadura

Luis Murillo González
Marcelino Sánchez Rivero
Juan Ignacio Rengifo Gallego

- 89 O Impacto do Metro do Porto nos Preços Imobiliários: Uma Reavaliação

João Borges Carvalho
José da Silva Costa

- 109 Agricultura Urbana em Portugal: Constrangimentos e Oportunidades Para Uma Política Pública Alimentar

Cecília Delgado

- 127 Desenvolvimento Sustentável em Moçambique 2001-2014: Evolução ou Retrocesso

Martinho Julião Maxlhaieie
Ima Célia Guimarães Vieira

Gestión del Destino Turístico: Percepción de los Impactos Sostenibles

Management of the Tourist Destination: Perception of the Sustainable Impacts

José Ramón Cardona

josramcardona@gmail.es

Profesor de la Escuela Universitaria de Turismo del Consell Insular de Ibiza,
Universitat de les Illes Balears, España

Daniel Álvarez Bassi

dalvarez@ucu.edu.uy

Coordinador del Centro de Investigaciones en Marketing y Turismo,
Universidad Católica del Uruguay, Uruguay

María Dolores Sánchez-Fernández*

msanchezf@udc.es

Profesora Contratada Doctora de Organización de Empresas,
Universidade da Coruña, España

Resumen/ Abstract

El objetivo de este estudio es determinar si los diversos tipos de impactos sostenibles percibidos (económicos, socioculturales y ambientales) tienen un efecto causal distinto sobre las variables dependientes planteadas: "actitud general hacia el turismo" y "actitud hacia el turismo tradicional (sol y playa)". Los datos utilizados para el análisis causal están formados por una muestra de 420 residentes de la conurbación de Maldonado-Punta del Este (Uruguay). El análisis de los datos se ha llevado a cabo a través de regresión de Mínimos Cuadrados Parciales (PLS). Los resultados indican que las principales variables explicativas de las actitudes hacia el turismo son los beneficios económicos y los cambios socioculturales negativos, destacando los beneficios económicos por su importancia y nivel de significación.

Palabras clave: Percepción, Actitud, Residente, Punta del Este.

The objective of this study is to determine whether the various types of perceived sustainable impacts (economic, sociocultural and environmental) have a different causal effect on the dependent variables raised: "General attitude towards tourism" and "Attitude towards traditional tourism (sun and beach)". The data used for the causal analysis are formed by a sample of 420 residents of Maldonado-Punta del Este conurbation (Uruguay). The analysis of the data has been carried out through Partial Least Squares (PLS) regression. The results indicate that the main explanatory variables of attitudes towards tourism are economic benefits and negative socio-cultural changes, highlighting the economic benefits due to their importance and level of significance.

Keywords: Perception, Attitude, Resident, Punta del Este.

Código JEL: C38, C88, L83, Z32

JEL code: C38, C88, L83, Z32

1. INTRODUCCIÓN

El turismo depende de las actitudes de los residentes, siendo esencial el apoyo de la población local para el desarrollo turístico (Fredline, Deery y Jago, 2013; Ritchie y Inkari, 2006; Sharpley, 2014; Stylidis y Terzidou, 2014; Tovar y Lockwood, 2008; Vargas, Plaza y Porras, 2009; Zhang, Inbakaran y Jackson, 2006). Por tanto, los gestores públicos y los empresarios deben tener en cuenta a la comunidad local si desean lograr un turismo sostenible y viable en el largo plazo (Byrd, Bosley y Dronberger, 2009; Gursoy, Chi y Dyer, 2010; Nunkoo y Ramkissoon, 2012; Ramón, Álvarez y Sánchez, 2018; Sharpley, 2014).

Desde los años setenta se han realizado estudios sobre las actitudes de los residentes hacia el turismo y diversos aspectos relacionados con este sector (Almeida, Balbuena y Cortés, 2015; Ramón et al., 2018; Sharpley, 2014). Los primeros estudios se centraron en la cuantificación de las actitudes y su relación con los impactos percibidos por los residentes (Akis, Peristianis y Warner, 1996; Faulkner y Tideswell, 1997; Gursoy, Jurowski y Uysal, 2002; Haralambo-poulos y Pizam, 1996; Jurowski, Uysal y Williams, 1997; Lindberg y Johnson, 1997; Mason y Cheyne, 2000; McIntosh y Goeldner, 1990; Perdue, Long y Allen, 1990; Ramón et al., 2018; Teye, Sirakaya y Sönmez, 2002). Estas investigaciones agruparon los impactos percibidos, tanto beneficios como costes, en tres o cuatro categorías, según su temática: económicos, sociales, culturales y ambientales (Andereck, Valentine, Knopf y Vogt, 2005; Ayres, 2000; Gursoy y Rutherford, 2004; Gursoy et al., 2002; McIntosh y Goeldner, 1990; Özel y Kozak, 2017; Ramón et al., 2018). Aunque esta división está muy consolidada en la literatura científica, algunos trabajos simplifican y analizan los costes y los beneficios de una manera genérica (Abedtalas, Tobrak y Sercek, 2016; Ouyang, Gursoy y Sharma, 2017; Ribeiro, Pinto, Silva y Woosnam, 2017). Ello es debido a que estos trabajos analizan modelos causales de gran complejidad y no centran sus objetivos en la percepción de los impactos del turismo.

Normalmente, los beneficios económicos son los impulsores más significativos de las actitudes favorables al desarrollo turístico

(Bruner, 1996; Gursoy et al., 2002; Jurowski et al., 1997; Madrigal, 1993; Teye et al., 2002). Cabe señalar que la razón principal para desarrollar el sector turístico es la necesidad de una mejora económica de las condiciones de vida de los habitantes de la región (Brayley, Var y Sheldon, 1990; Gursoy et al., 2002; Jurowski et al., 1997; Keogh, 1990a; Lankford y Howard, 1994; Prentice, 1993; Teye et al., 2002; Um y Crompton, 1987). Si los habitantes consideran que su calidad de vida es aceptable y con perspectivas de mejora no apoyará el desarrollo turístico de la región, ya que es más cómodo seguir como están u no realizar cambios en su región. Por el contrario, los residentes que viven en regiones con problemas de pobreza y sin posibilidades claras de mejora, diferentes al turismo, verán el turismo como una solución tecnológicamente accesible y rápida.

El objetivo de este estudio es determinar si los diversos tipos de impactos percibidos (económicos, socioculturales y ambientales) tienen un efecto causal distinto sobre las variables dependientes planteadas: "actitud general hacia el turismo" y "actitud hacia el turismo tradicional (sol y playa)". Para alcanzar este objetivo, una muestra de residentes de la conurbación Maldonado-Punta del Este ha sido analizada mediante Modelos de Ecuaciones Estructurales (SEM). Punta del Este forma parte del Departamento de Maldonado y es el principal destino de sol y playa de la República Oriental del Uruguay. La demanda turística en esta área está principalmente dirigida a turistas argentinos. En la actualidad, hay 9.200 habitantes en el núcleo urbano de Punta del Este, pero son más de 100.000 residentes en la conurbación de Maldonado-Punta del Este (Uruguay). Punta del Este recibe más de 689.000 turistas anualmente (Ministerio de Turismo, 2017). El análisis del SEM se ha llevado a cabo mediante regresión de Mínimos Cuadrados Parciales (PLS). En el proceso de refinamiento del modelo inicial se ha descartado un gran número de hipótesis y subhipótesis, quedando planteado un modelo simplificado con las relaciones causales significativas al 0,1. En el primer análisis y en el modelo refinado se comprueba que las relaciones causales son distintas dependiendo de la variable dependiente tomada en consideración.

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA

Se han realizado múltiples estudios sobre las actitudes de los residentes hacia el turismo en general o hacia su desarrollo en un destino específico (Almeida, Peláez, Balbuena y Cortés, 2016; Bayno y Jani, 2018; Brida, Disegna y Osti, 2014; Del Chiappa y Abbate, 2016; Eusebio, Vieira y Lima, 2018; Figueroa y Rotarou, 2016; Hernández y Mercader, 2015; Hunt y Stronza, 2014; Nunkoo y So, 2016; Núñez, Fuentes y Sánchez, 2014; Park, Nunkoo y Yoon, 2015; Rasoolimanesh y Jaafar, 2016; Woosnam y Erul, 2017; Woosnam, Draper, Jiang, Aleshinloye y Erul, 2018). Desde finales de los noventa (siglo XX) se han llevado a cabo investigaciones que buscan determinar las relaciones causa-efecto en la formación de las actitudes de los residentes. En estos trabajos se presenta una propuesta de modelo causal que incluye la percepción de los diferentes impactos del turismo, la valoración del turismo y diversas variables causales indirectas, moderadoras o mediadoras con posible efecto en las percepciones y actitudes de los residentes. Estos estudios utilizan diferentes variables y escalas de medición en diferentes destinos turísticos, y ello implica múltiples modelos. Pero ninguno constituye un modelo definitivo por no contemplar todas las variables posibles, ni un modelo universal desde el momento en que se elige un destino para el estudio y no es posible garantizar la generalización de las conclusiones a otras regiones. Por tanto, aunque hay estudios previos sobre los distintos tipos de impactos percibidos (Andereck et al., 2005; Ayres, 2000; Gursoy y Rutherford, 2004; Gursoy et al., 2002; McIntosh y Goeldner, 1990), aún es posible profundizar en su importancia para determinar las actitudes de los residentes.

Se exponen a continuación los beneficios y los perjuicios relacionados con los impactos sostenibles del turismo. En primer lugar, se aluden a los aspectos positivos y seguidamente se manifiestan los negativos.

Cuando se habla de impactos económicos positivos, se suele hacer referencia a un aumento en los ingresos (Besculides, Lee y McCormick, 2002; Bruner, 1996; Gursoy et al., 2002; Jurowski et al., 1997; Madrigal, 1993; Teye et al., 2002). Esto significa un aumento en la actividad económica basada en el aumento de:

- Las oportunidades de empleo debido a

la gran demanda generada por el sector turístico (Besculides et al., 2002; Bruner, 1996; Davis, Allen y Cosenza, 1988; Gursoy et al., 2002; Ramón et al., 2018; Teye et al., 2002; Tyrrell y Spaulding, 1984).

- Las oportunidades de emprendimiento en la región, atrayendo inversores externos y permitiendo a los residentes convertirse en empresarios.

- Los ingresos de las administraciones públicas debido a un aumento de la actividad económica en la región (Davis et al., 1988; Gursoy et al., 2002; Jurowski et al., 1997; Ramón et al., 2018; Tyrrell y Spaulding, 1984).

Los beneficios socioculturales se refieren a todas las mejoras posibles en el entorno social de los residentes que no consisten directamente en un aumento de los ingresos:

- Hay una mejora en las infraestructuras, los espacios públicos y los servicios públicos para la población flotante, compuesta por turistas y trabajadores de temporada, que también beneficia a los residentes (Belisle y Hoy, 1980; Liu y Var, 1986; Milman y Pizam, 1988; Ramón et al., 2018).

- Como el principal elemento complementario de la oferta de transporte y alojamiento para los turistas es el ocio, la oferta comercial y de ocio de la región es excepcionalmente abundante y disponible para los residentes (Davis et al., 1988; Gursoy et al., 2002; Jurowski et al., 1997; Keogh, 1990a; Long, Perdue y Allen, 1990; Perdue et al., 1990; Ramón et al., 2018).

- El turismo permite financiar la conservación del patrimonio histórico, la cultura local y las tradiciones convirtiéndolos en una fuente de ingresos para la región (Besculides et al., 2002; Hunter y Green, 1995).

- El contacto entre culturas, generado por el turismo, permite un mayor conocimiento de otras culturas (Belisle y Hoy, 1980; Liu y Var, 1986), la revitalización de las tradiciones locales (Liu y Var, 1986) y un mayor orgullo por la cultura propia (Driver, Brown y Peterson, 1991; Liu y Var, 1986).

En cuanto al impacto ambiental, el turismo favorece su conservación convirtiéndolo en un recurso con la capacidad de atraer turistas y generar ingresos, pero el turismo también promueve la concienciación por el entorno natural entre la población y los turistas (Belisle y Hoy, 1980; Liu y Var, 1986; Perdue, Long y Allen, 1987; Ritchie, 1988).

Los beneficios económicos destacan, de entre los diversos tipos de beneficios analizados, por su importancia (Besculides et al., 2002; Bruner, 1996; Gursoy et al., 2002; Jurowski et al., 1997; Liu y Var, 1986; Madrigal, 1993; Milman y Pizam, 1988; Ramón et al., 2018; Teye et al., 2002), principalmente la creación de oportunidades de empleo (Besculides et al., 2002; Bruner, 1996; Gursoy et al., 2002; Ramón et al., 2018; Teye et al., 2002; Var, Kendall y Tarakcoglu, 1985). Sin embargo, los otros beneficios no deben descartarse, lo que lleva a proponer la Hipótesis 1:

Hipótesis 1: La percepción de los beneficios tiene un efecto positivo en la actitud general hacia el turismo.

Hipótesis 1.1: La percepción de los beneficios económicos tiene un efecto positivo en la actitud general hacia el turismo.

Hipótesis 1.2: La percepción de los beneficios socioculturales tiene un efecto positivo en la actitud general hacia el turismo.

Hipótesis 1.3: La percepción de los beneficios ambientales tiene un efecto positivo en la actitud general hacia el turismo.

Los costes percibidos tienen un efecto significativo y negativo sobre las actitudes de los residentes (Jurowski et al., 1997; Keogh, 1990a; Long et al., 1990; Milman y Pizam, 1988; Prentice, 1993; Ramón et al., 2018). Los impactos negativos generados por el turismo son de varios tipos:

- En el campo económico, el principal impacto negativo es el aumento de los precios que ocurre en todo tipo de bienes, especialmente en el alquiler y compra de propiedades (Belisle y Hoy, 1980; Liu y Var, 1986). Los destinos turísticos tienden a diferenciarse de otros destinos gracias a su imagen y esto les permite tener un aumento de precios que se traduce en índices de precios más altos en las regiones turísticas. Otro de los impactos económicos negativos es la calidad de los empleos que se generan. Estos son empleos poco cualificados con horarios poco habituales en otros sectores y salarios bajos. Sin embargo, este impacto ha sido poco analizado (Teye et al., 2002).

- En el área sociocultural destacan los problemas de inseguridad (Belisle y Hoy, 1980; Liu, Sheldon y Var, 1987; Long et al., 1990; Milman y Pizam, 1988), hacinamiento (Gursoy et al., 2002; Jurowski et al., 1997; Keogh, 1990a; Long et al., 1990; Milman y Pizam, 1988; Prentice, 1993; Ritchie, 1988), molestias a los residentes y alteración de la cultura local

debido a influencias externas (Besculides et al., 2002; Johnson, Snepenger y Akis, 1994; Keogh, 1990b).

- Los principales problemas ambientales son el consumo de recursos naturales y el deterioro de los espacios naturales (Hunter y Green, 1995; Liu et al., 1987). Pero un cierto grado de deterioro es inevitable ya que todas las actividades humanas tienen este efecto, aunque es posible minimizarlo.

La percepción de los costes junto con la percepción de los beneficios permite a los residentes llevar a cabo una evaluación general del turismo que a su vez determina su actitud hacia el sector. Basándose en la revisión de la literatura existente (Bujosa y Rosselló, 2007; Jurowski et al., 1997; Keogh, 1990a; King, Pizam y Milman, 1993; Long et al., 1990; Milman y Pizam, 1988; Prentice, 1993; Ramón et al., 2018), la percepción de los costes derivados del turismo conduce a una actitud más negativa hacia el turismo, proponiendo la Hipótesis 2:

Hipótesis 2: La percepción de los costes tiene un efecto negativo en la actitud general hacia el turismo.

Hipótesis 2.1: La percepción de los costes económicos tiene un efecto negativo en la actitud general hacia el turismo.

Hipótesis 2.2: La percepción de los costes socioculturales tiene un efecto negativo en la actitud general hacia el turismo.

Hipótesis 2.3: La percepción de los costes ambientales tiene un efecto negativo en la actitud general hacia el turismo.

Estudios previos tomaban la actitud hacia el turismo mayoritario de la región como variable dependiente, aunque lo llamaban "actitud hacia el turismo". Pero los estudios en los que se comparan diferentes tipos de turismo (McCartney y In, 2016; Nunkoo y Gursoy, 2017; Sánchez y Ramón, 2016) determinan que las reacciones de los residentes no son iguales dependiendo del tipo de turismo analizado.

Este trabajo ha optado por utilizar una definición lo más general posible para medir la actitud hacia el turismo y compararla con la definición del turismo tradicional de la región, que en Punta del Este (Uruguay) es el turismo de sol y playa. Por tanto, las hipótesis 1 y 2 deberían ser replicadas para el caso del turismo tradicional de sol y playa, planteando las hipótesis 3 y 4:

Hipótesis 3: La percepción de los beneficios tiene un efecto positivo en la actitud hacia el turismo tradicional (sol y playa).

Hipótesis 3.1: La percepción de los beneficios económicos tiene un efecto positivo en la actitud hacia el turismo tradicional (sol y playa).

Hipótesis 3.2: La percepción de los beneficios socioculturales tiene un efecto positivo en la actitud hacia el turismo tradicional (sol y playa).

Hipótesis 3.3: La percepción de los beneficios ambientales tiene un efecto positivo en la actitud hacia el turismo tradicional (sol y playa).

Hipótesis 4: La percepción de los costes tiene un efecto negativo en la actitud hacia el turismo tradicional (sol y playa).

Hipótesis 4.1: La percepción de los costes económicos tiene un efecto negativo en la actitud hacia el turismo tradicional (sol y playa).

Hipótesis 4.2: La percepción de los costes socioculturales tiene un efecto negativo en la actitud hacia el turismo tradicional (sol y playa).

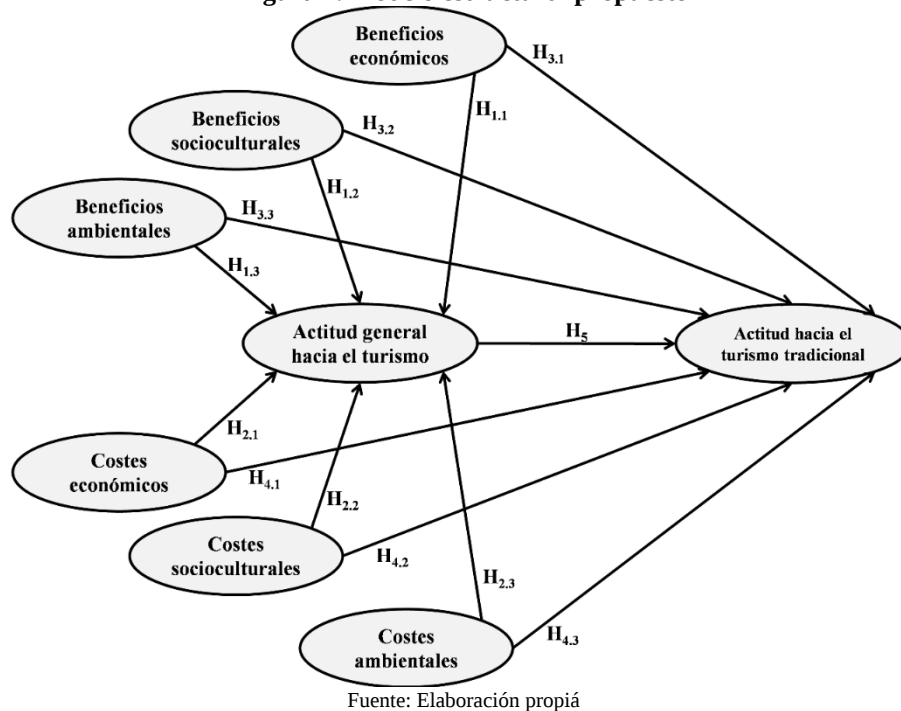
Hipótesis 4.3: La percepción de los costes ambientales tiene un efecto negativo en la actitud hacia el turismo tradicional (sol y playa).

Finalmente, se puede considerar la relación causal entre la actitud general hacia el turismo y la actitud hacia el turismo tradicional. Por lo tanto, es posible considerar la hipótesis 5:

Hipótesis 5: La actitud general hacia el turismo tiene un efecto positivo en la actitud hacia el turismo tradicional (sol y playa).

El modelo causal propuesto sobre la base de las hipótesis propuestas se muestra en la Figura 1 y estará sujeto a análisis para el caso de Punta del Este.

Figura 1. Modelo estructural propuesto



Fuente: Elaboración propia

3. METODOLOGÍA

Los datos utilizados para el análisis corresponden a una muestra de 420 residentes de la conurbación de Maldonado-Punta del Este (Uruguay) entrevistados entre marzo y agosto de 2016. Para lograr el nivel más alto posible de representatividad de la muestra, se verificaron

los parámetros demográficos para controlar posibles sesgos en la composición de la muestra (el perfil sociodemográfico de la muestra se detalla en la Tabla 1). El margen de error máximo permitido fue de 4,88%, dado un nivel de confianza del 95%. El análisis causal se basó en un conjunto de ítems cuya respuesta consistía en una escala Likert de cinco puntos.

Tabla 1. Perfil sociodemográfico de las muestras

Variable sociodemográfica	Frecuencia	%
Sexo:		
Hombre.	230	54,76%
Mujer.	190	45,24%
Edad:		
Menos de 25.	104	24,76%
De 25 a 34.	67	15,95%
De 35 a 44.	81	19,29%
De 45 a 54.	80	19,05%
De 55 a 64.	49	11,67%
65 o más.	39	9,29%
Nivel de estudios:		
Sin estudios.	8	1,90%
Estudios primarios.	39	9,29%
Estudios secundarios.	177	42,14%
Estudios universitarios.	196	46,67%
Lugar de nacimiento:		
En la región.	181	43,10%
Fuera de la región.	239	56,90%
Trabaja en Turismo:		
Sí.	243	57,86%
No.	177	42,14%

Fuente: Elaboración propia

El modelo causal fue testado mediante la técnica de Mínimos Cuadrados Parciales (PLS) (Gursoy et al., 2002; Lindberg y Johnson, 1997; Ramón et al., 2018), un método de modelado de ecuaciones estructurales basado en la varianza. La técnica PLS es especialmente adecuada para investigación predictiva y desarrollos teóricos. Más concretamente, este estudio utiliza el software SmartPLS 2.0 (Ringle, Wende y Will, 2005). Aunque los resultados no difieren significativamente entre los distintos sistemas de ponderación alternativos, el usado en este trabajo es el *path weighting*. Este sistema de ponderación proporciona el valor de R^2 más alto para las variables latentes (Henseler, Ringle y Sinkovics, 2009).

4. RESULTADOS

Antes de proceder al análisis del modelo estructural propuesto, es necesario analizar el modelo de medida. El criterio seguido para contrastar la fiabilidad individual es que los ítems tengan una carga o correlación simple superior a 0,707 (Carmines y Zeller, 1979). La fiabilidad del constructo normalmente es analizada usando el Alfa de Cronbach (Cronbach, 1970) y la Fiabilidad Compuesta (Anderson y Gerbing, 1988; Bagozzi y Yi, 1988). Lo más habitual es considerar como criterio de fiabilidad que los valores de ambos indicadores sean superiores a 0,7 aunque es mucho mejor si es superior a 0,8

Tabla 2. Fiabilidad y Validez Convergente.

	Alfa de Cronbach	Fiabilidad Compuesta	AVE	R^2
Beneficios económicos	0,832	0,881	0,598	
Beneficios socioculturales	0,787	0,808	0,513	
Beneficios ambientales	0,804	0,865	0,561	
Costes económicos	0,744	0,853	0,748	
Costes socioculturales	0,835	0,880	0,596	
Costes ambientales	0,734	0,829	0,550	
Actitud general hacia el turismo	0,802	0,871	0,627	0,362
Actitud hacia el turismo tradicional	0,759	0,813	0,593	0,165

Fuente: Elaboración propia.

(Nunnally, 1987). Se puede observar en la Tabla 2 que los valores del Alfa de Cronbach y la Fiabilidad Compuesta son aceptables.

Para evaluar la Validez Convergente se examina la *Average Variance Extracted* (AVE) y

los valores de AVE deben ser mayores que 0,5 (Bagozzi y Yi, 1988), como así sucede (Tabla 2). Hay dos enfoques para evaluar la Validez Discriminante (Anderson y Gerbing, 1988) en PLS: ningún ítem debe tener una carga factorial

Tabla 3. Cargas factoriales del modelo estructural.

Denominación	Media Aritmética	Desviación estándar	Carga Factorial
Beneficios económicos:			
• El turismo genera muchas oportunidades de trabajo para los residentes.	4,350	0,780	0,773
• El turismo genera numerosas oportunidades de negocio para residentes y pequeñas empresas.	4,195	0,837	0,842
• El turismo genera mayores oportunidades de inversión en la localidad.	4,264	0,798	0,783
• El turismo genera mayores ingresos para la Intendencia y organismos locales.	4,293	0,818	0,728
• El turismo permite un importante aumento de los niveles de ingresos de los residentes.	4,048	0,940	0,736
Beneficios socioculturales:			
• Gracias al turismo los residentes tienen una mejor y más variada oferta de ocio y entretenimiento.	3,740	1,072	0,686
• Gracias al turismo los servicios básicos son mejores.	2,967	1,276	0,772
• Gracias al turismo hay mejores servicios públicos.	2,855	1,225	0,787
• El turismo fomenta la restauración y conservación de patrimonios históricos.	3,274	1,150	0,743
• El turismo mejora la calidad de las infraestructuras y obras públicas.	3,555	1,062	0,754
Beneficios ambientales:			
• El turismo incentiva la protección de espacios naturales.	3,379	1,101	0,743
• El turismo convierte los recursos naturales en una fuente de ingresos para los residentes.	3,652	1,009	0,724
• El turismo es menos contaminante que otras actividades económicas.	3,429	1,118	0,708
• El turismo fomenta el respeto por el medioambiente.	2,936	1,101	0,691
Costes económicos:			
• El turismo ha hecho que suban los precios y el costo de la vida.	4,076	1,007	0,727
• El turismo ha provocado un incremento del costo de la vivienda y de los terrenos.	4,136	0,945	0,984
Costes socioculturales:			
• El turismo dificulta el disfrute de los espacios públicos, al masificarlos.	3,269	1,164	0,655
• El turismo ha causado que los residentes se sientan extraños en su propia localidad.	2,817	1,145	0,819
• El turismo ha generado un efecto negativo en la cultura local.	2,588	1,023	0,803
• El turismo ha generado conflictos entre visitantes y residentes.	2,969	1,103	0,676
Costes ambientales:			
• El turismo causa graves problemas de contaminación medioambiental.	3,057	1,052	0,765
• El turismo provoca la pérdida de ecosistemas locales.	3,002	1,025	0,845
• El turismo consume recursos naturales en exceso.	3,319	1,064	0,734
• El turismo ha contribuido a la degradación del entorno natural de la localidad.	3,062	1,063	0,823
• El turismo ha provocado la saturación de algunos espacios naturales.	3,362	1,077	0,682
Actitud general hacia el turismo:			
• El desarrollo turístico ha sido muy beneficioso para la localidad y sus habitantes.	4,093	0,836	0,776
• Se debe seguir fomentando el turismo como parte fundamental de la localidad.	4,300	0,802	0,819
• La actividad turística es beneficiosa para el día a día de los residentes.	3,988	0,930	0,809
• Gracias al turismo tenemos una mejor calidad de vida.	3,848	0,996	0,764
Actitud hacia el turismo tradicional (sol y playa):			
• Casas y apartamentos vacacionales en alquiler.	4,150	0,822	0,727
• Turismo de segunda residencia.	3,990	0,902	0,768
• Turismo de sol y playa familiar.	4,533	0,788	0,813

Fuente: Elaboración propia.

más alta en los otros constructos que en el constructo que intenta medir; la raíz cuadrada del AVE de cada variable latente debe ser mayor que sus correlaciones con cualquier otra variable latente (Chin, 1998). La Tabla 3 muestra el modelo de medida finalmente usado.

Después de comprobar el modelo de medida, se procedió al análisis del modelo estructural y las relaciones causales propuestas. PLS no asume la distribución normal de los datos, lo cual conlleva que las pruebas de significación paramétricos no resultan fiables para probar si las cargas de los constructos y los coeficientes de regresión son significativos. En su lugar, PLS se basa en un procedimiento *bootstrap* no paramétrico (Davison y Hinkley, 1997; Efron y Tibshirani, 1993) para probar la significación de los coeficientes de regresión estimados. El *bootstrapping* es un proceso de remuestreo en el que se generan aleatoriamente N muestras (en este caso N = 5.000) a partir de la muestra ori-

ginal mediante sustitución con reemplazo. Las submuestras se utilizan para estimar el modelo causal, calculando los valores medios de los parámetros obtenidos en las N muestras y se comparan con los obtenidos con la muestra original. Las estimaciones de los parámetros, generadas a partir de las submuestras, se utilizan para obtener los errores estándar de las estimaciones. Con esta información, los valores t se calculan para evaluar la significación de cada estimación (Hair, Hult, Ringle y Sarstedt, 2014).

Para determinar los valores críticos de la t de Student se ha usado una distribución t de Student de una cola con 4.999 grados de libertad, ya que las hipótesis tienen definidas las direcciones de las relaciones causales. Los resultados del análisis de significación de las diferentes relaciones causales directas, tanto mediante el uso de los valores de la t de Student como mediante técnicas no paramétricas (Henseler et al., 2009), se detallan en la Tabla 4.

Tabla 4. Path coefficients de las relaciones causales propuestas.

Relaciones Causales	Path coefficient	Error estándar	Estadístico t	P valor
Beneficios económicos → Actitud general (H _{1.1})	0,367***	0,115	3,197	0,001
Beneficios socioculturales → Actitud general (H _{1.2})	0,116 ^{ns}	0,108	1,081	0,140
Beneficios ambientales → Actitud general (H _{1.3})	0,072 ^{ns}	0,114	0,636	0,263
Costes económicos → Actitud general (H _{2.1})	0,131 ^{ns}	0,131	1,003	0,158
Costes socioculturales → Actitud general (H _{2.2})	-0,225*	0,112	2,014	0,022
Costes ambientales → Actitud general (H _{2.3})	-0,069 ^{ns}	0,107	0,648	0,259
Beneficios económicos → Tur. tradicional (H _{3.1})	0,143 ^{ns}	0,133	1,072	0,142
Beneficios socioculturales → Tur. tradicional (H _{3.2})	0,036 ^{ns}	0,122	0,291	0,386
Beneficios ambientales → Tur. tradicional (H _{3.3})	-0,034 ^{ns}	0,147	0,230	0,409
Costes económicos → Tur. tradicional (H _{4.1})	0,080 ^{ns}	0,115	0,696	0,243
Costes socioculturales → Tur. tradicional (H _{4.2})	-0,175*	0,137	1,279	0,100
Costes ambientales → Tur. tradicional (H _{4.3})	-0,090 ^{ns}	0,123	0,734	0,231
Actitud general → Tur. tradicional (H ₅)	0,154 ^{ns}	0,138	1,114	0,133

* p < 0,1; *** p < 0,001; ^{ns} no significativo.

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados del análisis realizado (Tabla 4) indican que el principal efecto sobre la Actitud general hacia el turismo son los beneficios económicos (Hipótesis 1.1). Este resultado enfatiza la importancia de las mejoras económicas generadas por el turismo (más empleos, inversiones y oportunidades de negocios) en la actitud de los residentes, como ya indica la literatura previa (Brayley et al., 1990; Gursoy et al., 2002; Jurowski et al., 1997; Lankford y Howard, 1994; Liu y Var, 1986; Ramón et al., 2018; Teye et al., 2002; Um y Crompton, 1987).

Los costes socioculturales son el otro elemento con efectos significativos (Tabla 4), tanto sobre la actitud general hacia el turismo (Hipótesis 2.2) como sobre la actitud hacia el turismo tradicional (Hipótesis 4.2). Ello es un resultado esperable y coherente con la literatura previa (Bujosa y Rosselló, 2007; Jurowski et al., 1997; Keogh, 1990a; King et al., 1993; Liu et al., 1987; Long et al., 1990; Milman y Pizam, 1988; Prentice, 1993). Finalmente, indicar que la Hipótesis 3 y el resto de subhipótesis de las Hipótesis 1, 2 y 4 no resultaron significativas (Tabla

4). La Hipótesis 5 tampoco resultó significativa (Tabla 4), indicando que una actitud más favorable hacia el turismo no implica necesariamente una mejor actitud hacia este tipo de turismo.

Estos resultados indican que la actitud general hacia el turismo y la actitud hacia el turismo tradicional (en este caso de sol y playa) no son variables intercambiables, ya que los beneficios económicos poseen un efecto importante y significativo sobre la actitud general pero no significativo sobre el turismo tradicional. Se planteó la posibilidad de que algunas relaciones causales con niveles de significación insuficien-

te, en este primer análisis, en realidad pudieran ser importantes en otros modelos causales. Para ello se realizó un proceso de refinado del modelo causal en el que se eliminaban las variables con niveles de significación más bajos y se recalculaba el nuevo modelo, procediendo de esta forma hasta llegar a un modelo simplificado en el que todas las relaciones causales son significativas al nivel del 0,1 (Tabla 5). Con ello se buscaba determinar que variables explicativas no deben ser descartadas al plantear futuros modelos causales, ya que aún no está clara su importancia real en el modelo.

Tabla 5. Path coefficients de las relaciones causales conservadas.

Relaciones Causales	Path coef-ficient	Error es-tándar	Estadístico T	P valor
Beneficios económicos → Actitud general.	0,407***	0,114	3,576	0,000
Beneficios socioculturales → Actitud general.	0,155*	0,095	1,628	0,052
Costes socioculturales → Actitud general.	-0,237**	0,097	2,435	0,007
Beneficios económicos → Tur. Tradicional.	0,159*	0,127	1,280	0,100
Costes socioculturales → Tur. Tradicional.	-0,196*	0,119	1,655	0,049
Actitud general → Tur. Tradicional.	0,179*	0,131	1,368	0,086

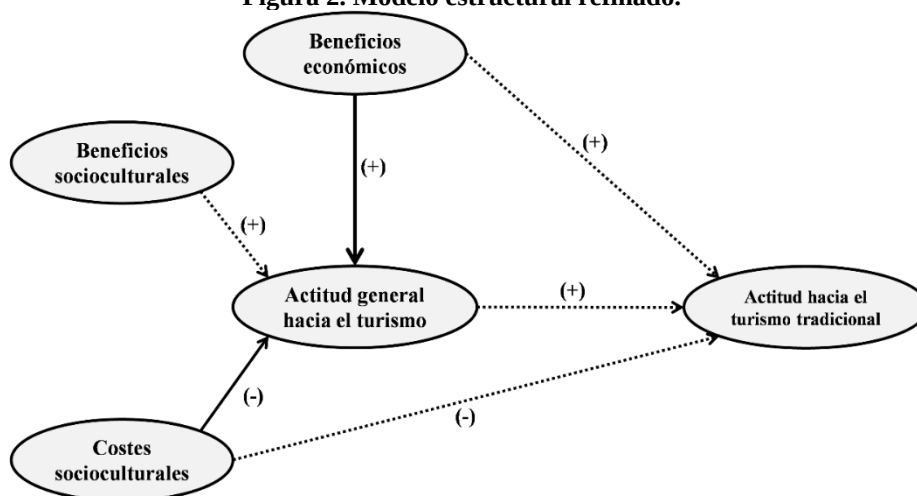
* p < 0,1; ** p < 0,01; *** p < 0,001.

Fuente: Elaboración propia.

Este modelo reducido (Figura 2) indica que los beneficios económicos y socioculturales son importantes para la determinación de las actitudes generales, y los beneficios económicos también deben ser tenidos en cuenta para la actitud hacia el turismo de sol y playa. Los costes socioculturales son un impacto que afecta a las dos variables dependientes analizadas y la actitud

general afecta a la actitud hacia el turismo de sol y playa. En el caso de Punta del este, los impactos ambientales no tienen efectos significativos ni en el primer análisis ni en el refinado, pero habría que plantear si es una variable sin capacidad explicativa general o una circunstancia exclusiva de Maldonado-Punta del Este.

Figura 2. Modelo estructural refinado.



Fuente: Elaboración propia.

5. CONCLUSIONES

Las principales variables explicativas de las actitudes hacia el turismo son los beneficios económicos y los cambios socioculturales negativos, destacando los beneficios económicos por su importancia y nivel de significación. Por lo tanto, cuanto mayor sea el impacto del beneficio económico para los residentes locales y cuanto menores sean los cambios sociales y culturales más positiva será la actitud de los residentes. Este resultado es lógico y repetido en la literatura académica. El turismo se desarrolla para mejorar las condiciones económicas de los residentes; sin embargo, los cambios sociales y culturales que genera es el factor más difícil de aceptar para la población nativa.

Por ello, puede recomendarse a los gestores de destinos turísticos que potencien los beneficios económicos que impactan directamente en los residentes, ello se traduce en priorizar el desarrollo endógeno del sector (caracterizado por trabajadores, empresarios e inversores locales), y reduzcan las consecuencias negativas del contacto entre turistas y residentes: tener en cuenta las capacidades de carga de la región y no sobrepasarlas; priorizar perfiles de turistas respetuosos con los lugares visitados o con culturas parecidas a la de los residentes. La desatención de estos aspectos negativos es lo que ha llevado al surgimiento de críticas hacia el turismo y reacciones adversas en algunos destinos, algo que ha venido en llamarse “turismofobia”.

También debe destacarse la importancia de la variable dependiente elegida para el modelo sobre los resultados del análisis causal. Preguntar por un tipo concreto de turismo o preguntar de forma genérica sobre el turismo puede cambiar enormemente las conclusiones. Pero es un resultado lógico, ya que el apoyo al turismo no implica un apoyo similar a cualquier tipo de turismo. En algunas ocasiones se habla del apoyo de la población a un elemento concreto, cuando

los datos hablan de un apoyo a una pregunta que hace referencia a un concepto genérico. Los datos de este artículo muestran que esa manipulación de la interpretación de la dependiente es una acción poco ética desde el punto de vista académico.

La principal implicación de este resultado en el campo de la investigación es que debe trabajarse en la creación de escalas de medición estandarizadas en el campo de las actitudes de los residentes, como sucede con SERVQUAL para la calidad del servicio. Estas escalas deben ser no excesivamente extensas y suficientemente consolidadas para que su uso sea generalizado y permita contrastar los modelos más rápidamente, al facilitar la comparabilidad de los resultados obtenidos en distintas regiones. Además, es necesaria una consolidación del modelo y las variables usadas, no es lo mismo usar una variable u otra como dependiente y seguramente tampoco lo sea plantear desglosar o no los beneficios y costes al realizar el análisis.

La principal limitación de este estudio es el hecho de trabajar con un destino concreto y ello puede influir de forma muy importante en los resultados, por eso se habla de relaciones causales que no se pueden descartar aún, en vez de relaciones causales confirmadas. En estudios futuros debe profundizarse en la verificación de estas relaciones causales, realizando comparativas entre destinos y perfiles demográficos distintos, ya que al analizar un destino concreto los resultados no son directamente generalizables a otras regiones y se necesitan múltiples verificaciones de los modelos causales antes de darlos por consolidados. Además, resultaría de gran interés realizar estudios cualitativos, basados en entrevistas a gestores turísticos, empresarios del sector y residentes en general, para comprender mejor los motivos y procesos mentales que llevan a los resultados expuestos en trabajos como este. Este análisis complementaría estudios cuantitativos como este, aportando matices a los modelos causales propuestos.

REFERENCIAS

Abedtalas, M., Tobrak, L. y Sercek, S. (2016), “The Factors of Residents’ Support for Sustainable Tourism Development”, *Journal of Economics and Behavioral Studies*, Vol. 8, nº 5, pp. 133-145.

Akis, S., Peristianis, N. y Warner, J. (1996), “Residents’ attitudes to tourism development: the case of Cyprus”, *Tourism Management*, Vol. 17, nº 7, pp. 481-494.

Almeida, F., Balbuena, A. y Cortés, R. (2015), "Resident's attitudes towards the impacts of tourism", *Tourism Management Perspectives*, Vol. 13, pp. 33-40.

Almeida, F., Peláez, M. A., Balbuena, A. y Cortés, R. (2016), "Residents' perceptions of tourism development in Benalmádena (Spain)", *Tourism Management*, Vol. 54, pp. 259-274.

Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knoff, R. C. y Vogt, C. A. (2005), "Residents' perceptions of community tourism impacts", *Annals of Tourism Research*, Vol. 32, nº 4, pp. 1056-1076.

Anderson, J. C. y Gerbing, D. W. (1988), "Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach", *Psychological Bulletin*, Vol. 103, pp. 411-423.

Ayres, R. (2000), "Tourism as a passport to development in small states: Reflections on Cyprus", *International Journal of Social Economics*, Vol. 27, nº 2, pp. 114-133.

Bagozzi, R. P. y Yi, Y. (1988), "On the evaluation of structural equation models", *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 16, nº 2, pp. 74-94.

Bayno, P. M. y Jani, D. (2018), "Residents' attitudes on the contribution of cultural tourism in Tanzania", *Journal of Tourism and Cultural Change*, Vol. 16, nº 1, pp. 41-56.

Belisle, F. J. y Hoy, D. R. (1980), "The perceived impact of tourism by residents: A case study in Santa María, Colombia", *Annals of Tourism Research*, Vol. 7, nº 1, pp. 83-101.

Besculides, A., Lee, M. y McCormick, P. (2002), "Resident's perceptions of the cultural benefits of tourism", *Annals of Tourism Research*, Vol. 29, nº 2, pp. 303-319.

Brayley, R., Var, T. y Sheldon, P. (1990), "Perceived influence of tourism on social issues", *Annals of Tourism Research*, Vol. 17, nº 2, pp. 285-289.

Brida, J. G., Disegna, M. y Osti, L. (2014), "Residents' perceptions of tourism impacts and attitudes towards tourism policies", *Tourismos*, Vol. 9, nº 1, pp. 37-71.

Bruner, E. (1996), "Tourism in Ghana: the representation of slavery and the return of the black diaspora", *American Anthropologist*, Vol. 98, nº 2, pp. 290-304.

Bujosa, A. y Rosselló, J. (2007), "Modeling environmental attitudes toward tourism", *Tourism Management*, Vol. 28, nº 3, pp. 688-695.

Byrd, E. T., Bosley, H. E. y Dronberger, M. G. (2009), "Comparisons of stakeholder

perceptions of tourism impacts in rural eastern North Carolina", *Tourism Management*, Vol. 30, nº 5, pp. 693-703.

Carmines, E. y Zeller, R. (1979), *Reliability and validity assessment*, N. 07-017, Sage University Paper Series on Quantitative Applications in the Social Sciences, Beverly Hills, CA, Sage.

Chin, W. W. (1998), "Issues and opinions on structural equation modeling", *MIS Quarterly*, Vol. 22, nº 1, pp. 7-16.

Cronbach, L. J. (1970), *Essentials of Psychological Testing*, 3rd ed, New York, NY, Harper & Row.

Davis, D., Allen, J. y Cosenza, R. M. (1988), "Segmenting local residents by their attitudes, interests and opinions toward tourism", *Journal of Travel Research*, Vol. 27, nº 2, pp. 2-8.

Davison, A. y Hinkley, D. (1997), *Bootstrap Methods and Their Application*, Cambridge, Cambridge University Press.

Del Chiappa, G. y Abbate, T. (2016), "Island cruise tourism development: A resident's perspective in the context of Italy", *Current Issues in Tourism*, Vol. 19, nº 13, pp. 1372-1385.

Driver, B., Brown, P. y Peterson, G. (1991), *Benefits of Leisure*, State College, PA, Venture Publishing.

Efron, B. y Tibshirani, R. J. (1993), *An Introduction to the Bootstrap*, New York, NY, Chapman Hall.

Eusébio, C., Vieira, A. L. y Lima, S. (2018), "Place attachment, host-tourist interactions, and residents' attitudes towards tourism development: The case of Boa Vista Island in Cape Verde", *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 26, nº 6, pp. 890-909.

Faulkner, B. y Tideswell, C. A. (1997), "Framework for monitoring community impacts of tourism", *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 5, nº 1, pp. 3-28.

Figuroa, B., E. y Rotarou, E. S. (2016), "Tourism as the development driver of Easter Island: The key role of resident perceptions", *Island Studies Journal*, Vol. 11, nº 1, pp. 245-264.

Fredline, L., Deery, M. y Jago, L. (2013), "A longitudinal study of the impacts of an annual event on local residents", *Tourism Planning & Development*, Vol. 10, nº 4, pp. 416-432.

Gursoy, D. y Rutherford, D. (2004), "Host attitudes toward tourism: An Improved Structural Model", *Annals of Tourism Research*, Vol. 31, nº 3, pp. 495-516.

- Gursoy, D., Chi, C. G. y Dyer, P. (2010), "Locals' attitudes toward mass and alternative tourism: The case of Sunshine Coast, Australia", *Journal of Travel Research*, Vol. 49, nº 3, pp. 381-394.
- Gursoy, D., Jurowski, C. y Uysal, M. (2002), "Resident attitudes: a structural Modeling Approach", *Annals of Tourism Research*, Vol. 29, nº 1, pp. 79-105.
- Hair, J., Hult, G., Ringle, C. y Sarstedt, M. (2014), *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, Thousand Oaks, CA, Sage.
- Haralambopoulos, N. y Pizam, A. (1996), "Perceived impacts of tourism: the case of Samos", *Annals of Tourism Research*, Vol. 23, nº 3, pp. 503-526.
- Henseler, J., Ringle, C. M. y Sinkovics, R. R. (2009), "The use of Partial Least Squares Path Modeling in international marketing", en Sinkovics, R. R. y Ghauri, P. N. (Ed.), *Advances in International Marketing*, Bingley, WA, Emerald, pp. 277-320.
- Hernández, F. A. L. y Mercader, S. S. T. (2015), "Perceived impact of tourism by the resident population in torrevieja: National versus non-national residents", *European Journal of Tourism Research*, Vol. 10, pp. 120-126.
- Hunt, C. y Stronza, A. (2014), "Stage-based tourism models and resident attitudes towards tourism in an emerging destination in the developing world", *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 22, nº 2, pp. 279-298.
- Hunter, C. y Green, H. (1995), *Tourism and the Environment: A Sustainable relationship?*, London, Routledge.
- Johnson, J. D., Snepenger, D. J. y Akis, S. (1994), "Residents' perceptions of tourism development", *Annals of Tourism Research*, Vol. 21, nº 3, pp. 629-642.
- Jurowski, C., Uysal, M. y Williams, R. D. (1997), "A theoretical analysis of host community resident reactions to tourism", *Journal of Travel Research*, Vol. 36, nº 2, pp. 3-11.
- Keogh, B. (1990a), "Resident and recreationists' perceptions and attitudes with respect to tourism development", *Journal of Applied Recreation Research*, Vol. 15, nº 2, pp. 71-83.
- Keogh, B. (1990b), "Public participation in community tourism planning", *Annals of Tourism Research*, Vol. 17, nº 3, pp. 449-465.
- King, B., Pizam, A. y Milman, A. (1993), "Social impacts of tourism: Host perceptions", *Annals of Tourism Research*, Vol. 20, nº 4, pp. 650-665.
- Lankford, S. V. y Howard, D. R. (1994), "Developing a tourism impacts attitude scale", *Annals of Tourism Research*, Vol. 21, nº 1, pp. 121-139.
- Lindberg, K. y Johnson, R. L. (1997), "Modeling residents attitudes toward tourism", *Annals of Tourism Research*, Vol. 24, nº 2, pp. 402-424.
- Liu, J. C. y Var, T. (1986), "Residents attitudes toward tourism impacts in Hawaii", *Annals of Tourism Research*, Vol. 13, nº 2, pp. 193-214.
- Liu, J. C., Sheldon, P. J. y Var, T. (1987), "Residents perceptions of the environmental impacts of tourism", *Annals of Tourism Research*, Vol. 14, nº 1, pp. 17-37.
- Long, P. T., Perdue, R.R. y Allen, L. (1990), "Rural resident tourism perceptions and attitudes by community level of tourism", *Journal of Travel Research*, Vol. 28, nº 3, pp. 3-9.
- Madrigal, R. (1993), "A tale of tourism in two cities", *Annals of Tourism Research*, Vol. 20, nº 2, pp. 336-353.
- Mason, P. y Cheyne, J. (2000), "Resident's attitudes to proposed tourism development", *Annals of Tourism Research*, Vol. 27, nº 2, pp. 391-411.
- McCartney, G. y In, W. L. W. (2016), "House of cards - An analysis of Macao's resident support for tourism and casino development", *Tourism and Hospitality Research*, Vol. 16, nº 2, pp. 144-157.
- McIntosh, R. W. y Goeldner, C.R. (1990), *Tourism Principles, Practices, Philosophies*, New York, NY, Wiley.
- Milman, A. y Pizam, A. (1988), "Social impact of tourism on Central Florida", *Annals of Tourism Research*, Vol. 15, nº 2, pp. 191-204.
- Ministerio de Turismo (2017), *Anuario 2017: Estadísticas de Turismo*, Montevideo, Ministerio de Turismo. Sitio Web: <http://www.mintur.gub.uy/> [consultado el 10 de septiembre de 2018]
- Núñez, J. M., Fuentes, F. J. y Sánchez, S. M. (2014), "Actitudes del residente hacia el impacto del desarrollo turístico: Estudio empírico", *Revista Venezolana de Gerencia*, Vol. 19, nº 66, pp. 209-227.

- Nunkoo, R. y Gursoy, D. (2017), "Political trust and residents' support for alternative and mass tourism: An improved structural model", *Tourism Geographies*, Vol. 19, nº 3, pp. 318-339.
- Nunkoo, R. y Ramkissoon, H. (2012), "Power, trust, social exchange and community support", *Annals of Tourism Research*, Vol. 39, nº 2, pp. 997-1023.
- Nunkoo, R. y So, K. K. F. (2016), "Residents' support for tourism: Testing alternative structural models", *Journal of Travel Research*, Vol. 55, nº 7, pp. 847-861.
- Nunnally, J. C. (1987), *Teoría Psicométrica*, México, Trillas.
- Ouyang, Z., Gursoy, D. y Sharma, B. (2017), "Role of trust, emotions and event attachment on residents' attitudes toward tourism", *Tourism Management*, Vol. 63, pp. 426-438.
- Özel, Ç. H. y Kozak, N. (2017), "An exploratory study of resident perceptions toward the tourism industry in Cappadocia: A social exchange theory approach", *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, Vol. 22, nº 3, pp. 284-300.
- Park, D., Nunkoo, R. y Yoon, Y. (2015), "Rural residents' attitudes to tourism and the moderating effects of social capital", *Tourism Geographies*, Vol. 17, nº 1, pp. 112-133.
- Perdue, R. R., Long, P. T. y Allen, L. (1987), "Rural resident tourism perceptions and attitudes", *Annals of Tourism Research*, Vol. 14, nº 3, pp. 420-429.
- Perdue, R. R., Long, P. T. y Allen, L. (1990), "Resident support for tourism development", *Annals of Tourism Research*, Vol. 17, nº 4, pp. 586-599.
- Prentice, R. (1993), "Community-driven tourism planning and residents' preferences", *Tourism Management*, Vol. 14, nº 3, pp. 218-227.
- Ramón, J., Álvarez, D. y Sánchez, M. D. (2018), "Principales causantes de la actitud de los residentes: Comparativa entre dos destinos de playa", *Revista Portuguesa de Estudos Regionais*, Vol. 47, pp. 37-48.
- Rasoolimanesh, S. M. y Jaafar, M. (2016), "Residents' perception toward tourism development: A pre-development perspective", *Journal of Place Management and Development*, Vol. 9, nº 1, pp. 91-104.
- Ribeiro, M. A., Pinto, P., Silva, J. A. y Woosnam, K. M. (2017), "Residents' attitudes and the adoption of pro-tourism behaviours: The case of developing island countries", *Tourism Management*, Vol. 61, pp. 523-537.
- Ringle, C. M., Wende, S. y Will, S. (2005), *SmartPLS 2.0 (Beta)*, Hamburg, SmartPLS.
- Ritchie, B. W. y Inkari, M. (2006), "Host community attitudes toward tourism and cultural tourism development: The case of the Lewes District, Southern England", *International Journal of Tourism Research*, Vol. 8, nº 1, pp. 27-44.
- Ritchie, J. R. B. (1988), "Consensus policy formulation in tourism: Measuring resident views via survey research", *Tourism Management*, Vol. 9, nº 3, pp. 199-212.
- Sánchez, M. D. y Ramón, J. (2016), "Impacto de las actitudes de los residentes sobre el grado de aceptación del turismo de playa, el turismo de deportes, el turismo de naturaleza y el turismo cultural", *Podium: Sport, Leisure and Tourism Review*, Vol. 5, nº 2, pp. 56-75.
- Sharpley, R. (2014), "Host perceptions of tourism: A review of the research", *Tourism Management*, Vol. 42, pp. 37-49.
- Stylidis, D. y Terzidou, M. (2014), "Tourism and the economic crisis in Kavala, Greece", *Annals of Tourism Research*, Vol. 44, pp. 210-226.
- Teye, V., Sirakaya, E. y Sönmez, S. F. (2002), "Resident's attitudes toward tourism development", *Annals of Tourism Research*, Vol. 29, nº 3, pp. 668-688.
- Tovar, C. y Lockwood, M. (2008), "Social impacts of tourism: An Australian regional case study", *International Journal of Tourism Research*, Vol. 10, nº 4, pp. 365-378.
- Tyrrell, T. J. y Spaulding, P. (1984), "A survey of attitudes toward tourism growth in Rhode Island", *Hospitality Education and Research Journal*, Vol. 8, nº 2, pp. 22-23.
- Um, S. y Crompton, J. L. (1987), "Measuring resident's attachment levels in a host community", *Journal of Travel Research*, Vol. 26, nº 1, pp. 27-29.
- Var, T., Kendall, K. W. y Tarakcoglu, E. (1985), "Residents attitudes toward tourists in a Turkish resort town", *Annals of Tourism Research*, Vol. 12, nº 4, pp. 652-658.
- Vargas, A., Plaza, M. A. y Porras, N. (2009), "Understanding residents' attitudes toward the development of industrial tourism in a former mining community", *Journal of Travel Research*, Vol. 47, nº 3, pp. 373-387.
- Woosnam, K. M. y Erul, E. (2017), "Residents' perceived impacts of all-inclusive

resorts in Antalya”, *Tourism Planning and Development*, Vol. 14, nº 1, pp. 65-86.

Woosnam, K. M., Draper, J., Jiang, J. K., Aleshinloye, K. D. y Erul, E. (2018), “Applying self-perception theory to explain residents’ attitudes about tourism development through

travel histories”, *Tourism Management*, Vol. 64, pp. 357-368.

Zhang, J., Inbakaran, R. y Jackson, M. (2006), “Understanding community attitudes towards tourism and host-guest interaction in the urban-rural border region”, *Tourism Geographies*, Vol. 8, nº 2, pp. 182-204.

ANEXO I

ENCUESTA SOBRE LAS ACTITUDES DE LOS RESIDENTES



Universidad
Católica del
Uruguay



Universitat
de les Illes Balears



UNIVERSIDADE DA CORUÑA

En el Centro de Investigación de Marketing y Turismo (Universidad Católica del Uruguay), la Universidad de las Islas Baleares (España) y la Universidade da Coruña (España) están realizando un estudio para conocer las percepciones y actitudes de los residentes de Maldonado y Punta del Este. El cuestionario está pensado para ser contestado totalmente en un tiempo aproximado de 10 a 15 minutos.

Por favor, lea atentamente las escalas del cuestionario antes de empezar a contestar

Las siguientes afirmaciones hacen referencia a diversos aspectos de su localidad y ha impactos generados por el turismo en su localidad. Lea detenidamente cada una de las declaraciones e indique su grado de ACUERDO o DESACUERDO (Marque una única respuesta).

	Total desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Total acuerdo
1. La situación actual de la economía local es satisfactoria.	☐	☐	☐	☐	☐
2. Las oportunidades de empleo en la localidad son altas.	☐	☐	☐	☐	☐
3. Usted considera que los jóvenes deben abandonar la localidad para encontrar empleo.	☐	☐	☐	☐	☐
4. Hay un alto bienestar económico de la población local.	☐	☐	☐	☐	☐
5. Es preocupante la situación económica local en la actualidad.	☐	☐	☐	☐	☐
6. El turismo es primordial para la economía local.	☐	☐	☐	☐	☐
7. La protección del medioambiente es más importante que el beneficio económico.	☐	☐	☐	☐	☐
8. La prioridad en los nuevos proyectos debe ser la preservación del medioambiente.	☐	☐	☐	☐	☐
9. El medioambiente no puede resistir los impactos generados por la sociedad moderna.	☐	☐	☐	☐	☐
10. Las infraestructuras causan impactos negativos en el medioambiente difíciles de remediar.	☐	☐	☐	☐	☐
11. Estoy muy preocupado por la conservación del medioambiente.	☐	☐	☐	☐	☐
12. El turismo genera muchas oportunidades de trabajo para los residentes.	☐	☐	☐	☐	☐
13. El turismo genera numerosas oportunidades de negocio para residentes y pequeñas empresas.	☐	☐	☐	☐	☐
14. El turismo genera mayores oportunidades de inversión en la localidad.	☐	☐	☐	☐	☐
15. El turismo genera mayores ingresos para la Intendencia y organismos locales.	☐	☐	☐	☐	☐
16. El turismo permite un importante aumento de los niveles de ingresos de los residentes.	☐	☐	☐	☐	☐
17. Gracias al turismo los residentes tienen una mejor y más variada oferta de ocio y entretenimiento.	☐	☐	☐	☐	☐
18. Gracias al turismo los servicios básicos (agua, luz, basuras, etc.) son mejores.	☐	☐	☐	☐	☐
19. Gracias al turismo hay mejores servicios públicos (salud, educación, seguridad, etc.).	☐	☐	☐	☐	☐
20. El turismo fomenta la restauración y conservación de patrimonios históricos.	☐	☐	☐	☐	☐
21. El turismo mejora la calidad de las infraestructuras y obras públicas.	☐	☐	☐	☐	☐
22. El turismo favorece la conservación de la cultura local.	☐	☐	☐	☐	☐
23. El turismo potencia la conservación de las tradiciones locales.	☐	☐	☐	☐	☐
24. El turismo favorece la comprensión de culturas diferentes.	☐	☐	☐	☐	☐
25. El turismo potencia la identidad cultural de los ciudadanos.	☐	☐	☐	☐	☐
26. El turismo favorece el conocer gente de otros departamentos del país y de otros países.	☐	☐	☐	☐	☐
27. El turismo incentiva la protección de espacios naturales.	☐	☐	☐	☐	☐
28. El turismo convierte los recursos naturales en una fuente de ingresos para los residentes.	☐	☐	☐	☐	☐
29. El turismo es menos contaminante que otras actividades económicas.	☐	☐	☐	☐	☐
30. El turismo fomenta el respeto por el medioambiente.	☐	☐	☐	☐	☐
31. El turismo ha hecho que suban los precios y el costo de la vida.	☐	☐	☐	☐	☐
32. El turismo ha provocado un incremento del costo de la vivienda y de los terrenos.	☐	☐	☐	☐	☐
33. El turismo genera puestos de trabajo con salarios bajos.	☐	☐	☐	☐	☐
34. El turismo ha provocado un aumento en las tasas e impuestos locales.	☐	☐	☐	☐	☐
35. El turismo ha aumentado los niveles de inseguridad ciudadana.	☐	☐	☐	☐	☐
36. El turismo ha aumentado los problemas de prostitución y drogas.	☐	☐	☐	☐	☐
37. El turismo ha incrementado la congestión del tráfico en la localidad.	☐	☐	☐	☐	☐
38. Los turistas colapsan los servicios públicos (policía, salud, etc.).	☐	☐	☐	☐	☐
39. El turismo ha incrementado las molestias a los residentes (ruidos, olores, humos, etc.).	☐	☐	☐	☐	☐
40. El turismo dificulta el disfrute de los espacios públicos, al masificarlos.	☐	☐	☐	☐	☐
41. El turismo ha causado que los residentes se sientan extraños en su propia localidad.	☐	☐	☐	☐	☐
42. El turismo ha generado un efecto negativo en la cultura local.	☐	☐	☐	☐	☐
43. Los residentes han cambiado su forma de vida al imitar a los turistas.	☐	☐	☐	☐	☐
44. El turismo ha generado conflictos entre visitantes y residentes.	☐	☐	☐	☐	☐
45. El turismo causa graves problemas de contaminación medioambiental.	☐	☐	☐	☐	☐
46. El turismo provoca la pérdida de ecosistemas locales.	☐	☐	☐	☐	☐
47. El turismo consume recursos naturales en exceso (agua, etc.).	☐	☐	☐	☐	☐
48. El turismo ha contribuido a la degradación del entorno natural de la localidad.	☐	☐	☐	☐	☐
49. El turismo ha provocado la saturación de algunos espacios naturales.	☐	☐	☐	☐	☐
50. El desarrollo turístico ha sido muy beneficioso para la localidad y sus habitantes.	☐	☐	☐	☐	☐

The Best Tourism Island Destination in the World and Meaningful Experiences: A Systematic Literature Review

O Melhor Destino Turístico Insular do Mundo e Experiências Significativas: Uma Revisão Sistemática da Literatura

Soraia Garcês

soraiagarcês@gmail.com

Campus Universitário da Penteada, University of Madeira – Research Center for Regional and Local Studies (UMa-CIERL), Research Centre for Tourism, Sustainability and Well-being (CinTurs).

Margarida Pocinho

mpocinho@staff.uma.pt

Campus Universitário da Penteada, University of Madeira – Research Center for Regional and Local Studies (UMa-CIERL), Research Centre for Tourism, Sustainability and Well-being (CinTurs).

Saul Neves de Jesus

snjesus@ualg.pt

FCBS, Campus de Gambelas, University of Algarve, Research Centre for Tourism, Sustainability and Well-being (CinTurs).

Abstract/ Resumo

Madeira Island is the World's Leading Island Destination for the last four years. As a winning destination it is vital to understand how the new "economy experience" is being acknowledged, since tourism is seeing a shift where meaningful experiences are crucial. The goal was to identify the variables being studied in Madeira tourism and if 'experience' is part of product offers. A systematic literature review was used with the terms: 'Madeira', 'Porto Santo' and 'Tourism'. Application of inclusion/exclusion criteria led to a final sample of 30 references. Three major themes being empathized in Madeira tourism were found: a) nature; b) culture/heritage and c) economy/marketing. Experience is being introduced on tourism product offers, however a lack of research focused on 'meaningful experiences'

A Ilha da Madeira foi eleita o Melhor Destino Insular do Mundo nos últimos quatro anos. Como tal, é vital compreender como a "economia da experiência" está a ser inserida, pois as "experiências significativas" são, atualmente, cruciais para o turismo. O objetivo deste estudo foi identificar quais as variáveis estudadas no Turismo da Madeira e se a 'experiência' faz parte da sua oferta. Foi utilizada uma revisão sistemática da literatura com os termos: 'Madeira', 'Porto Santo' e 'Tourism'. Critérios de inclusão/exclusão levaram a uma amostra final de 30 referências. Três grandes tópicos emergiram: a) natureza; b) património cultural e c) economia/marketing. A 'experiência' está a ser introduzida na oferta turística, porém existe reduzida investigação focalizada nas experiências signifi-

linked to personal growth and tourists' personal characteristics was discovered. Implications to theory and practice are discussed.

Keywords: Culture/Heritage; Madeira; Meaningful Experiences; Nature; Porto Santo; Tourism.

JEL Code: Z32, Z39, L83, P48

ficativas relacionadas com o desenvolvimento pessoal e características pessoais do turista. Implicações para a teoria/prática são discutidas.

Palavras-chave: Experiências Significativas; Madeira; Natureza; Património Cultural; Porto Santo; Turismo.

Código JEL: Z32, Z39, L83, P48

Madeira Islands have won in the last few years the title of “Europe’s Leading Island Destination” (World Travel Awards [WTA], 2013, 2014, 2016a, 2017a, 2018a, 2019) and of “World’s Leading Island Destination” (WTA, 2015, 2016b, 2017b, 2018b). However, to maintain its leading position it has to innovate and be attentive to the new trends of the markets. Tourism is one of the few worldwide industries that is crosswise through cultures and Madeira has in it its main economical income.

Overall, tourism is understood as a “social, cultural and economic phenomenon related to the movement of people to places outside their usual place of residence” (Department of Economic and Social Affairs – Statistical Division [DESA], 2010, p.1) (. Economically speaking, tourism is seen as the activities people undergo in the destinations they arrive. A visitor is a person who’s travelling for holiday, leisure and recreation, business, health, education or other purpose. Thus, tourism addresses all the activities taken by visitors in all of these different travel options extending beyond the traditional view of tourists as only seeking leisure/recreation (DESA, 2010). Tourism is too considered a business where experiences are sold. This idea combines everything that a tourist experiences in the destination encompassing their behaviors, perceptions, emotions and cognitions (Bosangit, Hibbert, & McCabe, 2015). For Kirillova, Lehto and Cai (2016) society is in a state of transition to an ‘experience economy’ where experiences with meaning and leading to personal growth are fundamental. These are built upon different elements including get to know the destination, the shared experience with people, the activities, the motivations and the prior experiences (Marujo, 2014). Tourists do not only want to experience the destinations, but want to experience themselves in the destinations (Bosangit *et al.*, 2015).

To efficiently provide services to tourists, it is important to know what psychological factors promote and affect a person decision to visit. Understanding their goals and what aspects motivate them to travel are important facets being studied by travel psychology. But beyond an economic perspective, it is important to comprehend tourists’ behavior and personality to better understand and define travel behaviors (GHKAR, 2013). Simková (2014) highlights that it is curious that nowadays marketing is still one of the primarily preoccupations of tourism. Yet, marketing deprived of a full understanding of who is the tourist, his/her motivations and/or attitudes hardly promotes tourists wish to endorse in travelling. The truth is that if we do not know deeply who the person who visits is, it is difficult to successfully encourage tourism meaningful experiences. This idea of experience is a new market trend that Madeira needs to have in attention and “catch on”. Hence, the importance of this study which aims first to identify the variables being studied in Madeira tourism and secondly to explore if ‘experience’ is part of its product offers. To the best of the authors knowledge, no study has tried to do this so far. Thus, this research brings a new endeavor in the field and particularly in the study of Madeira tourism development. Therefore, in the next section we develop an overview of Madeira Island tourism, followed by a systematic literature review undertaken to identify the variables being study in this context and if the idea of ‘experience’ is being explored in Madeira. At the end, results are discussed and some conclusions drawn.

1. MADEIRA TOURISM OVERVIEW

In the 2018 annual report of the United Nations World Tourism Organization [UNWTO]

(2018) international tourists' arrivals grew 7%, achieving a value higher than the expected 3.8% from 2010 to 2020 as estimated by the UN-WTO. This means that 1.326 million arrivals were recorded leading to more than 86 million tourists travelling to international destinations than in 2016.

The European Travel Commission [ETC] (2019a) in its first quarterly report from 2019, reported that following a solid performance of European Tourism in 2018, it is forecast a more moderate rate for 2019. ETC (2019a) stated that Portugal "broke arrival records in absolute terms early in the year" (p.4) with an increase of 6% in demand. However, in the beginning of 2017, Portugal had seen an increase of 24.9% on international arrivals compared with the same period of 2016 (ETC, 2017). In its second quarterly report from 2019 the ETC (2019b) revealed that the growth rate for European destinations is slower than the previous years. Portugal achieved in this second quarter of the year a demand of 3.4% of international arrivals.

In Madeira, in 2015, the demand for hotels had a record of 6.63 million of overnight stays (Secretaria Regional da Economia, Turismo e Cultura [SRETC], 2016). Local accommodations registered 313.000 overnight stays with a 206% increase from 2012 to 2015 and rural tourism had 79.000 overnight stays. (SRETC, 2016). In 2017 and from the last available report with statistics about Madeira tourism, overnight stays in Madeira surpassed 8.4 million, which is more 5.5% than in 2016. Local accommodations recorded 747.902 overnight stays, increasing 55.8% compared to 2016. Rural tourism in 2017 had 131.545 overnight stays, increasing 37.4% more than in 2016 (Direção Regional de Estatística da Madeira [DREM], 2018).

Tourism is responsible for 15% of Madeira regional employment and it is its principal economic industry (SRETC, 2016). The majority of Madeira airport passengers (84%) come from outside, particularly Portuguese's from the mainland, Germans, English and French. In cruise ships English and Germans are in the top visitors. November, December, March and April are the most visited months in Funchal port. May, June, July, August and September are the ones with least demand. In the last decade cruise ships in Madeira port had also a significant increase with its highest in 2012. There was a decrease from 2013 to 2014 but recovered in 2015 from 473.000 to 575.000 passengers, reaching a similar number to 2012 (581.000)

(SRETC, 2016). In 2016, Funchal port reported a total of 517.425 passengers in transit and in 2017 recorded a total of 536.142 passengers in transit. The majority came from Europe, particularly from Germany and the United Kingdom (DREM, 2018).

Madeira "is one of the oldest touristic destinations in the world" (Almeida, 2016: 146). It is considered one of the best islands and has on nature, its impressive landscapes, abundant biodiversity and general secure environment its main features (Almeida, 2016). Madeira and Porto Santo islands along with Desertas and Selvagens islands compose Madeira Archipelago, located in the Atlantic Ocean and part of Portugal. Only Madeira and Porto Santo are inhabited. Desertas and Selvagens are protected natural reserves.

Madeira Island already won several tourism awards including "Europe's Leading Island Destination" in 2013 (World Travel Awards [WTA], 2013), 2014 (WTA, 2014), 2016 (WTA, 2016a), 2017 (WTA, 2017a), 2018 (WTA, 2018a) and 2019 (WTA, 2019). It also won the "World's Leading Island Destination" in 2015 (WTA, 2015), 2016 (WTA, 2016b), 2017 (WTA, 2017b) and 2018 (WTA, 2018b).

Madeira tourism has its roots in two different periods. The first from the XV to XVIII century where it was a support for commercial navigation to the exploration of new continents. From these trips, descriptions about its geology, climate and beauty spread, leading many people from different areas to come, including medicine (Marujo, 2013). The therapeutic benefits of Madeira Island climate were divulged and it started to be recommended as a place for health treatments. Through the middle of the XIX century leisure started gaining a prominent position leading to the transition from a health island to a leisure/vacation island. During World War II Madeira tourism was affected, but with the construction of its airport in 1964 a new season of Madeira tourism started along with the construction of new infrastructures and political and social stabilization (Marujo, 2013).

Madeira offers a sub-tropical climate and a diversity of experiences. Currently, tourists have at their disposable accommodations with traditional lineups, but also modern ones. They can stay in the city or can go to a more rural area where they are in direct contact with nature. Hospitality in Madeira is renowned as are its services and products quality. Through the year it offers mild temperatures and diverse activities

not only in the mountains and its “Levadas Walks” but nautical activities such as sailing and surfing are gaining terrain. The summer brings mainly tourists from southern Europe and its New Year’s event is known for its fire-works, one of the largest in the world, attracting many at that time of the year (Machado & Almeida, 2014). Madeira set of annual animation events such as the Carnival Festival; the Flower Festival; the Atlantic Festival; the Madeira Wine Festival; the Columbus Festival; the Nature Festival and Christmas and End of the Year Festival (and many other in between) (SRETC, 2016) are likewise main features of its touristic products. Madeira annual events are a proof of the importance of aligning local history with tourism economic endeavors.

Madeira Island tourism offers are developed by diverse structures through a combination of policies, plans and actions that aim to promote the different tourism products offers. Public ones include governmental and regional entities and the private sector includes tourism animation companies, hotels and intermediates such as travel agencies (Fernandes, 2015). Performance indicators show that Madeira is, in the last decade, in a mature and consolidation period in its touristic activity which means that new creative strategies are in need to avoid the decrease of destination performance with impacts on the regional economy (SRETC, 2016).

Nature assumes a central destination product in Madeira. In all territory it is the common basis that allows to a unique experience (SRETC, 2016). Its laurel forest was even distinguished by UNESCO in 1999 as a natural world heritage site (Fernandes, 2010). Currently, nature tourism, including adventure, active and sports offers a new approach in Madeira tourism allying ‘classic tourism’ and ‘experience’ (Almeida *et al.*, 2013). There is a particular emphasis by local government in acknowledging the importance of residents as part of the touristic product. People are part of the destination offers and have an enormous impact on its differentiation (SRETC, 2016). In a study carry out by Alves, Costa and Salazar (2013) it was found that Madeira brand differentiating factors are: a) nature and natural beauty; b) good climate; c) hospitality and; d) services quality which are associated with a touristic culture of ‘well-receiving’. Its attraction goes beyond physical features embracing hospitality, sympathy and the art of the ‘well-receive’.

Regional authorities aim to affirm Madeira as a ‘must visit’ Europe destination considering: a) its nature and heritage; b) mild climate through the year; c) superior quality services; d) touristic tradition with genuine hospitality, history and culture; e) variety of sea and mountain activities; f) close and accessible to markets and; g) security (SRETC, 2016). For the period of 2017 to 2021 three major actions for Madeira tourism strategic development are already targeted: a) qualify and consolidate Madeira touristic offer; b) promote the sustainable development of tourism activity and; c) reinforce the destination position and notoriety (SRETC, 2016). Nevertheless, tourism promoters need to develop experiences that can contribute to tourists’ satisfaction and wellbeing, while those same experiences bring economic gains for the local entrepreneurs. The tourists’ travels to consume experiences. Everything they visit in a destination can be an experience being it behavioral, perceptual, cognitive, emotional, expressed or implicit. Each experience is different for each person and has a different meaning. But at the end what the tourist takes in his/her memory is the experience they lived (Marujo, 2014).

2. METHODOLOGY

The systematic literature review followed PRISMA (2009) guidelines and took place in August 2017. The Online Knowledge Library (B-On) and all databases available were used. Keywords ‘Tourism’ and ‘Madeira’ and ‘Tourism’ and ‘Porto Santo’ were applied and boolean operator ‘AND’ used for both keywords crossings. Truncation symbol ‘*’ was used with the term ‘Tourism’ to include words with the same origin. Quotation marks were used for ‘Porto Santo’ so both words were accounted in the research. Publications from 1997 to 2017, in English, Portuguese and Spanish/Castilian languages were included. These features allowed for the first search/step.

Next, the chosen inclusion criteria were: a) publications that had both keywords in the subject terms or related topics; b) publications from academic journals or dissertations/theses; c) publications that had the chosen keywords as main variables and; d) publications that used validated methodologies theoretical and/or empirical. The exclusion criteria used were: a) publications that lacked one of the keywords or

related topics; b) publications that were not from academic journals or dissertations/theses; c) publications where the main variables being study were not the chosen keywords or related to them and; d) publications with non-validated methodologies both theoretical and/or empirical.

The second step consisted of the application of inclusion criteria a) and b) through B-On. Thirdly, all references were imported to End-Note software and analyzed for duplicates. A

manual and individual review followed. Fourthly, the lasting inclusion/exclusion criteria were applied through a careful review of each title and abstract and the final sample achieved.

3. RESULTS AND DISCUSSION

The first search led to a total of 27.538 references and the second step resulted in a total of 47 publications (Table 1).

Table 1- Total of publications from the 1st and 2nd search terms crossings

	1 st step	2 nd step
	Tourism	Tourism
Madeira	26.714	46
Porto Santo	824	1

The references were imported to EndNote. Five duplicates were found and excluded. After a manual review five more duplicates were found/excluded that presented written errors, thus not previously acknowledged. Next, title and abstracts were analyzed leading to seven more exclusions: two publications did not

addressed Madeira as an island but as a construction material; one was a book article; one an internship report; one did not address Madeira tourism and two other consider it as a secondary variable. The final sample consisted of 30 references. Table 2 shows a timetable of publication.

Table 2-Publications from 1997 to August 2017

Date of publication	Nº of publications	References
1997-2006	0	-
2007	1	(Barros, 2007).
2008	1	(Oliveira, & Pereira, 2008).
2009	0	-
2010	4	(Almeida, 2010); (Almeida, & Correia, 2010); (Barros, & Machado, 2010); (Machado, 2010).
2011	1	(Silva, 2011).
2012	4	(Barros, 2012); (Machado, 2012); (Marujo, 2012); (Sampaio, 2012).
2013	3	(Jardim, 2013); (Machado, 2013); (Rodrigues, 2013).
2014	6	(Almeida, Correia, & Pimpão, 2014); (Barros, Gil-Alana, & Gonçalves, 2014); (Faria, 2014); (Machado, & Almeida, 2014) (Marujo, 2014); (Sousa, 2014).
2015	4	(Miguel, 2015); (Nelson, 2015); (Marujo, 2015); (Sousa, 2015).
2016	6	(Almeida, & Garrod, 2016); (Carvalho, 2016); (Rodrigues, 2016); (Fernandes, 2016); (Jesus, 2016); (Noite, 2016).
2017	0	-

A synthesis of the main results of each sample entry is presented on Table 3, followed by a reflection.

The current literature review focused on a 20-year period and it is interesting that from

1997 to 2006 not one reference was found. Since Madeira Island has a long history of tourism (Marujo, 2013) it comes as a surprise this lack of scientific research in the late 90' and 00' beginnings. The year 2014 and 2016 showed the

Table 3 - Sample overall main result(s)

Author(s), Date	Publication type	Main Result(s)
Almeida (2010)	Journal article	Factors with impact in the decision making process for Madeira rural tourists are: 1) learning opportunities; 2) family reasons; 3) classic factors (price, costs, good structures, no crow, availability); 4) stress management; 5) safety, welcome and gastronomy; 6) natural beauty and; 7) adventure.
Almeida and Correia (2010)	Journal article	Madeira tourism is entering the stagnation phase.
Almeida and Garrot (2016)	Journal article	The factors that affect choosing Madeira as a destination are generic and cross-cutting. Overall, tourists look for a combination of familiarity and novelty.
Almeida <i>et al.</i> (2014)	Journal article	Four segments centered on benefits sought by rural tourists in Madeira were found: 1) ruralist (rural activities, relaxation); 2) nature; 3) relaxation with family and friends; 4) the 'want it all' (any rural feature is important). The most attractive is the ruralist segment.
Barros (2007)	Journal article	There is a positive and significant relationship between sports and tourism in Madeira.
Barros (2012)	Journal article	There is a pattern of tourist characteristics accordingly to transportation travel type.
Barros and Machado (2010)	Journal article	The length of stay of tourists in Madeira is positively associated with age, gender, education, quality, buy wine, previous visit and German nationality. But negatively linked to British, Dutch and French nationalities and expenditure.
Barros <i>et al.</i> (2014)	Journal article	Annual Nordic tourists' arrivals in Madeira are highly persistent, but Sweden shows a slight degree of reverting behavior.
Carvalho (2016)	Dissertation	Local agencies are working to promote a cohesive and homogeneous Madeira brand to show potential visitors what the region has to offer to seniors but also for young, active people and those that enjoy aerial, land and nautical activities.
Faria (2014)	Dissertation	Estimated hotel Vidamar activity was over 14 million in December 2013.
Fernandes (2016)	Journal article	The damage caused in Madeira heritage tourism products due to heavy storms are a cause for concern as the climate change is expected to get worse. The region has much work to do to find a way to deal with the vulnerabilities of these tourism products and adjust to the outcomes of climate change.
Jardim (2013)	Dissertation	Online travel agency, MADtours, directed to young people, is an economic and financial viable business.
Jesus (2016)	Journal article	Madeira new tourism strategy is based on: mountain, sea and culture. Quality, environment, energy and sustainable development are main focuses as is a more active tourism in a link between tourism, health and sports.

Machado (2010)	Journal article	A higher destination image of Madeira implies a higher length of stay. Older, more educated, male, British, German, Dutch and French tourists are expected to stay in Madeira for longer periods of time.
Machado (2012)	Journal article	Safety, security and risk have been underestimated by destination image research. “A strategic approach do destination management from proactive pre-crisis planning through to strategic implementation and finally evaluation and feedback” (p.50) is important.
Machado (2013)	Dissertation	Regarding competitiveness, Madeira can benefit from evidence-based methods to tourism policies development.
Machado and Almeida (2014)	Journal article	Nordic tourists are slightly attracted to Madeira as a second home destination.
Marujo (2012)	Journal article	Madeira towns value natural landscapes to attract visitors to their regions.
Marujo (2014)	Journal article	Tourists had a passive participation between ‘entertainment’ and ‘aesthetic’ experience dimensions, regarding Madeira Flower Festival.
Marujo (2015)	Journal article	The main motivation to tourists’ participation in the End-of-Year event is linked to knowledge and experimentation of culture.
Miguel (2015)	Dissertation	Local business DIMA souvenirs are sought out by visitors. Quality and variety of these must be continually maintain. High satisfaction levels with the products are acknowledged by buyers.
Nelson (2015)	Journal article	Bloggers narratives from Madeira tourism experiences in “levadas” change from a tourist perspective to one of an adventurer. Tourism is potentially able to be an adventure and surpass challenges and lead to self-discovery.
Noite (2016)	Dissertation	Human resources management in Madeira hotels is increasingly being seen as important.
Oliveira and Pereira (2008)	Journal article	In choosing Madeira as a destination males value less its landscape, flora, gastronomy, cultural/heritage, fauna, Natural Park, tours, laurel forest, Funchal ecological Park, Garajau Nature Reserve, ‘Rocha do Navio’ Nature Reserve and birdwatching and value golf more than females. Older tourists value scenery more and less active/sports. Those with more education value “levadas” walks more than organized tours. British value climate and Portuguese extreme sports.
Rodrigues (2013)	Dissertation	It is financial viable the construction of a hostel in Madeira.
Rodrigues (2016)	Journal article	Motivations for rural tourists in Madeira are not centered only in its natural environment, but also on culture heritage.
Sampaio (2012)	Journal article	In Madeira Wine tourism the tourist global satisfaction is affected directly by their degree of wine involvement and indirectly by Madeira destination image.

Silva (2011)	Dissertation	A strategic plan for 'Madeira Villas' as an unique touristic and differentiated product in Madeira destination brand is lacking.
Sousa (2014)	Dissertation	The following nature tourism activities in Funchal stand out: experiencing and observing nature, "Levada Walks" and hiking, rural tourism, visiting green spaces such as gardens; wildlife observation and nature sports. The nature tourist is more educated, experienced, knowledgeable and creative and can be framed in two categories: soft and hard.
Sousa (2015)	Dissertation	Madeira town of Santana main motivation for visitors is its traditional architecture.

higher number of publications and in 2017, to date, not one was found. These results need careful interpretation since it may be due to the chosen inclusion/exclusion criteria and/or to limitations of the selected research online library. It can also be that scientific research regarding these islands is small, which leads to the need to foster it as tourism is Madeira main industry.

Comparing the number of publications between Madeira and Porto Santo, it is clear that Madeira is in the lead. Being the main island of the archipelago it is possibly the reason why the studies are more concentrated on it. Nevertheless, local authorities and government should also focus efforts in Porto Santo since it may bring new insights about its tourism which in turn can lead to a new market niche. Likewise Desertas and Selvagens as natural reserves can also have touristic potential. However, careful policies and actions need to be considered to continue its environmental preservation.

Overall, the analysis of the sample leads to some important discussions. First the importance of nature in Madeira tourism is undoubtedly. As local government stated (SRETC, 2016) nature is one of Madeira main attractions. Alves, Costa and Salazar (2013) in their study also found that nature and natural beauty is a key differentiator and Fernandes (2010) remembered that Madeira laurel forest was distinguished by UNESCO as a natural world heritage site, which puts nature in a prominent position as a fundamental part of Madeira tourism. Thus, nature is part of Madeira strategic products and one of the first key features used to promote tourism. It comes with no surprise that several studies have it as a prominent element. As examples Marujo (2012) acknowledged nature as primordial attraction, Sousa (2014) highlighted nature tourism; Nelson (2015) addressed adventure related to Madeira "Levada Walks" while, others focused in rural tourism

(Almeida *et al.*, 2014; Almeida, 2010; Rodrigues, 2016). Rural tourism is a particular highlight type of tourism which may entail an attempt to innovate as it is a segment hoped to stop or invert the tendency of destination stabilization or drop demand with the aim to maintain constant increase (Almeida, 2010). To maintain nature as an attractive feature, it is crucial to innovate. Public authorities are currently focused on a three-part strategy to Madeira tourism promotion where mountain, sea and culture are key elements (Jesus, 2016). A focus to promote an active tourism where health and sports are empathized is also being made (Jesus, 2016). As a curiosity in one of our findings tourism and sports were positively linked (Barros, 2007). If we look for the already available tourism offers, we see that sports takes as its background nature (in land and/or in sea) (SRETC, 2016). The leading status of nature leads to the necessity of its preservation. Results show the need to reflect in the consequences of vulnerabilities due to weather and climate changes that can affect Madeira tourism, as has happened before. Work is needed to preserve not only nature but also cultural heritage (Fernandes, 2016). This means that backup plans for (pre)crisis management are important (Machado, 2012).

Culture and particularly cultural heritage and tourism events are important subjects empathized by the results. Findings lead to conclude that heritage and events are a significant feature of Madeira tourism where many look to experience local cultural events as the End of the Year Festival (Marujo 2015), the Flower Festival (Marujo, 2014), or specific product offers such as Madeira wine (Sampaio, 2012) or traditional architectural heritage such as "Casas de Santana" (Sousa, 2015). Culture and heritage are also one of the key features acknowledged by government as a must see of Madeira

(SRETC, 2016) and part of its tourism strategy (Jesus, 2016).

Another finding highlights the importance of economy and marketing policies. The search for what factors differentiates Madeira when people decide to visit or what are people motivations to do it are the focus of different studies (Almeida & Garrot, 2016; Almeida *et al.*, 2014; Almeida, 2010; Marujo, 2015; Oliveira & Pereira, 2008; Rodrigues, 2016). Social-economic characteristics of the tourists such as age, education, gender and nationality (Barros & Machado, 2010; Machado, 2010) and those related to their travel choice (Barros, 2012) are too topics of discussion as is the study of specific markets such as the Nordic countries (Barros *et al.*, 2014; Machado & Almeida, 2014). A highlight is the existence of several case-studies as the main method in dissertations/theses and its majority in economy or marketing and related fields (Faria, 2014; Jardim, 2013; Machado, 2013; Miguel, 2015; Rodrigues, 2013; Silva, 2011). Services quality and hospitality are also key promoters of the island tourism (Machado & Almeida, 2014). Still the review only led to one publication that concluded that human resources management in tourism businesses (hotels) is increasingly being considered important (Noite, 2016). Accordingly, Alves, Costa and Salazar (2013) found out that hospitality and services of quality are brand differentiators of Madeira tourism. Almeida and Correia (2010) concluded that Madeira tourism is entering the stagnation phase but it may stay in the maturity stage indefinitely. Nonetheless it needs to reinvent and innovate to avoid declination. These concerns are also expressed by governmental authorities that consider crucial the need to be current but also to attract “old” and new visitors (Carvalho, 2016; Jesus, 2016).

Experience is however lacking as a research topic in Madeira tourism. It is possible to identify attempts, particularly in cultural product offers as is in the case of the many different festivals that occur throughout the year. Also, it looks like new policies are being built and a focus in brand differentiators is being made. Nature comes as an important aspect of Madeira tourism and the bet of entities in activities focused on mountain, sea and culture (Jesus, 2016) can be seen as an important step to give memorable experiences to those who visit Madeira. As Kirillova, Lehto and Cai (2016) acknowledged the idea of ‘experience economy’ means that experiences are crucial for

self-improvement. Experiences are, therefore, built by an array of elements in a destination (Marujo, 2014), meaning that a careful policy is needed to ensure that people live a meaningful and fulfilling experience. But for that it is important to make efforts to understand the tourists and how Madeira can be a place to develop this so-called ‘meaningful experiences’.

4. CONCLUSION

The idea of ‘experience’ in tourism is changing the way offers should be made and destinations promoted. In this review, the studies are still lacking to address ‘experience’ as a main variable and in a more individualistic perspective. Thus, more research is needed.

However, if experience is understood as everything that surrounds the tourist (Marujo, 2014) we have in this review a set of results that suggest that Madeira tourism is adapting to the arrival of this ‘experience economy’, particularly through its policies. The array and diversity of offers; the authorities concern with being current and the introduction of new policies/strategies can be an expression of this adaptation. Also, the importance of cultural heritage, mainly acknowledged through local festivities, can be seen as a door to “experience” Madeira. Nonetheless, the tourist is being understood mostly through social-economic and demographic factors. Little to no attention is given to the personal and psychological characteristics that led them to Madeira and/or led them to choose specific product offers. Understanding desires, what the tourists’ value and what they need to increase their wellbeing are important factors to consider to better and to customize services, to increase service excellence and to promote meaningful experiences.

If this new ‘experience economy’ is showing that personal development is important for people, studies must also be directed toward this process as offers should also acknowledge the importance of promoting personal development in their experiences that will lead to more satisfaction, more wellbeing and ultimately it may contribute to destination revisitation and positive economic outcomes. This reflection is in accordance with Simková (2014) conclusions that marketing is still the main concern. But if the tourist characteristics are not understood, attracting people to the destinations will be challenging.

Overall, this literature review found three major themes in Madeira tourism: a) nature; b)

culture/heritage and; c) economy/marketing. Beyond these the importance of ‘experience’ seems to be emerging in Madeira tourism product offers. Nevertheless, the studies with this idea as their main focus are still lacking as it is the understanding of who is the tourist following a more individualistic and personal approach.

The review had some limitations but in those suggestions for future improvement. The chosen inclusion/exclusion criteria may have been too restrictive and with that relevant publications may have been left out. Also, other keywords could have been used and despite our efforts to develop an objective analysis this type

of research leaves space for subjectivity. Future research may be improved by using inter-observer agreement reliability. Moreover, the lack of studies about Porto Santo Island tourism led results to be mostly centered in Madeira Island. In the future we suggested to develop studies that have Porto Santo as a primordial focus and also studies that consider a personal and psychological approach to the tourist. It is our belief that Madeira and Porto Santo tourism experiences must be memorable. For that products reinvention and innovation are of extreme importance as it is to consider in its design the visitors’ personalities to optimize their meaningful experiences.

REFERENCES

- Almeida, A. (2010). “From island mass tourism to rural tourism In Madeira: Is there a place for a re-definition of islands’ image?”, *Revista de Estudos Politécnicos*, 14, pp. 97-110.
- Almeida, A. (2016). “Modelling tourism demand in Madeira since 1946: and historical overview based on a time series approach”, *Journal of Spatial and Organizational Dynamics*, Vol. 4, nº 2, pp. 145-156.
- Almeida, A., Correia, A. (2010). “Tourism development in Madeira: an analysis based on the life cycle approach”, *Tourism Economics*, Vol. 16, nº2, pp. 427-441. <https://doi.org/10.5367/000000010791305644>
- Almeida, A., Garrod, B. (2016). “A CATREG model of destination choice for a mature Island destination”, *Journal of Destination Marketing & Management*, 8, pp.32-40. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.11.005>
- Almeida, A., Correia, A., Pimpão, A. (2014). “Segmentation by benefits sought: the case of rural tourism in Madeira”, *Current Issues in Tourism*, Vol. 17, nº9, pp. 813-831. <https://doi.org/10.1080/13683500.2013.768605>
- Almeida, A., Soares, J., Alves, A. (2013). “As levadas na Madeira no contexto da afirmação e da confluência do turismo de natureza com o turismo ativo”, *Revista Portuguesa de Estudos Regionais*, 22, pp. 27-42.
- Alves, N., Costa, J., Salazar, A. (2013). “O planeamento da identidade da marca de destinos turísticos: aplicação do modelo de Aaker à marca Madeira”, *Tourism & Management Studies*, Vol. 9, nº2, pp. 65-69.
- Barros, C. d. (2007). “Analysing the relationship between sports and tourism: a case study of the Island of Madeira”, *International Journal of Sport Management and Marketing*, Vol. 2, nº 5-6, pp. 447-458. <https://doi.org/10.1504/IJSMM.2007.013960>
- Barros, C. P., Machado, L. P. (2010). “The Length of Stay in Tourism”, *Annals of Tourism Research*, Vol. 37, nº 3, pp. 692-706. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2009.12.005>
- Barros, V. G. (2012). “Transportation choice and tourists’ behavior”, *Tourism Economics*, Vol. 18, nº 3, pp. 519-531. <https://doi.org/10.5367/te.2012.0123>
- Barros, V., Gil-Alana, L., Gonçalves, O. (2014). “Persistence Characteristics of Nordic Tourist Arrivals in Madeira and their Forecasting”, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 13, pp. 44-44 - 57. <https://doi.org/10.1080/15022250.2014.959804>
- Bosangit, C., Hibbert, S., McCabe, S. (2015). “If I was going to die I should at least be having fun: Travel blogs, meaning and tourist experience”, *Annals of Tourism Research*, 55, pp. 1-14. <http://dx.doi.org/10.1016/j.annals.2015.08.001>
- Carvalho, T. (2016). “A importância da marca no contexto turístico da Madeira”, Master’s thesis, Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias.
- Department of Economic and Social Affairs – Statistics Division. (2010). “International Recommendations for Tourism Statistics 2008”, United Nations Publication, New York.

Direção Regional de Estatística da Madeira (2018). “Estatísticas do Turismo da Região Autónoma da Madeira: Resultados Definitivos 2017”, Direção Regional de Estatística da Madeira, Funchal.

European Travel Commission (ETC) (2017). “European Tourism in 2017: Trends & Prospects (Q1/2017)”, [online] Available at: [http://www.etc-corporate.org/reports/european-tourism-2017-trends-and-prospects-\(q1-2017\)](http://www.etc-corporate.org/reports/european-tourism-2017-trends-and-prospects-(q1-2017))

European Travel Commission (ETC) (2019a). “European Tourism: Trends & Prospects (Q1/2019)”, [online] Available at: https://etc-corporate.org/uploads/2019/05/ETC-Quarterly-Report_Q1-2019_Public-1.pdf

European Travel Commission (ETC) (2019b). “European Tourism: Trends & Prospects (Q2/2019)”, [online] Available at: https://etc-corporate.org/uploads/2019/07/ETC-Quarterly-Report_Q2_2019.pdf

Faria, V. (2014). “Avaliação do hotel Vidamar Resorts Madeira”, Master’s thesis. ISCTE Business School: Instituto Universitário de Lisboa.

Fernandes, F. (2010). “A cultura da água: da patrimonialização das levadas da Madeira à oferta turística”, PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, Vol. 8, nº 4, pp. 529-538.

Fernandes, F. (2015). “O estudo dos sistemas turísticos e a antropologia. Madeira: um estudo de caso”, Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, Vol.13, nº3, pp. 425-434.

Fernandes, F. (2016). “Built heritage and flash floods: Hiking trails and tourism on Madeira Island”, Journal of Heritage Tourism, Vol. 11, nº1, pp. 88-95. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2015.1082574>

Jardim, J. (2013). “Plano de negócios: madtours”, Master’s thesis. ISCTE: Instituto Universitário de Lisboa.

Jesus, E. (2016). “Madeira: developing a new tourism paradigm”, Worldwide Hospitality and Tourism Themes, Vol. 8, nº 6, pp. 711-715. <https://doi.org/10.1108/WHATT-09-2016-0049>

Kirilova, K., Lehto, X., Cai, L. (2016). “Existential Authenticity and Anxiety as Outcomes: The Tourist in the Experience Economy”, International Journal of Tourism Research, Vol. 19, nº 1, pp. 13-26. <https://doi.org/10.1002/jtr.2080>

Machado, L. P. (2010). “Does destination image influence the length of stay in a tourism destination?” Tourism Economics, Vol. 16, nº

2, pp. 443-456. <https://doi.org/10.5367/000000010791305554>

Machado, L. P. (2012). “The consequences of natural disasters in touristic destinations: The case of Madeira Island – Portugal”, Tourism and Hospitality Research, Vol. 12, nº1, pp. 50-56. <https://doi.org/10.1177/1467358411429636>

Machado, L. P. (2013). “Destination image & competitiveness: the case of Madeira island”, Doctoral dissertation. Universidade de Lisboa: Instituto Superior de Economia e Gestão.

Machado, L. P., Almeida, A. (2014). “The On-going Process of Reinventing Classic Tourism Destinations - The Case of Nordic Tourists in Madeira Island”, Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, Vol. 13, nº1, pp. 24-43.

<https://doi.org/10.1080/15022250.2014.961242>

Marujo, N. (2012). “Imagen y Promoción de los Destinos Turísticos en Internet: El caso de los municipios de la Isla Madeira”, Estudios y Perspectivas en Turismo, Vol. 21, nº4, pp. 825-837.

Marujo, N. (2013). “O desenvolvimento do turismo na Ilha da Madeira”, Turydes – Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local, Vol. 6, nº15, pp. 1-16.

Marujo, N. (2014). “Turismo e eventos culturais: a Festa da Flor na Ilha da Madeira e as motivações dos turistas”, Tourism & Management Studies, Vol. 10, nº 2, pp. 26-31.

Marujo, N. (2014). “Turismo e eventos especiais: a Festa da Flor na Ilha da Madeira”, Tourism & Management Studies, Vol. 10, nº 2, pp. 26-31.

Marujo, N. (2015). “Eventos culturales y motivaciones de los turistas: La Fiesta de Fin de Año en Isla de Madeira – Portugal”, Estudios y Perspectivas en Turismo, 24, pp. 40-55.

Miguel, L. (2015). “Plano de marketing para a empresa DIMA-Distribuição Madeira, LDA”, Masters’ thesis. Universidade de Lisboa: Instituto Superior de Economia e Gestão.

Nelson, V. (2015). “Tourist Identities in Narratives of Unexpected Adventure in Madeira”, International Journal of Tourism Research, 17, pp. 537-544. <https://doi.org/10.1002/jtr.2161>

Noite, L. (2016). “A gestão de desempenho dos colaboradores no setor hoteleiro na Região Autónoma da Madeira”, Masters’ thesis. Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias: Escola das Ciências Económicas e das Organizações.

Oliveira, P., Pereira, P. T. (2008). “Who values what in a tourism destination? The case of Madeira Island”, *Tourism Economics*, Vol. 14, nº 1, pp. 155-168.

PRISMA (2009). “PRISMA flow diagram”, [online] Available at: <http://www.prisma-statement.org/Default.aspx>

Rodrigues, E. (2016). “A aliança indissociável entre o turismo cultural e o turismo em espaço rural na Madeira”, *Tourism & Management Studies*, Vol. 12, nº 2, pp. 70-77. <http://dx.doi.org/10.18089/tms.2016.12208>

Rodrigues, H. (2013). “Plano de negócios: Madeira in hostel”, Masters’ thesis. ISCTE: Instituto Universitário de Lisboa.

Sampaio, A. (2012). “Wine tourism and visitors’ perceptions: a structural equation modeling approach”, *Tourism Economics*, Vol. 18, nº 3, pp. 533-553. <https://doi.org/10.5367/te.2012.0132>

Secretaria Regional da Economia, Turismo e Cultura (2016). “Estratégia para o Turismo da Madeira 2017-2021”, [online] Available at: <http://www.madeirapromotionbureau.com/media/1731/estrategia-para-o-turismo-da-madeira.pdf>

Silva, M. (2011). “O Processo de Planeamento Estratégico em Turismo: O Caso ‘Quintas da Madeira’”, Masters’ thesis. Universidade Fernando Pessoa.

Simková, E. (2014). “Psychology and its application in tourism”, *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 114, pp. 317-321. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.704>

Sousa, A. (2014). “O turismo de natureza no Funchal”, Masters’ thesis. Universidade de Coimbra: Departamento de Geografia da Faculdade de Letras.

Sousa, A. (2015). “Valorização do património tradicional em Santana: um contributo para o crescimento do turismo cultural da Madeira”, Masters’ thesis. Universidade do Minho.

United Nations World Tourism Organization (2018). “UNWTO Tourism Highlights – 2108 edition”, [online] Available at: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419876>

World Travel Awards (2013). “Europe’s Leading Island Destination 2013”, [online]

Available at: <https://www.worldtravelawards.com/award-europes-leading-island-destination-2013>

World Travel Awards (2014). “Europe’s Leading Island Destination 2014”, [online] Available at: <https://www.worldtravelawards.com/award-europes-leading-island-destination-2014>

World Travel Awards (2015). “World’s Leading Island Destination 2015”, [online] Available at: <https://www.worldtravelawards.com/award-worlds-leading-island-destination-2015>

World Travel Awards (2016a). “Europe’s Leading Island Destination 2016”, [online] Available at: <https://www.worldtravelawards.com/award-europes-leading-island-destination-2016>

World Travel Awards (2016b). “World’s Leading Island Destination 2016”, [online] Available at: <https://www.worldtravelawards.com/award-worlds-leading-island-destination-2016>

World Travel Awards (2017a). “Europe’s Leading Island Destination 2017”, [online] Available at: <https://www.worldtravelawards.com/award-europes-leading-island-destination-2017>

World Travel Awards (2017b). “World’s Leading Island Destination 2017”, [online] Available at: <https://www.worldtravelawards.com/award-worlds-leading-island-destination-2017>

World Travel Awards (2018a). “Europe’s Leading Island Destination 2018”, [online] Available at: <https://www.worldtravelawards.com/award-europes-leading-island-destination-2018>

World Travel Awards (2018b). “World’s Leading Island Destination 2018”, [online] Available at: <https://www.worldtravelawards.com/award-worlds-leading-island-destination-2018>

World Travel Awards (2019). “Europe’s Leading Island Destination 2019”, [online] Available at: <https://www.worldtravelawards.com/award-europes-leading-island-destination-2019>

Fatores Intensificadores da Experiência Turística: O Caso do Mercado Medieval de Óbidos, Portugal

Intensifying Factors of the Tourism Experience: The Case of the Medieval Market of Óbidos, Portugal

Ricardo José Pedras Rodrigues Ribeiro
rribeiro@me.com

Doutorando em Turismo – Universidade de Sevilha, Espanha.
CiTUR – ESTM/IPLeiria

Francisco Teixeira Pinto Dias
francisco.dias@ipleiria.pt

Doutor em Ciências do Turismo - Universidade de Perpignan, França
CiTUR – ESTM/IPLeiria

António Sérgio Araújo de Almeida
antonio.s.almeida@ipleiria.pt

Doutor em Ciências do Turismo - Universidade de Perpignan, França
CiTUR – ESTM/IPLeiria

Resumo/ Abstract

O presente estudo examina o Mercado Medieval de Óbidos (MMO), Portugal, visando evidenciar alguns aspetos relevantes da gestão e co-criação da experiência turística em eventos de recriação histórica. Partindo de uma revisão da literatura sobre conceitos centrais e da observação das interações no seio da organização do evento, foi elaborado um Modelo de Gestão de Experiências em Eventos de Recriação Histórica, servindo de grelha de leitura ao processo de cocriação do certame como um todo. Adotou-se como instrumento analítico a Pirâmide da Experiência Turística (Tarssanen e Kylänen, 2005) com o objetivo de examinar fatores de intensificação da experiência que levam à incorporação de valores da comunidade por parte dos visitantes. Neste estudo de caso conclui-se que os principais fatores de intensificação da experiência turística são o envolvimento, a perceção de autenticidade e os sentidos lúdico e educacional.

This study is dedicated to the Medieval Market of Óbidos (MMO), Portugal, aiming to highlight strategies adopted by event managers and local actors in order to offer meaningful experiences to visitors. Taking into account a review of the literature on central concepts and through observation of interactions within the organization of the event, it was prepared a management model of experiences in historical reenactment events, serving as reading grid to process co-creation of the event as a whole. It was adopted as analytical instrument the Pyramid of Tourism Experience (Tarssanen e Kylänen, 2005) in order to examine factors of intensification of the experience that lead to the incorporation of community values on visitors. In this case study it was assumed that the main factors of increasing the tourism experience is the involvement, the lack of authenticity and the playful and educational senses.

Palavras-chave: Património Cultural, Eventos, Experiência Turística

Código JEL: H7; J4; L8; O2

Keywords: Cultural Heritage, Events, Tourist Experience.

JEL Code: H7; J4; L8; O2

1. INTRODUÇÃO

À medida que o turismo se vai expandindo e diversificando, as organizações de gestão de destinos (OGD) turísticos adotam estratégias de diferenciação, visando manter e/ou reforçar a competitividade dos seus destinos em mercados muito saturados de ofertas originais (Webster e Ivanov, 2014). Neste contexto, o património histórico, tangível e intangível, constitui um recurso turístico valioso e inimitável, mas a sua utilização deve ser criteriosa visando a sua sustentabilidade, porque ele é também a essência da comunidade que nele ancora a sua memória e identidade.

Na senda de Andrade (2008) e Gonçalves (2003), podemos afirmar que o património, a memória e a identidade formam uma tríade sistémica de conceitos interdependentes. O património constitui o acervo de memória coletiva que confere sentido à identidade de uma comunidade. Por conseguinte, podemos definir metaforicamente o património histórico numa dupla aceção: como *âncora* (ligação ao passado, substrato de uma memória coletiva) e como *bússola* (meio de orientação na escolha de um futuro possível) de uma comunidade. Esta visão abrangente do património é de crucial importância na gestão dos eventos de recriação histórica protagonizados por comunidades locais que vivem quotidianamente do (e para o) seu património histórico, em especial quando os locais onde habitam são por elas vividos como lugares de memória (Nora, 2003).

O estudo dos eventos de recriação histórica fornece ao analista uma oportunidade soberana para esboçar um quadro de inteligibilidade do conjunto de fatores psicossociais e organizacionais que são ativados no processo de cocriação de experiências significativas dos turistas. A ativação destes fatores, que designamos de Intensificadores da Experiência (Ribeiro, 2016), requer a adoção de estratégias de desenvolvimento local endógeno que promovam a assunção identitária e a emancipação das comunidades locais. São estas as condições que permitem a incorporação dos valores da comunidade local por parte do turista, num contexto em que este reinveste na autenticidade como forma de

intensificar a sua experiência, uma vez que, como assinalam Knudsen e Waade (2010), o valor da experiência depende da quantidade de energia investida e do nível de qualidade desse investimento.

Com vista a compreender as dimensões da experiência turística que escapam à observação, consideramos pertinente adotar a Pirâmide da Experiência Turística desenvolvida por Tarssanen e Kylänen (2005), como grelha de leitura que permite relacionar os vários níveis psicológicos da experiência (motivacional, físico, intelectual, emocional e mental) com os vários fatores de influência (isto é, os fatores intensificadores da experiência) que podem ser mobilizados pelos gestores de eventos, de modo a criarem experiências significativas e memoráveis.

Importa ainda ter em conta a natureza coletiva do património histórico-cultural, entendido como legado comum. Assim sendo, os organizadores de eventos de recriação histórica devem incentivar os *stakeholders*, convidando à participação dos agentes culturais, desafiando-os a assumir papéis ativos na produção do evento. Tal abertura à participação coletiva tem como corolários a assunção identitária e a emancipação da comunidade, traduzindo-se também numa oferta de experiências mais diversificada e mais autêntica.

O presente artigo pretende evidenciar alguns aspetos relevantes da gestão da experiência turística em eventos de recriação histórica e apresenta a seguinte estrutura: num primeiro momento enfatizamos a indissociabilidade dos conceitos de ‘património cultural’, ‘memória coletiva’ e ‘identidade social’, enquanto recursos nucleares no âmbito do turismo cultural. Em seguida procedemos a uma abordagem de alguns dos fatores considerados basilares do desenvolvimento local endógeno e da assunção identitária das comunidades autóctones. Neste contexto, são preconizadas as estratégias de emancipação das populações locais através de modelos turísticos que privilegiam a convergência máxima de vantagens mútuas. Tais estratégias põem em relevo o conceito de autenticidade da experiência turística. Em seguida apresentamos um modelo da experiência turística, representado uma pirâmide que estrutura

hierarquicamente os cinco níveis da experiência: motivacional, físico, intelectual, emocional e mental. A finalizar a parte teórica apresentamos um modelo de gestão de experiências em eventos de recriação histórica que sintetiza os aspetos mais relevantes da revisão da literatura. A parte empírica consiste num estudo de caso – o Mercado Medieval de Óbidos (MMO) – em que se procede à identificação e aferição da eficácia de alguns fatores intensificadores da experiência turística.

Convém realçar, todavia, que o conceito de experiência turística adotado no presente estudo não se restringe à experiência *in situ*, isto é à experiência do visitante no destino, sendo pelo contrário um conceito holístico e abrangente que cobre sequencialmente os três momentos da viagem, designadamente: (1) a fase antecipatória e de planeamento da viagem, em que o imaginário, a motivação e a imagem de destino e as expectativas assumem um papel preponderante; (2) a experiência de viagem e de visita ao destino, em que se observam os fenómenos descritos na pirâmide da experiência turística; (3) a fase pós-visita, em que a experiência é partilhada, recordada e codificada na memória autobiográfica (Amirou, 1997; Park e Santos, 2017).

2. PATRIMÓNIO CULTURAL, MEMÓRIA COLETIVA E IDENTIDADE

A valorização dos recursos identitários de um dado lugar, aliada à preservação do património material e intangível que lhe é subjacente, são unanimemente consideradas como motores do desenvolvimento local e importantes fatores de emancipação das comunidades locais. Com base neste pressuposto, as estratégias municipais de desenvolvimento turístico tendem a privilegiar os eventos culturais criativos, baseados ou inspirados no património, procurando assim obter resultados económicos, elevar a notoriedade da marca de destino e reforçar a coesão social.

O património constitui um fator-chave do desenvolvimento local, enquanto recurso essencial dos produtos de turismo cultural, mas é simultaneamente um recurso vital para as comunidades autóctones. Com efeito, o património é um elemento estruturante da memória coletiva, da imagem dos lugares e da identidade territorial (Carvalho, 2003). Por conseguinte, antes de refletirmos sobre a importância do turismo para os lugares de património, devemos indagar-nos sobre o papel do património enquanto produtor

desses lugares de memória (Nora, 1993; Knez, 2014; Sá, 2018). Como refere Andrade (2008: 570), os lugares de memória são “verdadeiros patrimónios culturais, projetados simbolicamente e [que] podem estar atrelados a um passado vivo que ainda marca presença e reforça os traços identitários do lugar”, uma vez que “a memória se enraíza no concreto, no espaço, no gesto, na imagem, no objeto” (Nora, 1993: 9).

2.1 Conceito de património

O termo património refere-se a algo a ser preservado (Oliven, 2003), daí o termo usado em língua inglesa ser “heritage” (herança). Esta conceção enfatiza a dimensão de património material, entendido como “conjunto dos bens arquitetónicos já não mais integrados nas nossas práticas cotidianas” (Peixoto, 2010: 61), e acentua a importância da sua preservação.

Canclini (1994) acrescenta a esta visão estática do património uma dimensão dinâmica “profundamente associada ao conceito de cultura, onde se inclui hábitos, costumes, tradições, crenças e um acervo de realizações materiais e imateriais” (Peixoto, 2010: 61). O património, como refere Canclini (1994: 97), “expressa a solidariedade que une os que compartilham um conjunto de bens e as práticas que os identifica, mas também costuma ser um lugar de cumplicidade social”.

Alicerçada nesta dupla aceção (visão estática, ligada ao património material, visão dinâmica refletindo a essência do património intangível), a noção de património passou a ser usada não apenas para simbolizar, representar e comunicar a identidade de uma comunidade, mas também para orientar a ação coletiva e servir como guia de orientação do desenvolvimento social. É neste sentido que Gonçalves (2003: 27) afirma que o património “não existe apenas para representar ideias e valores abstratos e para ser contemplado. O património, de certo modo, constrói, forma as pessoas”. Decorre daqui que o património pode ser definido metaforicamente como uma *âncora* (ligação ao passado) e como uma *bússola* (orientação para o futuro), cujas significações são continuamente validadas no presente através da assunção identitária de comunidades vivas e atuantes.

2.2 Lugares de memória e memória dos lugares

Uma forma alternativa de definir património cultural seria descrevê-lo como um acervo de

memória coletiva que confere sentido à identidade de uma comunidade. De facto, sem memória não há identidade. Assim sendo, património, memória e identidade formam uma tríade de conceitos interdependentes. Como refere Andrade (2008: 570), “as memórias são registos vividos que partem das lembranças e eternizam lugares como referências e cenários para uma constante visita ao passado, trazendo em si os mais diversos sentimentos *documentados* e a florados em narrativas, sonhos e percepções”.

A memória social é coletivamente construída e reproduzida ao longo do tempo e, tal como o património cultural, é dinâmica, mutável e seletiva. Dinâmica e mutável, porque se adapta em cada momento às necessidades do grupo; seletiva porque cada grupo filtra a partir de critérios identitários aquilo que deve ficar «gravado na memória» para ser transmitido, como património, às gerações futuras; seletiva também porque as recordações são filtradas para melhor servirem os propósitos de reforço da identidade social (Halbwachs, 1992).

As memórias têm ancoragem no património e estão estratificadas em determinados lugares: “as histórias contadas, tempo a tempo, estão impregnadas no meio, sedimentadas na saudade e a procura de registos e sinais da ausência que descrevem a memória do lugar” (Andrade, 2008: 570). E, como bem refere Gastal (2002: 77), “conforme a cidade acumula memórias, em camadas que, ao somarem-se vão constituindo um perfil único, surge o lugar de memória [...] onde a comunidade vê partes significativas do seu passado com imensurável valor afetivo”. O conceito de lugar de memória foi primariamente enunciado por Nora (1993: 21) como sendo lugares “nos três sentidos da palavra, material, simbólico, funcional”. E para vincar a interpenetração e indissociabilidade do material e do simbólico, o autor afirma: “Mesmo um lugar de aparência puramente material, como um depósito de arquivos, só é lugar de memória se a sua imaginação o investe de uma aura simbólica” (Nora, 1993: 21). Daqui decorre que os lugares de memória são húmus propícios ao florescimento do imaginário.

Podemos assim concluir que os lugares de memória “são verdadeiros patrimónios culturais, projetados simbolicamente, e podem estar atrelados a um passado vivo que ainda marca presença e reforça os traços identitários do lugar” (Andrade, 2008: 570). As memórias dos lugares e os lugares de memória - impregnados de significações, de afetividade, de sentimentos de

identificação e de pertença - conferem uma dimensão de tangibilidade à identidade e à singularidade local. Por isso, como afirma Andrade (2008: 571), “a população [autóctone] constitui a mais importante ferramenta já que é depositária de informações, registos étnicos e sentimentos afetivos, resultado de uma relação com base na topofilia”.

2.3 Memória coletiva e identidade social

Decorre da análise precedente que a memória coletiva é o substrato da construção da identidade, na medida em que reforça o sentimento de pertença identitária e garante a coesão e continuidade histórica da comunidade (Rodrigues, 2006). E, reciprocamente, a identidade reflete todo o investimento que um grupo faz, ao longo do tempo, na construção da memória coletiva (Halbwachs, 1992).

A identidade é um sentimento de pertença a determinado lugar, a um povo ou a um grupo, mas é um sentimento partilhado entre os demais seres humanos que partilham os mesmos valores. E é justamente por se tratar de um sentimento partilhado que a identidade assume um grande valor simbólico.

Além disso, as identidades são diferenciações em curso (Santos, 1994), que definem um “nós” por contraponto a “outros”. E tais definições identitárias/diferenciadoras emergem nos processos interativos que os indivíduos protagonizam na sua vida quotidiana, feita de trocas reais e simbólicas (Rodrigues, 2006; Maalouf, 2003). Por isso, a definição de uma identidade nunca está concluída, sendo sempre um esboço provisório, continuamente (re)negociado, de modo a ajustar-se às vicissitudes de cada momento.

A sociedade como um todo, mas também os grupos que a integram, constroem e reproduzem as suas identidades através da vinculação constante ao seu passado, histórico, mitológico, simbólico e religioso. Como refere Rodrigues (2006), as sociedades são a resultante de processos mitológicos e históricos de contextualização e recontextualização de identidades culturais, ao longo do tempo (Santos 1994).

A identidade cultural e a memória têm uma ligação tão profunda que o imaginário histórico-cultural se alimenta de ambas para se autossustentar e se reconhecer como expressão particular de um determinado povo (Malheiros, Lourenço e Almeida, 2016). E, como veremos adiante, um papel fulcral na definição e redefinição

das identidades coletivas é desempenhado pelas diversas formas de imaginário, seja o imaginário cultural, o religioso ou o turístico (Amirou, 2007).

3 DESENVOLVIMENTO LOCAL ENDÓGENO E ASSUNÇÃO IDENTITÁRIA

O desenvolvimento pode ser entendido como um processo complexo cuja finalidade deve ser a satisfação plena das necessidades económicas, sociais e culturais das populações, desde as mais básicas às de ordem simbólica (Butowski, 2010; Inda e Rosaldo, 2002; Scótolto e Netto, 2015). Daí decorre que os objetivos e as estratégias de desenvolvimento devem subordinar-se aos modos de sentir, pensar e agir das comunidades, o que significa que se torna “imperativo considerar a perceção dos autóctones em relação às condições atuais da localidade, assim como as suas aspirações para o futuro, ou seja, que melhorias querem, o que querem alcançar, como podem contribuir e que mudanças estão dispostos a fazer e a passar para que o almejado desenvolvimento seja alcançado” (Scótolto e Netto, 2015: 45).

É neste contexto que, cada vez mais, se enfatiza a perspetiva do desenvolvimento local endógeno. Trata-se, como sublinha Ávila (2006), de um tipo de desenvolvimento que decorre a partir do interior da localidade e que toma em consideração as suas competências, habilidades e preferências, remetendo para uma visão integrada de desenvolvimento, que seja capaz de valorizar as componentes intangíveis do património e de priorizar os interesses e especificidades locais. Nesse sentido, assume crucial importância a valorização dos ativos culturais como um dos recursos mais importantes para o processo de mudança e de realização do bem-estar das populações (Duarte, 2011).

Estrategicamente utilizado como fator de desenvolvimento endógeno, o turismo pode apoiar as estratégias de *empowerment* e emancipação das populações locais (Inda e Rosaldo, 2002), cumprindo dois objetivos fundamentais que estão alinhados com os desígnios da sustentabilidade: (1) contribuir para o aumento e diversificação dos equipamentos culturais; (2) concretizar mecanismos de dinamização e participação dos agentes sociais.

Assim e neste sentido ganha oportunidade uma visão assente numa “(...) lógica estratégica de convergência de vantagens mútuas,

aproximando autóctones e turistas, proporcionando benefícios económicos e sociais aos primeiros e experiências únicas aos segundos. Os agentes turísticos enfrentam, desta forma, o duplo desafio, que consiste, por um lado, no diagnóstico de mecanismos comunitários de envolvimento (tendo em vista a assunção da identidade local enquanto fator de diferenciação da oferta turística), por outro lado, no diagnóstico de fatores intensificadores da experiência, fazendo jus ao primado da experiência turística” (Almeida e Pinto, 2017: 617).

As aspirações e os projetos das comunidades locais passam a ser metas a concretizar, “colocando-se especial ênfase na participação dos agentes e atores sociais como meio de capitalizar o reforço da respetiva identidade local/regional” (Duarte, 2011: 289). Deste modo, as práticas e representações culturais da comunidade assumem maior visibilidade enquanto meios de reconfiguração da sua imagem e identidade.

3.1 A autenticidade em eventos de recriação histórica

Adotando estratégias de desenvolvimento turístico endógeno, os municípios portugueses têm vindo a apostar em fórmulas inovadoras de desenvolvimento turístico, em particular no âmbito do turismo cultural e dos eventos criativos, como forma de valorização do património histórico-cultural. Destacam-se neste domínio os eventos de recriação histórica. Esta é uma das razões que explicam o crescimento exponencial do número de recriações históricas realizadas anualmente em Portugal. Segundo Reis (2013), calcula-se que em 2010 se tenham realizado no país mais de 120 feiras medievais e quinhentistas de média ou grande dimensão, e pelo menos outras tantas recriações de outras épocas históricas.

A par do evidente sucesso de muitos destes eventos, são frequentes as críticas da parte de representantes da academia (e.g., Prista, 2013; Coronado, 2014; Canavan, 2016, Nguyen e Cheung, 2016), que consideram que a comercialização da cultura local através de eventos culturais leva inevitavelmente à perda do valor genuíno das tradições locais. Essas discussões sobre a eventual perda de autenticidade das tradições tendem a recuperar o tema clássico da “autenticidade encenada” (MacCannell, 1973), já com o meio século de história.

Assim, para se proceder a uma avaliação dos impactos socioculturais dos eventos de

recriação histórica, importa previamente examinar as diversas aceções de autenticidade, atendendo à polissemia deste conceito.

De um modo geral, a autenticidade é a característica daquilo que é genuíno, original, inalterado ou “verdadeiro” (Dias, 2009). Além disso, no âmbito do turismo, a autenticidade refere-se a uma espécie de motivação: a busca de experiências culturais genuínas (Marujo, 2015). Ora, a crítica ao turismo, inúmeras vezes reiterada, fundamenta-se na existência de um suposto ciclo vicioso descrito por MacCannell (1973) do seguinte modo:

(1) Os turistas procuram “produto autêntico” nos locais que visitam;

(2) Os locais que dispõem de “produto autêntico” passam a ser muito visitados;

(3) Nos locais mais visitados, a oferta de “produto autêntico” torna-se insuficiente para satisfazer a crescente procura;

(4) Perante uma procura excessiva, as entidades e empresas locais passam a oferecer o falso autêntico, isto é, produtos não-genuínos.

Sob a ação do modelo fordista que gerou o turismo de massas, e que pontificou na segunda metade do século XX, a perda de autenticidade dos produtos turísticos traduzia-se na substituição gradual do produto genuíno pelo *kitsch* destituído de valor cultural, por exemplo: o artesanato evoluía para o souvenir industrial; as danças etnográficas evoluíam para números de folclore sem valor cultural mas fáceis de comercializar, etc.

Apesar do cenário descrito acima poder ser um retrato fiel da realidade do turismo de massas de outrora, e, apesar de em muitos destinos ainda persistir uma certa propensão para a vulgarização dos produtos culturais, as modernas conceções de autenticidade, com foco na experiência turística, contribuem para reforçar as estratégias de desenvolvimento turístico endógeno, em particular nos destinos que apostam em eventos criativos, como é o caso dos eventos de recriação histórica.

Como se ilustra no Quadro 1, a autenticidade inclui várias dimensões e todas elas podem ser ativadas pelos gestores de destinos para desenvolverem eventos culturais criativos de forma sustentável. Para tal, é importante respeitar a memória do lugar, o que implica ter em consideração as especificidades do património construído (religioso, arquitetónico, arqueológico), de modo a garantir a preservação dos valores da autenticidade objetiva (MacCannell, 1973). Mas os eventos de recriação histórica não são

réplicas fiéis de um qualquer evento original. Por isso, o que realmente conta é a adesão íntima aos valores da comunidade e a sua incorporação por parte dos participantes, o que remete para uma noção mais subjetiva: a autenticidade existencial (Wang, 1999).

Porém, entre as duas noções diametralmente opostas – por um lado, uma noção que remete para a realidade objetiva, para a genuinidade dos objetos e que enfatiza o papel do olhar (Urry, 2001) e, por outro, a autenticidade existencial que considera as vivências subjetivas dos turistas –, emerge o conceito de *autenticidade performativa* (Knudesen e Waade, 2010) que tem como foco a experiência turística, e que se baseia numa visão holística que abrange o corpo e a mente do turista, mas também o lugar da experiência.

Segundo Knudesen e Waade (2010), a autenticidade performativa envolve todos os órgãos dos sentidos (visão, audição, tato, paladar e cheiro) e o corpo como um todo, mas também os lugares onde as ações acontecem e, mais importante ainda, esses lugares são autenticados pelas emoções, pela afetividade e pelas sensações que lhes são associadas.

No âmbito do turismo, falar da autenticidade performativa é falar da gestão da experiência turística, num contexto de economia afetiva (Knudesen e Waade (2010), o que implica um “reinvestimento” na autenticidade. Segundo estes autores, o consumidor (e.g., turista, viajante) reinveste na autenticidade como forma de intensificar a experiência, enquanto os gestores turísticos locais e as autoridades reinvestem na autenticidade para promoverem a marca da sua cidade ou região. O valor depende da quantidade de energia investida e do nível de qualidade desse investimento (Knudesen e Waade, 2010).

Por outro lado, os gestores de eventos de recriação histórica não podem ignorar o papel do imaginário turístico como produtor de expectativas, quer dos visitantes, quer dos residentes locais. Apesar de ser inglório tentar recriar de forma fidedigna as tradições e modo de vida de uma época histórica longínqua, não deixa de ser importante conciliar as expectativas dos vários atores do sistema turístico, de modo a garantir um elevado nível de autenticidade simbólica (Jansson, 2002). Por exemplo, o uso de telefones celulares ou certos tipos de calçado por parte de “personagens medievais”, podem desacreditar uma recriação histórica. Para prevenir tais situações, os gestores de eventos podem/devem estabelecer um conjunto de boas práticas,

Quadro 1: Aceções da noção de autenticidade (exemplificação com o caso MMO)

	Descrição sumária das características associadas a cada tipo de autenticidade	
Autenticidade objetiva	Autor:	MacCannell (1973, 1976)
	Foco concetual	Objetos materiais, incluindo produções humanas
	Modo de validação	Validação do carácter genuíno do objeto por peritos
	Aplicabilidade:	Património arqueológico, religioso e arquitetónico
	Adulteração:	Fraude, produção de réplicas sem valor
Autenticidade existencial	Autor:	Wang (1999)
	Foco concetual	Autenticidade do Eu – sinceridade e espontaneidade
	Modo de validação	Sentimento pessoal
	Domínio de aplicação:	Domínios do lazer e do turismo
	Adulteração:	N/A
Autenticidade simbólica	Autor:	Jansson (2002)
	Foco concetual	Relação entre imaginário turístico e perceção do destino
	Modo de validação	O local visitado deve confirmar as imagens existentes no reservatório mental do imaginário do visitante
	Aplicabilidade:	Gestão de marcas de destinos turístico
	Adulteração:	Inclusão de elementos fora de contexto e sem critério
Autenticidade performativa	Autor:	Knudesen e Waade (2010)
	Foco concetual	Experiência
	Modo de validação	Envolvimento mental e corporal pleno nas atividades
	Aplicabilidade:	Atividades turísticas e eventos lúdicos e criativos
	Adulteração:	Não aplicável: todas as experiências são sempre vividas como autênticas, mesmo as mais desinteressantes

Fonte: Elaboração própria

as quais devem ser transmitidas a todos os participantes, sejam eles autóctones ou visitantes.

À luz do exposto, podemos afirmar que as encenações de “história viva” têm potencial para gerar experiências autênticas, atendendo às seguintes circunstâncias:

1) Envolvem vários tipos de participantes, criando dinâmicas de interação lúdica e criativa entre a comunidade local e os visitantes, e, suscitando um elevado grau de identificação com os papéis recreativos que pontualmente desempenham.

2) São contextos dinâmicos de cocriação que envolvem o corpo e a mente dos participantes, criando um clima efetivo/emocional propiciador de experiências intensas.

3) Dão voz ao imaginário dos participantes, os quais, através da assunção de posturas e papéis de personagens ou tipos históricos, recorrem ao acervo de imagens do seu imaginário histórico para investirem ludicamente na apropriação simbólica dos valores da comunidade local.

Em suma, como bem refere Marujo (2015), as experiências de recriação histórica são coproduções coletivas, que podem ser entendidas como experiências de transição ou ritos de passagem (Turner, 1973), e que, ao suscitarem simultaneamente a razão e as emoções, propiciam a experiência do Eu autêntico (Wang, 1999) e vinculam afetivamente os participantes ao lugar (Knudesen e Waade, 2010), numa lógica de *communitas* turística (Turner, 1973).

3.2 O imaginário em eventos de recriação histórica

O imaginário turístico - entendido como imagens e representações ligadas historicamente às viagens e às férias - constitui um dos três vértices do “triângulo antropológico” da experiência turística. Os outros dois são as sociabilidades (entre amigos, famílias, com comunidade local, etc.) e a relação com o espaço (real ou imaginário, natural ou artificial, físico ou

simbólico) (Amirou, 2007; Dias, 2006; Pereira, Gonçalves e Dias, 2012).

A ideia de autenticidade é um componente essencial do imaginário turístico, pois promete-nos uma viagem ao centro das coisas, ao mundo verdadeiro (Amirou, 1999). E, considerando o conjunto de significações e conotações comumente associadas aos eventos de recriação histórica, consideramos que a noção de autenticidade existencial releva de um imaginário turístico que corresponde ao “espaço mental” do turista, e que se desdobra em três tipos (Amirou, 2007; Dias, 2009):

1) Imaginário heroico: implica o desejo de assumir risco e desafiar os elementos. Aventura, descoberta, procura de emoções fortes, pôr à prova as suas capacidades, ultrapassar fronteiras e demais experiências-limite (modos de ação simbolizados pelos aventureiros lendários), são alguns dos meios que permitem vivenciar um certo tipo de autenticidade existencial, validando o autoconceito, e ao mesmo tempo dar voz a um sentido de heroicidade.

Embora muito presente no turismo de natureza e de aventura (alpinismo, desportos radicais, viagens solitárias, etc.), o imaginário heroico consubstancia-se na atribuição de significações a papéis lúdicos dos eventos de recriação histórica (ser “nobre”, “cavaleiro” ou “templário” por um dia, corresponde a um investimento afetivo e simbólico em personagens com traços evidentes de heroicidade).

2) Imaginário intimista: este padrão de imaginário é tributário das noções de charme, de aconchego e de repouso, que convida o indivíduo a contemplar a paisagem, a procurar ambientes tranquilos de museus ou aldeias, a privilegiar reencontros com amigos e familiares.

Pela tonalidade colorido emocional e manifesta simplicidade que os caracteriza, os eventos de recriação histórica tendem a recriar um imaginário de *communitas*, um espírito comunitário de proximidade que dilui as diferenças de estatuto social entre os participantes;

3) Imaginário cíclico: induz as pessoas a retomarem práticas habituais e regulares nas suas férias: manter a tradição, regressar periodicamente ao mesmo lugar, praticar a mesmo tipo de atividades, em suma, reproduzir uma espécie de rito que instaura novas ciclicidades, sobrepondo-as às que pautam a vida quotidiana.

Os eventos de recriação histórica são rituais de verão que se repetem anualmente e que garantem um elevado nível de lealdade dos

visitantes, principalmente por parte daqueles que se norteiam por um imaginário cíclico.

3.3 Modelo de experiência turística para eventos de recriação histórica

Decorre do que ficou expresso anteriormente que a experiência turística é passível de ser gerida numa lógica de autenticidade performativa, criando condições favoráveis para a participação ativa dos visitantes, nomeadamente em eventos de recriação histórica. Nesse sentido, vários elementos tangíveis e intangíveis do património podem ser resgatados como fatores intensificadores da experiência turística, tal como sugerem Tarssanen e Kylänen (2005) na sua Pirâmide da Experiência Turística.

A Pirâmide da Experiência Turística preconizada para a análise da experiência em eventos de recriação histórica (Figura 1) é basicamente idêntica à que foi proposta originalmente por Tarssanen e Kylänen (2005), apenas incluindo duas alterações essenciais: as dimensões “estória” e “individualidade” foram substituídas, respetivamente, por “imaginário” e “comunidade”. Tais adaptações visam dar mais consistência ao modelo, adaptando-o às especificidades das experiências turísticas em eventos de recriação histórica.

A pirâmide identifica cinco níveis da experiência (motivacional, físico, intelectual, emocional e mental) e seis dimensões (autenticidade, imaginário, percepção, comunidade, interação e contraste) que intervêm em simultâneo para gerarem uma experiência significativa. Estes são os “ingredientes” que os gestores de eventos podem utilizar para propiciarem experiências significativas.

Este modelo é uma ferramenta concetual útil, na medida em que permite analisar os elementos que integram o processo de intensificação da experiência num determinado contexto ou evento turístico. Assim, tendo por base a observação *in loco* do Mercado Medieval de Óbidos, podemos ilustrar a sua aplicabilidade a eventos criativos de recriação histórica, do seguinte modo:

- A nível motivacional (1º nível) emerge da decisão do visitante/turista participar no evento, provavelmente tendo por base os seguintes fatores “pull” (Crompton e McKay, 1977): desejo de participar num evento festivo; conviver com amigos; interagir ludicamente com a comunidade formada por nativos e outros

visitantes;

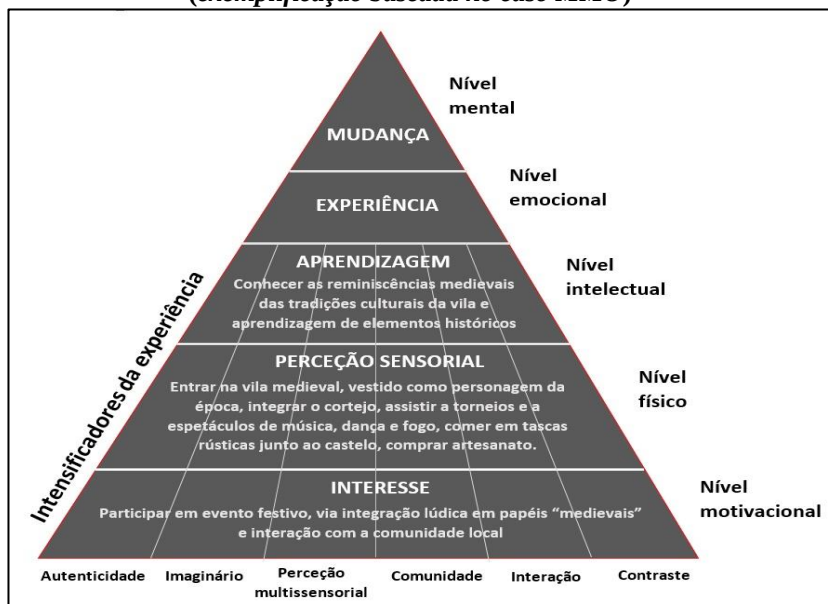
- No plano das ações (2º nível), a situação é multissensorial podendo envolver integralmente o corpo e a mente do turista. No caso MMO, os participantes podem ser personagens históricos, ostentando a respetiva indumentária, integrar o cortejo que percorre a vila de lés-a-lés, assistir a torneios e concertos, experimentar a gastronomia, divertir-se, etc.

- Num 3º nível (intelectual) ocorre a aquisição de novos saberes e conhecimentos relativos às tradições e costumes da época que é objeto de recriação histórica. O sentido global da aprendizagem reside na assimilação dos valores do património.

- Os dois níveis superiores da pirâmide da experiência têm um cunho puramente psicológico e correspondem aos correlatos emocionais e mentais das atividades físicas e cognitivas/intelectuais que constituem os conteúdos observáveis da experiência.

Dado que a natureza humana é de tipo bio/psíquico/sócio/cultural, todos os cinco níveis da experiência ocorrem simultânea e solidariamente, numa unidade sistémica. Por conseguinte, os gestores de eventos têm a possibilidade de influenciar a qualidade da experiência turística como um todo, se concentrarem a sua ação nos três níveis inferiores da pirâmide.

Figura 1 - Pirâmide da experiência turística para eventos criativos (exemplificação baseada no caso MMO)



Fonte: Adaptado de Tarssanen e Kylänen, 2005

4. A GESTÃO DA EXPERIÊNCIA TURÍSTICA

O turista procura a sua autorrealização através de experiências diferentes e diversificadas, por meio da sua inserção em culturas locais, interagindo e participando em atividades organizadas pelos autóctones. Além disso, como foi referido, a experiência turística (trans)forma as pessoas, e essas mudanças são tanto mais profundas quanto mais intensamente as experiências forem vividas. Contudo, a experiência não proporciona apenas uma transformação do sujeito, já que o território também sofre alterações.

Nestes contextos de interação geram-se oportunidades de convergência de vantagens

mútuas entre as necessidades experienciais dos turistas/visitantes, por um lado, e as aspirações económico-sociais das comunidades locais, por outro. Assim, como bem referem He, He, e Xu (2018), devemos ter em linha de conta que as decisões das autoridades locais dependem simultaneamente das estratégias adotadas pelas empresas turísticas e pelos turistas. Do igual modo, as estratégias das empresas turísticas podem ser afetadas simultaneamente pelas autoridades locais e pelos turistas.

O espaço intrapessoal e interpessoal da experiência turística abre discussão num amplo contexto, dado que podemos ver o turismo como uma espécie de terapeuta metafórico, concedendo ao turista um tempo para autorreflexão.

O facto de o turismo ter potencial para induzir mudança no comportamento e nos valores dos turistas tem sido revelado num pequeno mas crescente acervo de literatura sobre as mudanças experimentadas por turistas de estadas longas, incluindo os turistas educacionais, os voluntários no estrangeiro e os mochileiros (Brown, 2013).

No entanto, como assinalam Almeida e Almeida (2017), a importância da experiência turística não se restringe aos níveis intrapessoal e interpessoal, sendo também determinante como fator de motivação das comunidades locais para determinadas práticas emancipadoras. É a partir deste duplo envolvimento e interação recíproca entre visitantes e comunidade que se consolida a experiência global do destino, a qual por seu turno contribui para modelar a imagem de marca dos destinos.

A importância social dos festivais e eventos, principalmente em termos económicos e culturais, mas também ambiental, exige que a pesquisa acompanhe as necessidades da indústria e das comunidades, mas também explore novos territórios, assuma riscos, seja arrojada na sua conceção e execução e incentive a colaboração interdisciplinar (Laing, 2018). Com base nestes pressupostos, elaborámos o *Modelo de Gestão de Experiências em Eventos de Recriação*

Histórica (Figura 2), sumariando e integrando contributos teóricos das várias disciplinas científicas que se debruçam sobre as questões do património e da memória coletiva, da identidade, do desenvolvimento endógeno, da autenticidade e do imaginário, e ainda as modernas conceções sobre experiência turística.

A gestão de eventos criativos baseados na história de uma comunidade deve ter como ponto de partida uma adequada aferição do valor simbólico e identitário do seu património histórico-cultural. Enquanto lugares de memória, as aldeias e vilas históricas condensam uma elevada simbologia e uma enorme carga afetiva, que se projetam no imaginário cultural, quer das comunidades locais, quer dos visitantes. Cabe aos gestores de eventos interpretar adequadamente a energia afetiva e a simbologia condensadas no património, enquanto expressão da memória coletiva e da identidade.

Trata-se de um legado comum; e, por isso, os gestores de eventos devem criar condições favoráveis à participação de todos os agentes culturais, convidando-os a assumir um papel ativo na organização e produção do evento, contribuindo assim para assunção identitária e para a emancipação da comunidade, o que por sua vez se traduz numa oferta de experiências mais rica, mais diversificada e mais autêntica.

Figura 2: Modelo de Gestão de Experiências em Eventos de Recriação Histórica



Fonte: Elaboração própria

De facto, a cocriação de uma oferta cultural genuína, baseada na participação criativa dos atores e associações culturais, pode ser considerada um pré-requisito para o sucesso deste tipo de eventos. É com base nas redes de atores locais, enquanto cocriadores do evento, que os gestores municipais conseguem aprimorar e ativar os fatores de intensificação da experiência turística, como veremos no estudo empírico.

Uma vez garantidos todos os pressupostos referidos no parágrafo anterior, os gestores de eventos de recriação histórica podem, num primeiro momento, investir com elevado sucesso na captação de públicos, e, com isso contribuir para o reforço da imagem de marca do destino, e, num segundo momento, propiciar aos visitantes contexto apropriados para experiências significativas, em contexto de cocriação, convidando-os a tomar parte ativa no evento, através da adoção dos mais variados papéis. Assim se garantem os pressupostos da autenticidade performativa que induz os visitantes a assumirem os valores da comunidade, envolvendo-se de forma profunda nas ações, e, desse modo, vivendo experiências significativas e memoráveis.

5. ESTUDO DE CASO: O MERCADO MEDIEVAL DE ÓBIDOS, EDIÇÃO DE 2015

5.1 Metodologia

A presente investigação teve como objetivo principal examinar a experiência dos participantes na edição de 2015 do MMO, enquanto estudo de caso, através da análise dos fenómenos observados na experiência turística. Subsidiariamente, como segundo objetivo, procurámos identificar os níveis de satisfação, envolvimento e incorporação dos visitantes nas atividades desenvolvidas.

Na definição e elaboração do método de pesquisa privilegiamos uma abordagem de tipo misto, combinado a coleta de dados qualitativos e quantitativos. O processo de recolha de dados seguiu a seguinte sequência de etapas complementares:

- Análise documental da informação publicada sobre o evento pela empresa municipal Óbidos Criativa, com o propósito de conhecer a programação, as entidades participantes, bem

como as mensagens veiculadas durante a comunicação do evento.

- Entrevista com o presidente da empresa municipal Óbidos Criativa, ocorrida no dia 19 de junho de 2015, com o propósito obter uma compreensão mais holística sobre o evento (modelo de gestão, parcerias, aspetos relevantes da programação).

- Inquérito por entrevista aos participantes no MMO, cujas perguntas e variáveis estão apresentadas no Quadro 2.

A realização da entrevista ao presidente da empresa municipal Óbidos Criativa serviu de base à operacionalização das variáveis que foram incluídas posteriormente no inquérito por entrevista. O inquérito foi realizado nos dois últimos fins-de-semana do evento (dias 24, 25 e 31 de julho) em dois idiomas: português e inglês. Era importante perceber e os visitantes manifestam comportamentos de apropriação simbólica, aderindo, participando e identificando-se com as atividades.

Aptou-se por uma amostra por conveniência, considerada como sendo a abordagem mais apropriada para um evento, isto porque os participantes estão em deambulação e há ausência completa de uma base de amostragem (Esu e Arrey, 2009).

Convém ressaltar a proximidade dos investigadores ao evento no âmbito das funções profissionais aí desempenhadas. Neste contexto convém destacar, como sugere Laing (2018) que uma nova abordagem metodológica, que tem um certo mérito na sua aplicação a festivais e eventos, é a auto-etnografia, através da qual o investigador fornece a sua própria perspetiva sobre os fenómenos. Não é ainda amplamente aceite e valorizada, sendo esses estudos muitas vezes caracterizados como narrativas pessoais, inquéritos heurísticos, autobiografias ou histórias ao vivo. Malgrado os desafios que coloca ao investigador, designadamente a necessidade de ser transparente e honesto, esta metodologia tem potencial para ser uma excelente via na exploração das significações das experiências turísticas de festivais e eventos, na perspetiva daqueles que estão envolvidos, e no exame das fontes dessas significações.

Todos os inquéritos por entrevista ocorreram junto ao portão de saída da Vila de Óbidos, a pessoas que naquele dia findavam a sua participação no evento.

Quadro 2: Variáveis do questionário

Dados quantitativos	
Perfil do participante: (dados quantitativos)	Género, idade, nacionalidade, local de residência, nº de vezes que participou em edições anteriores, nº de dias de permanência em Óbidos (não residentes)
Estatuto do participante	a) Visitante/turista que ocasionalmente visita Óbidos no momento em que decorre o Mercado Medieval b) Visitante/turista que decidiu visitar Óbidos para participar no Mercado Medieval c) Membro de uma das associações que participa nas atividades do Mercado Medieval d) Residente em Óbidos ou num dos concelhos do Oeste, podendo visitar Óbidos inúmeras vezes
Tipo de envolvimento	Participação no evento com ou sem traje medieval
Participação nas atividades	Cortejo, torneio, teatro de rua, espetáculo de fogo, música, gastronomia, dança, jogos medievais
Dados quantitativos	
Motivos de participação	Resposta livre
Intensificadores da experiência turística (descreva em que medida se sentiu a “viajar à Idade Média” com recurso a cada um dos seguintes elementos)	• Trajes medievais
	• Torneio/liça
	• Cortejo
	• Música e dança
	• Teatro/deambulação
	• Espetáculos de fogo
	• Gastronomia
	• Património arquitetónico
Vontade de repetir a experiência	Resposta livre
Impressões sobre o evento	Resposta livre
Comentários e sugestões	Resposta livre

Fonte: Elaboração própria

Na análise dos dados qualitativos, procedemos a uma sistematização da informação através de três etapas sucessivas:

- num primeiro momento, realizámos uma leitura flutuante dos comentários dos inquiridos, com o propósito de identificar as unidades categoriais de registo mais compatíveis com o material semântico disponível;
- em seguida, procedemos à formulação das categorias de análise a aplicar a todo o material disponível. Foram assim identificadas as seguintes categorias de análise: autenticidade, envolvimento, sentido educacional e sentido lúdico;
- por último, com vista a evitar e/ou minorar os enviesamentos da subjetividade, cinco

juízes independentes foram convidados participar na codificação da informação nas referidas categorias de análise.

5.2 Amostra

Tratando-se de uma amostra por conveniência e de dimensão reduzida, não se pretende esboçar o perfil sociodemográfico dos participantes do MMO, mas tão somente obter informações de carácter barométrico relacionadas com o objeto de estudo: os fatores intensificadores da experiência turística. Além disso, para diversificar a amostra, houve o cuidado para não entrevistar duas pessoas da mesma família ou do mesmo grupo.

A amostra foi constituída por 63 respostas válidas. Do total de entrevistados, 54% são do género feminino. Relativamente à nacionalidade, 67% dos inquiridos eram turistas nacionais e 33% estrangeiros. Sendo o traje considerado um elemento relevante no mercado medieval, quer pela comunidade obidense, quer pelos visitantes, é importante realçar que 51% dos inquiridos ostentavam trajes medievais no momento em que estavam a ser entrevistados. Muito importante também do ponto de vista da atratividade do evento é o facto de 82% dos inquiridos ter afirmado que se deslocou propositalmente a Óbidos para participar no MMO. Ou seja, para a maioria dos entrevistados o evento constitui o motivo primário da visita. E em reforço da ideia de que a participação no MMO constitui o principal motivo da visita, 72% dos entrevistados referiram que estavam a realizar uma visita de um dia a Óbidos. Além disso, quase metade dos entrevistados (49%) já haviam participado no evento em anos anteriores.

5.3 O Mercado Medieval de Óbidos

O Mercado Medieval de Óbidos teve a sua 1ª edição em 2002 e, de acordo com o presidente da empresa Municipal Óbidos Criativa, tem sido considerado um evento de sucesso por parte da autarquia, atendendo ao forte envolvimento da comunidade local que, através dos seus artesãos e das coletividades de cultura, recreio e desporto, sediadas no concelho, se tem empenhado na cocriação das atividades de animação do evento, conferindo-lhe um cariz genuinamente coletivo. A participação ativa das associações locais é considerada mutuamente vantajosa, uma vez que constitui uma vantagem óbvia para a entidade organizadora – a empresa municipal Óbidos Criativa – que assim consegue realizar plenamente o seu objetivo de envolver a comunidade e, ao mesmo tempo, oferecer um leque variado de atividades com um baixo esforço financeiro; mas é também vantajosa para as associações participantes, que passam a ter no MMO uma importante fonte de receitas, para assim reforçarem os respetivos orçamentos, e assim poderem financiar as suas próprias atividades.

De acordo com informações publicadas na brochura do evento pela empresa municipal Óbidos Criativa, as coletividades do concelho participam ativamente na programação e cocriação do evento (ver Quadro 3) e essa

participação traduz-se na criação de uma oferta gastronómica de “tipo medieval”, através da instalação de tavernas rústicas, e numa grande variedade de atividades de animação cultural, que integram a programação do evento, com atividades nas seguintes áreas: música e dança medieval; homens de armas com torneios a pé; tiro com arco e provas de destreza; acampamento medieval; aluguer de trajes; oficinas de artífices; exposições; palestras; jogos infantis; teatro de deambulação; figurantes.

Este modelo de coprodução também contribui para criar empatia com os visitantes, os quais se sentem muito bem recebidos, envolvidos numa atmosfera lúdico-criativa em que os atores encarnam uma identidade cultural genuína, que se supõe autêntica, em que prevalece a espontaneidade, em detrimento de guiões pré-formatados e papéis ensaiados.

A programação do MMO é diversificada, sendo concebida de modo a permitir uma grande diversidade as vivências relacionadas com a época medieval, e abrangendo a gastronomia, a música, a dança, os trajes, os torneios a cavalo e apeados, o cortejo, os jogos medievais, o teatro de deambulação, a animação de rua, os espetáculos de fogo e a ceia medieval.

A nossa abordagem empírica ao MMO teve como foco estes elementos da programação, concetualizados na análise como fatores intensificadores da experiência turística. Foi também com base na desses elementos da programação que examinámos o valor percebido da experiência global dos visitantes e o modo como eles incorporam os valores da comunidade.

5.4 Apresentação e discussão dos resultados

Em linha com o que afirmámos anteriormente relativamente à autenticidade performativa em eventos de recriação histórica, no presente estudo procurámos aferir, através de uma amostra de conveniência, a eficácia da entidade gestora do MMO na utilização de fatores intensificadores da experiência turística. Como fatores intensificadores da experiência foram considerados os seguintes dispositivos: trajes medievais, torneio a cavalos/liça, teatro de rua e deambulações de saltimbancos, a música e a dança, a gastronomia em tascas medievais, os espetáculos de fogo e o cortejo.

Numa primeira apreciação da atratividade específica das várias áreas de programação, verifica-se que, ao serem questionados sobre os

motivos de participação no MMO, 35% dos entrevistados referiram diversão e a animação como motivo principal. Num segundo plano surgem motivos mais específicos, designada-

mente a gastronomia, o estar com a família e a curiosidade, com valores muito próximos: 17%, 15% e 14%, respetivamente.

Quadro 3: Associações participantes na cocriação do MMO edição 2015

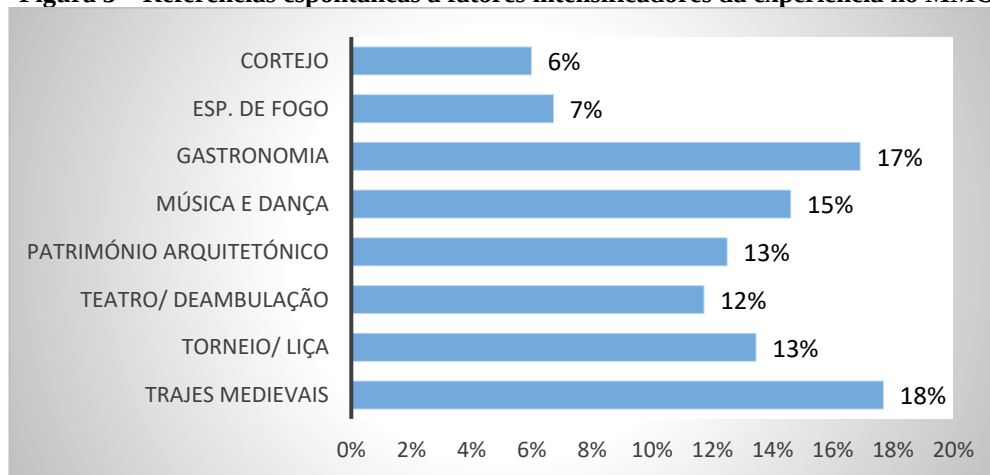
Associações	Tavernas	Animação
Associação Caçadores, Agricultores, Pescadores de A-dos-Negros	X	
Associação Desenvolvimento Social da Freguesia de A-dos-Negros	X	
Associação Espeleológica de Óbidos		X
Associação Hípica “O Cavalo d’Óbidos”	X	X
Associação Humanitária dos Bombeiros Voluntários de Óbidos	X	
Associação Josefa D’Óbidos		X
Associação O Socorro Gaeirense	X	X
Associação Recreativa Cultural dos Amigos da Capeleira e Navalha	X	X
Associação Recreativa e Desportiva União Sancheirense	X	
Centro Cultural Social e Recreativo do Arelho	X	X
Centro Social Cultural e Recreativo da Amoreira	X	
Corpo Nacional de Escutas – Agrupamento 753 Óbidos	X	X
Grupo Desportivo de A-dos-Negros	X	
Grupo Desportivo do Vau	X	
Santa Casa da Misericórdia Óbidos	X	
Sociedade Filarmónica e Recreativa das Gaeirense	X	X
Sociedade Musical e Recreativa Obidense	X	
Sport Clube do Bairro	X	X
União de Amigos de Olho Marinho	X	
União Filarmónica de A-da-Gorda	X	X

Fonte: Elaboração própria baseada em Óbidos Criativa, E. M. (2015)

Relativamente à participação nas várias atividades do MMO, os espetáculos de música obtiveram o maior número de referências: 18% do total de inquiridos. A gastronomia emerge na 2ª posição, com 17%. Os torneios a cavalo e apeados assumem também grande relevo, com participação de 16% dos inquiridos. O teatro deambulatório, a animação de rua e a dança, com valores no intervalo entre os 12% e os 9%, destacam-se do cortejo medieval e dos espetáculos de fogo, uma vez que estes acontecem diariamente apenas uma vez: o cortejo medieval ocorre, na abertura, e o fogo, no encerramento. Os jogos medievais representam 8% e, por último, a ceia medieval surge como residual com menos de 1%.

Visando aferir os aspetos mais significativos das experiências, identificámos nos depoimentos dos entrevistados as referências espontâneas aos aspetos referidos como mais interessantes e/ou gratificantes. Tais aspetos foram por nós conceptualizados como fatores intensificadores da experiência, na perspetiva da autenticidade performativa. Da análise das respostas (Figura 3), constata-se que os trajes medievais constituem o fator mais importante, com 18% de referências espontâneas, seguindo-se a gastronomia com 17%. Os fatores menos referidos foram os espetáculos de fogo e o cortejo com 7% e 6% respetivamente, em parte porque estas atividades também correspondem a níveis de participação comparativamente inferiores.

Figura 3 – Referências espontâneas a fatores intensificadores da experiência no MMO



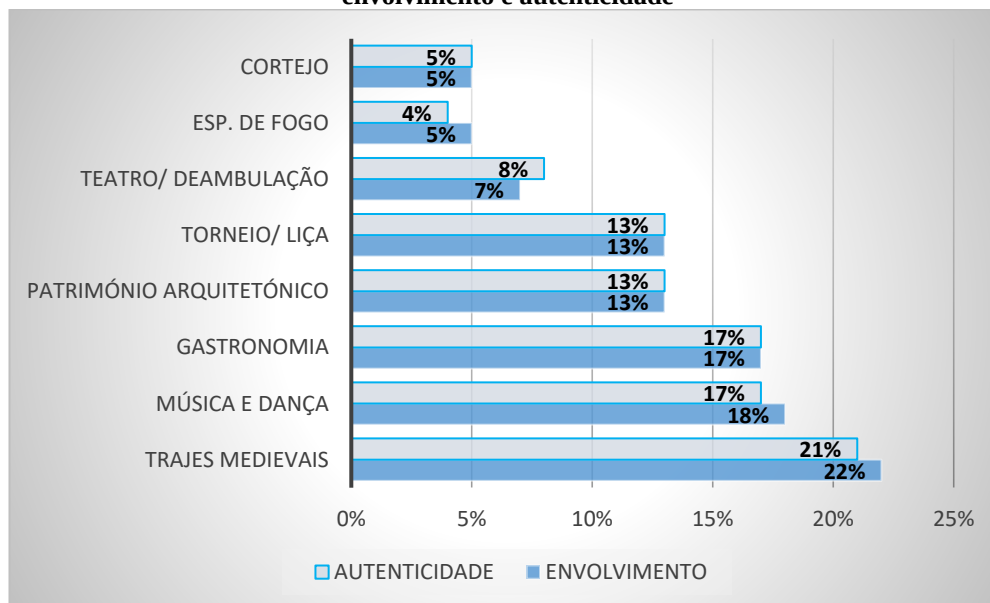
Fonte: Elaboração própria com base nos depoimentos dos entrevistados

Em consonância com os modelos da autenticidade em eventos de recriação histórica (ver Quadro 1 acima), as referências espontâneas à autenticidade constituem um bom indicador de incorporação dos valores simbólicos e de identificação com as atividades do evento. Deste ponto de vista, é possível constatar, a partir dos comentários dos inquiridos, que os trajes medievais constituem o elemento mais marcante, com 18% de respostas. A livre adoção de um tipo de personagem histórica (“nobre”, “rainha”, “mouro”, “templário”, entre outros), parece estar muito presente no imaginário da

Idade Média, constitui um importante intensificador da experiência turística dos participantes, na medida em que reforça a sua perceção de autenticidade e a identificação com os valores da comunidade.

Entre as alusões espontâneas à autenticidade do evento é também frequente o tema da gastronomia, com 17% de referências. Com menor incidência, destaca-se o cortejo medieval que obteve apenas 5% dos comentários avaliativos dos entrevistados (mas deve-se reiterar que esta é uma atividade que só ocorre num momento preciso: na abertura diária do evento).

Figura 4 – Avaliação dos fatores intensificadores da experiência turística: envolvimento e autenticidade



Fonte: Elaboração própria tendo por base os dados das entrevistas

A autenticidade e o envolvimento nas atividades, que estão na base da incorporação dos valores do evento, são processos psicossociais intimamente interligados entre si. Por isso, não admira que os valores destas duas variáveis apresentem perfis muito similares (ver Figura 4). Os dados evidenciam que os trajes medievais, a música/dança e a gastronomia (cuja referência varia entre 17% e 22%) constituem os principais fatores de intensificação da experiência turística do MMO. De novo, os espetáculos de fogo e o cortejo (com valores entre 4% e 5%) surgem em último plano, pelo que se pode concluir que têm menor impacto nas percepções de autenticidade e no envolvimento dos visitantes. Complementarmente, procedemos à análise e identificação das várias dimensões do conceito de autenticidade contidas nos comentários livres dos entrevistados (Quadro 4).

As diversas referências dos entrevistados aos vários fatores intensificadores da experiência no evento MMO estão em consonância com o modelo da Pirâmide da Experiência Turística (Figura 2). Com efeito, a integração simbólica em atividades medievais, apesar da sua essência lúdica e de simulacro, evidencia um efetivo interesse em fazer parte ativa do evento, em assumir “papéis medievais” e em misturar-se com os moradores locais no cortejo (nível 1 da Pirâmide). Além disso, diversos fatores intensificadores exercem conjugadamente uma influência nos participantes que tende a suscitar percepções de autenticidade (nível 2 da Pirâmide) e adicionalmente suscitam vivências e aprendizagens lúdicas e educativas (nível 3 da Pirâmide), como veremos seguidamente.

Quadro 4: Dimensões do conceito de autenticidade contidas nos comentários

Autenticidade objetiva	Referências ao rigor histórico dos trajes medievais, à vila muralhas da vila, à cerca e ao castelo.
Autenticidade existencial	Expressões que denotam uma adesão íntima e empática aos valores da comunidade; referências a uma cumplicidade simbólica com a comunidade local, decorrente de fatores que diluem as diferenças de estatuto entre visitantes e moradores locais.
Autenticidade Performativa	Referências aos trajes e às personagens históricos, à importância do cortejo e à participação em cortejo trajado; câmbio de euros em torreões (moeda “medieval”) e pagamentos com torreões, etc...

Fonte: Elaboração própria com base nos depoimentos dos entrevistados

Um dos propósitos do MMO é proporcionar sociabilidades lúdicas inspiradas no tema da Idade Média e na celebração das tradições locais. A análise qualitativa dos comentários livres dos inquiridos permitiu evidenciar os temas e as categorias relacionadas com o sentido lúdico e educacional do evento MMO (Figura 5). Mais uma vez, são os trajes medievais que assumem primazia, com 19% de referências para a dimensão “sentido lúdico” e 23% para “sentido educacional”. A gastronomia nas tavernas rústicas obtém 17% (sentido lúdico) e 18% (sentido educacional), e com níveis muito similares figura o item música e dança, com 16% (sentido lúdico) e 18% (sentido educacional). Os demais fatores intensificadores da experiência estão também presentes, embora com menor intensidade.

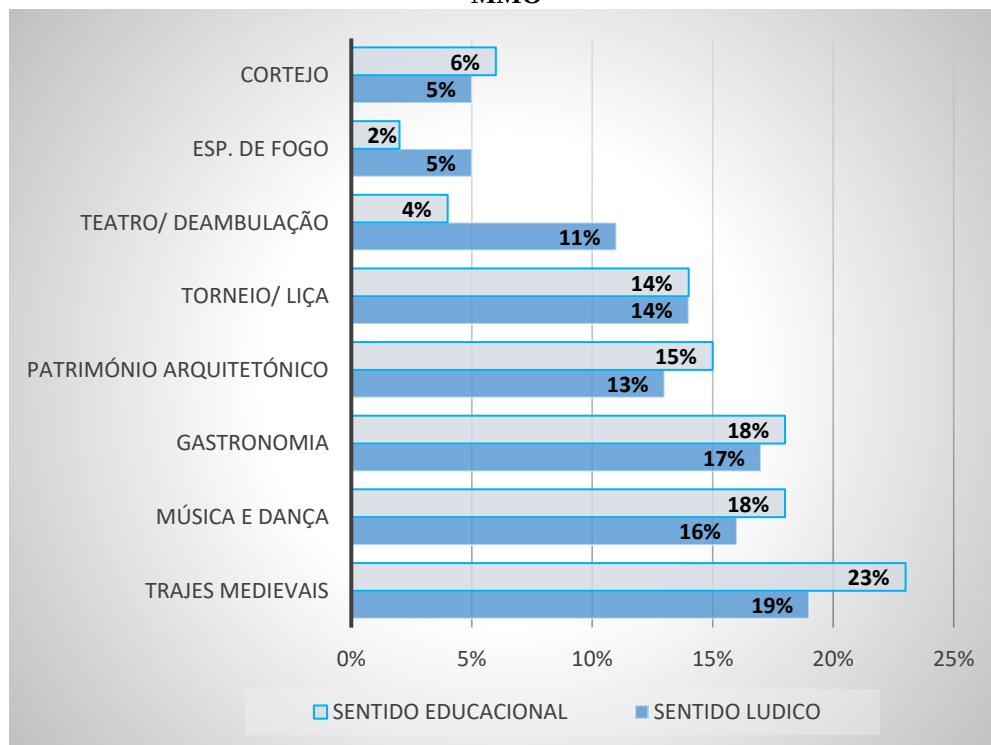
Do ponto de vista da ética e da sustentabilidade, estes dados reforçam a ideia, segundo a qual, os eventos de recriação histórica podem combinar otimamente os valores lúdicos e educacionais, tornando estes dois conceitos quase indissociáveis. Com efeito, verifica-se que os dois tipos valores apresentam níveis de intensidade similares nos mesmos fatores, permitindo fazer a seguinte elação: quanto mais as pessoas se divertem com a História mais aprendem sobre ela!

Por último, merece especial realce o facto de os comentários livres dos inquiridos evidenciar níveis de satisfação muito elevados. Com efeito, para além das referências à participação, à autenticidade e ao sentido lúdico/educativos, muitos dos comentários constituem expressões muito abonatórias e de manifesta exaltação.

Além disso, ao serem questionados sobre se teriam vontade de repetir a experiência, as respostas dos inquiridos foram inequívocas: 95%

manifestaram a sua intenção de repetir a visita para poderem reviver experiências similares.

Figura 5 - Valor educacional e lúdico associado aos fatores intensificadores da experiência turística do MMO



Fonte: Elaboração própria tendo por base os dados das entrevistas

6. DISCUSSÃO E CONCLUSÕES

O desenvolvimento local endógeno é um conceito-chave na produção de eventos de recriação histórica, principalmente em vilas muradas que mantêm uma ligação forte ao passado, como é o caso de Óbidos. O presente estudo revela que a gestão de experiências em eventos de recriação histórica (Figura 2) constitui um desafio assaz complexo, na medida em que se legitima (e se baseia) nos valores simbólicos e identitários inscritos no património histórico-cultural da comunidade, e, esses valores são o suporte do imaginário coletivo que dá ancoragem às experiências de cocriação, as quais envolvem num mesmo cenário criativo os habitantes locais e os visitantes/turistas, ambos influenciados pelas respetivas perceções de autenticidade. Por isso, as opções de gestão de um evento como o MMO serão sempre uma questão fulcral, sobretudo tendo em vista a preservação e promoção de valores sustentáveis.

Não obstante o carácter exploratório do presente trabalho, os dados do presente estudo

sugerem que o MMO é um evento maduro, capaz de fidelizar participantes e de atrair novos públicos. Além disso, a decisão de participação no MMO é na maioria dos casos o motivo principal de visita à vila. Os trajes medievais constituem o elemento mais efetivo na criação de uma atitude de forte envolvimento por parte dos turistas/visitantes, sendo valorizado acima dos demais elementos, incluindo a gastronomia que, regra geral, aparece na segunda posição.

O envolvimento ativo (físico e afetivo) no MMO, a autenticidade, o sentido lúdico e o sentido educativo são importantes aspetos analíticos que permitem aferir o nível de participação e a qualidade das experiências de participação no evento. Esses vários aspetos são intensificados sob a ação conjugada de um conjunto de elementos de animação que facilitam a “viagem no tempo” rumo à História: o cortejo, os torneios equestres e apeados, o teatro de rua, o artesanato, a música, a dança, os trajes medievais, a gastronomia, os espetáculos de fogo e os jogos. Entre todos estes fatores, e, dada a

importância que os visitantes lhes atribuem, convirá destacar:

(1) **Trajes medievais.** São disponibilizados num leque variado de opções e a escolha de um traje concreto requer uma decisão sobre o tipo de personagem que se pretende assumir (Nobre, Mouro, Clérigo, Cavaleiro, Templário, Mercador, etc.). É assim criado um ambiente marcadamente teatral que convida os participantes a uma integração plena no evento, como atores de pleno direito, participando num ritual coletivo num local que tem como cenário um castelo e respetivas muralhas. Acresce ainda o impacto positivo para a marca do destino que decorre desta experiência única (única mesmo para quem repete a visita, pois pode variar de personagem), uma vez que a partilha de imagens nas redes sociais acontece de imediato.

(2) **Gastronomia.** Em tascas primitivas ou tavernas rústicas, as associações culturais e recreativas do concelho oferecem menus de “tipo medieval”, com prevalência de carnes de churrasco, servidas em pratos toscos, e acompanhados geralmente por broa e vinho em canecas a condizer. Ora, sendo uma experiência gastronómica muito envolvente (mobiliza todos os sentidos), uma ceia medieval é algo que se destaca profundamente na memória dos participantes.

Todos estes fatores conjugados – elementos cenográficos (vila medieval, que é uma das melhor conservadas de Portugal), um ambiente festivo “medievalesco”, programação diversificada mas coesa, atores trajados à moda (“atores locais”?; “atores turistas”?) e ainda uma gastronomia característica – licenciam a imaginação para uma “viagem autêntica” à Idade Média, num contexto de *communitas*. Deste modo, o património local, tangível e intangível, assume uma importância capital numa lógica de desenvolvimento turístico endógeno.

Contudo, a conclusão mais relevante deste estudo não é a que decorre da apreciação de cada fator de intensificação da experiência *per si*, mas sim do seu efeito conjugado na experiência dos participantes: os dados empíricos revelam claramente que quanto maior o envolvimento pessoal, maior é também o sentimento de autenticidade, maior o sentido lúdico e também maior o sentido educacional. Parece que neste caso o todo é bem maior que a soma das suas

partes, dado que os referidos fatores estão fortemente correlacionados entre si, e, desta interação resulta uma experiência significativa e memorável. Por conseguinte, julgamos apropriado designá-los como Fatores Intensificadores da Experiência Turística.

Mais significativo ainda é a constatação de que a adesão crescente dos visitantes aos trajes medievais, tal como vem sendo constatado anualmente pela organização do MMO, manifesta uma apetência dos visitantes em se integrarem de corpo e alma no evento. A incorporação no MMO através do uso do traje medieval acaba por revelar-se como uma experiência única de partilha e interação social, de divertimento e de expressão de protagonismo por interpostas personagens que ganham vida no evento. Esta amplitude de identificação e valorização intra e interpessoal acaba por servir como uma ferramenta para a incorporação dos valores locais, tanto no plano cultural como no âmbito social. Nesta perspetiva, entendemos a incorporação dos valores da comunidade local como ponto culminante da experiência turística, a partir do qual se opera uma efetiva mudança interior.

Deste ponto de vista, vale a pena resgatar a conceção de turismo defendida por Amirou (2007) que o descrevia como uma tripla mutação: *mutação espacial/geográfica* (aqui exemplificada como visita ao MMO), *mutação societal* (exemplificada como adoção de novos papéis lúdicos e fusão afetiva numa *communitas*) e *mutação existencial*, que consiste no efeito duradouro da experiência a nível mental, remetendo assim para o nível superior da pirâmide da experiência turística (Figura 1).

Este estudo abre assim portas para investigações que pretendam responder a interrogações suscitadas por eventos culturais criativos, cada vez mais em voga, dando nomeadamente pistas de abordagem à problemática da seleção dos estímulos mais eficazes para gerar experiências significativas, numa lógica de cocriação, recorrendo a reminiscências da infância pessoal ou do passado histórico, questionando se esses estímulos estarão combinados em dose apropriada para transmitirem sensações de identificação identitária e incorporação de valores, tendo em vista outros propósitos emancipadores que não aqueles que se enquadram propriamente no presente estudo de caso.

BIBLIOGRAFIA

- Almeida, P. e Almeida, A. S. A. (2017). Introdução à Gestão de Animação Turística. 2ª Edição, Lisboa, Lidel.
- Almeida, A. S. A. e Pinto, R. (2017). Religiosity and Tourism: the primacy of experience, *Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi. Ciências Humanas*, 12 (2): 615-627.
- Amirou, R. (2007). *Imaginário turístico e sociabilidades de viagem*. Vila Nova de Gaia, Estratégias Cristivas.
- Amirou, R. (1999). Les nouvelles mythologies du tourisme, *Sciences Humaines*, 90: 22-25.
- Andrade, C. (2008). Lugar de memória... Memórias de um lugar: Patrimônio imaterial de Igatu, Andaraí, BA. *Pasos – Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 6 (3): 569-590.
- Ávila, V. F. (2006). *Cultura de sub/desenvolvimento e desenvolvimento local*. Sobral-CE: Edições UVA.
- Brown, L. (2013). Tourism: A catalyst for existential authenticity. *Annals of Tourism Research*, 40: 176-190.
- Butowski, L. (2019). Tourism as a development factor in the light of regional development theories. *Tourism*, 20 (1): 5 -10.
- Canclini, N. G. (1994). O patrimônio cultural e a construção imaginária do nacional. *Revista do Patrimônio Histórico Artístico Nacional*, 23: 94-115.
- Carvalho, P. (2003). Patrimônio e (re)descoberta dos territórios rurais. *Boletim Goiano de Geografia*, 23 (2): 173-196.
- Crompton, J., and McKay, S. L. (1977). Motives of attending festival events. *Annals of Tourism Research*, 24 (2): 425-439.
- Dias, F. (2006). *Impacts et bénéfices perçus du tourisme et soutien des Portugais à la touristification de l'arrière-pays*. Tese de Doutorado. Universidade de Perpignan.
- Dias, F. (2009). Visão de síntese sobre a problemática da motivação turística, *Percursos e Ideias – Revista do ISCET*, 1 (2): 117-143.
- Duarte, A. (2011). O “patrimônio” enquanto ferramenta de desenvolvimento: O caso de dois municípios portugueses. *Atas do II Seminário de Pesquisa em Museologia dos Países de Língua Portuguesa e Espanhola*, ICOM / ICO-FOM, Buenos Aires.
- Esu, B., and Arrey, V. (2009). Branding cultural festival as a destination attraction: a case study of Calabar Carnival Festival. *International Business Research*, 2 (3): 182-192.
- Gastal, S. (2002). Lugar de memória: por uma nova aproximação teórica ao patrimônio local. In: Gastal, S. (org.), *Turismo investigação e crítica*. São Paulo: Contexto, pp. 69-81.
- Gonçalves, J. R. S. (2003). O patrimônio como categoria de pensamento. In: R. Abreu e M. Chagas (orgs). *Memória e patrimônio: ensaios contemporâneos*. Rio de Janeiro: DP&A Editora, pp. 21-29.
- Halbwachs, M. (1992). *On Collective Memory*. Chicago, University Chicago Press.
- He, P., He, Y., and Xu, F. (2018). Evolutionary analysis of sustainable tourism. *Annals of Tourism Research*, 69: 76–89.
- Inda, J., and Rosaldo, R. (2002). Introduction: a world in motion. In J. Inda e R. Rosaldo (eds.), *The Anthropology of Globalization: a Reader*. Malden-Oxford: Blackwell, pp. 1-36.
- Jansson, A. (2002). Spacial phantasmagoria. The mediatization of tourism experience. *European Journal of Communication*, 17 (4): 429-443.
- Knez, I. (2014). Place and the self: An autobiographical memory synthesis. *Philosophical Psychology*, 27 (2), pp. 164-192.
- Knudsen, B. T., and Waade, A. M. (2010). *Re-Thinking Authenticity: Tourism, Places and Emotions*. Channel View Publications, Bristol.
- Laing, J. (2018). Festival and event tourism research: Current and future perspectives. *Tourism Management Perspectives*, 25: 165-168.
- Maalouf, A. (2003). *In the Name of Identity*. London, Penguin Books.
- MacCannell, D. (1973). Staged authenticity: Arrangements of social space in tourism setting. *American Journal of Sociology*, 79(3): 589-603.
- MacCannell, D. (1976). *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. London: Macmillan.
- Malheiros, A. P., Lourenço, P. C. e Almeida, A. S. A. (2016). Contributos para a Assunção Identitária do Patrimônio Judaico em Portugal - O caso de Belmonte. *Revista Portuguesa de Estudos Regionais*, 43: 69-88.
- Marujo, N. (2015). *Turismo, Turistas e Eventos*. Castelo Branco, RVJ Editores
- Nora, P. (1993). Entre a Memória e História: A problemática dos lugares. Trad: Yara Aun Khoury. In *Projeto História*, São Paulo: dez.
- Óbidos Criativa, E.M. (2015). Programa do Mercado Medieval de Óbidos – 2015. Edição da Câmara Municipal de Óbidos.

Oliven, R. (2003). Patrimônio intangível: considerações iniciais. In: R. Abreu, R. e M. Chagas (orgs.), *Memória e patrimônio: ensaios contemporâneos*, Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2003, pp.77-80.

Park, S. and Santos, C. A. (2017). Exploring the Tourist Experience: A Sequential Approach. *Journal of Travel Research* 56 (1): 16–27.

Peixoto, F. C. (2010). A metrópole e a patrimonialização do território: A análise dos bairros de Santa Teresa (Rio de Janeiro) e Alfama (Lisboa). III Seminário Nacional Metrópole: Governo, Sociedade e Território. *Revista TAIMOIOS*, 1: 58-75.

Pereira, O. G., Gonçalves, P. J. M. e Dias, F. (2012). *Manual de Animação Turística e Cultural*. Lisboa, Editora Media XXI.

Reis, R. (2013). As recriações históricas em Portugal: perspetivas e impactos. In F. Cravido, e N. Santos (eds.), *Turismo e cultura: destinos e competitividade*, Coimbra: [s.n.]. pp: 297-335.

Ribeiro, R. (2016). *A incorporação socio-cultural como Fator Intensificador da Experiência Turística – o caso do Mercado Medieval de Óbidos*. Dissertação para atribuição do Grau de Mestre. ESTM – Peniche, 16 de Novembro.

Rodrigues, D. (2006). Patrimônio cultural, Memória social e Identidade: uma abordagem antropológica. *UBI Museum - Revista Online do Museu de Lanifícios da Universidade da Beira Interior*, 1: 1-8.

Santos, B. S. (1994). Modernidade, identidade e a cultura de fronteira». *Tempo Social. Rev. Social. USP*, 5 (1-2): 31-52.

Scótolto, D. e Netto, A. P. (2015). Contribuições do turismo para o desenvolvimento local. *Cultur – Revista de Cultura e Turismo*, 9 (1): 36-58.

Tarssanen, S., and Kylänen, M. 2005. A Theoretical Model for Producing Experiences - A Touristic Perspective. In M. Kylänen (ed.), *Articles on Experiences* 2nd edition. Lapland Centre of Expertise for the Experience Industry. Rovaniemi, pp. 132- 151.

Tude de Sá, A. G. (2018). Um “lugar de memória” e seus objetos: A construção de um museu imaginário. *Revista Iberoamericana de Turismo - RITUR*, 8 (4): 218-232.

Turner, V. (1973). The center out there: the pilgrims' goal. *History of Religion* 12: 191-210.

Urry, J. (2001). *O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*. 3ªed. São Paulo: Studio Nobel

Wang, N. (1999). Rethinking Authenticity in Tourism Experience. *Annals of Tourism Research*, 26 (2): 349-370.

Webster, C. e Ivanov, S. (2014). Transforming competitiveness into economic benefits: Does tourism stimulate economic growth in more competitive destinations? *Tourism Management*, 40: 137-140.

Bacalhau, um Marcador Simbólico da Identidade Alimentar Portuguesa: Um Olhar Sobre o Território de Trás-Os-Montes e Alto Douro

Cod, a Symbolic Marker of Portuguese Food Identity: A Look at the Trás-Os-Montes e Alto Douro Territory

Josefina Salvado

josefina.o.salvado@gmail.com

Doutorada em Turismo pela Universidade de Aveiro (UA). Bolseira de Pós-Doutoramento na UTAD – Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro e Investigadora da GOVCOPP (Unidade de Investigação em Governança, Competitividade e Políticas Públicas - UA)

Veronika Joukes

veronika@utad.pt

Doutorada em Ciências Sociais pela Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Professora Assistente do Departamento de Economia, Sociologia e Gestão da UTAD – Turismo. Investigadora do CETRAD

Resumo/ Abstract

O estudo da alimentação analisa todas as variáveis da existência humana, infiltrando-se nos diversos níveis da vida económica, social e cultural dos territórios. O objetivo deste trabalho é examinar a gastronomia tradicional de Trás-os-Montes e Alto Douro, através da análise dos pratos mais vendidos nos restaurantes e apresentar o bacalhau como um evidente marcador identitário da culinária regional. A estratégia de pesquisa ancorou-se na triangulação de fontes (receituário culinário século XX e 148 inquéritos por questionário) e dados (quantitativos e qualitativos), visando estudar a gastronomia servida nos restaurantes de Trás-os-Montes e Alto Douro, em diferentes perspetivas, e conseguindo uma explicação mais completa dos resultados. Os resultados mostraram uma predominância dos pratos de bacalhau nos cardápios, o que é condizente com as práticas culturais nacionais, revelando-se assim um poderoso marcador de identidade.

The food heritage considers all the human existence variables infiltrating inside of economic, social and cultural territories. This work intended to examine the Trás-os-Montes and Alto Douro traditional gastronomy, by analysing the best-selling dishes in local restaurants and presenting cod as an obvious marker of regional cuisine. The research strategy was anchored in a triangulation methodology of sources (culinary books and 148 surveys by questionnaire) and data (quantitative and qualitative), aiming to study the different perspectives of the Trás-os-Montes and Alto Douro gastronomy and also achieving a more complete explanation of the obtained outcomes. The results showed a predominance of cod in the menus, which is consistent with the cultural practices, being a powerful identity marker.

Palavras-chave: Bacalhau um marcador simbólico; patrimónios alimentares; identidade alimentar; Trás-os-Montes e Alto Douro

Código JEL: Z32, N9

Keywords: Cod a Cultural symbolic marker; Food heritage; Food identity; Trás-os-Montes e Alto Douro

JEL Code: Z32, N9

1. INTRODUÇÃO

“Se o homem não compreender as origens da sua subsistência em termos alimentares, ele não poderá compreender muitos aspetos essenciais da sua identidade cultural.”

Garrido (2003)

O estudo da alimentação analisa todas as variáveis da existência humana, infiltrando-se nos diversos níveis da vida económica, social e cultural dos territórios. Para Montanari (2006) a alimentação é cultura e Marcel Mauss (1968) refere-a como um facto social total complexo, sendo explicado pela junção de várias dimensões, históricas, sociais, económicas, religiosas, políticas, geográficas, artísticas e ideológicas, não sendo apenas um agente de manutenção da vida e da saúde.

Poulain (2002) explica o ato de comer como integrador de fatores fisiológicos, emocionais, simbólicos e socioculturais. Para uma explicitação da temática dos patrimónios alimentares associados ao bacalhau, e para o entendimento da sua posição estratégica no sistema de vida e dos simbolismos de índole material, social, ideológico e cultural na sociedade portuguesa, será realizado na secção 2 um enquadramento teórico. Sustentado na obra de Dias (1950) “Os Elementos Fundamentais da Cultura Portuguesa”, são destacados os marcadores simbólicos da identidade cultural e das memórias coletivas e sociais de Portugal, onde o mar representa um papel unificador da nação e a religiosidade das gentes uma ordem alimentar dominada pela alternância entre períodos sem restrições em matéria de prescrição alimentar, tempos de jejum e abstinência.

Na secção 3 detalham-se os objetivos do trabalho e a metodologia adotada. Pretende-se apresentar o bacalhau como um evidente marcador identitário da culinária da região de Trás-os-Montes e Alto Douro, utilizando uma metodologia de triangulação de fontes (escritas e *survey*) e de coleta de dados (quantitativas:

inquéritos por questionário e inventário de receituário culinário regional e qualitativas: análise de conteúdo de fontes escritas de receituário culinário). Justifica-se a estratégia metodológica com o pensamento de Denzin (1989) que definiu triangulação como a combinação de métodos usados para estudar os fenómenos em múltiplas perspectivas e diferentes ângulos e com os argumentos de Given (2008: 892) que apoia a combinação de métodos quantitativos e qualitativos na pesquisa em ciências sociais, pois “permite entender diferentes dimensões do tema estudado, fortalecendo os resultados obtidos e enriquecendo a sua interpretação”.

A secção 4 foca a gastronomia do bacalhau analisando vários livros de receitas culinárias desde o século XV ao século XX, de modo a construir um referencial histórico da cozinha tradicional portuguesa quanto ao alimento “bacalhau”, mostrando que a formação do gosto e as práticas culturais são determinadas em grande parte, pela aquisição e acumulação de capitais (cultural, social e económico) que se adquirem de processos socializadores e educativos vivenciados (Bourdieu, 1977).

Na secção 5 são tratados e analisados os dados dos inquéritos por questionário realizados em 148 restaurantes de Trás-os-Montes e Alto Douro. A secção 6 encerra o trabalho, concluindo que o bacalhau é um património alimentar identitário de Trás-os-Montes e Alto Douro, sendo o prato de peixe mais vendido (consumido), estando referido com grande destaque nas ementas dos restaurantes e no receituário culinário tradicional do século XX.

2. PORTUGAL: MARCADORES SIMBÓLICOS DA IDENTIDADE CULTURAL

“Nenhuma coisa pode ser nacional se não é popular”

Almeida Garrett, “Romanceiro e Cancioneiro Geral” (1843) in Ribeiro (2012)

O ponto de partida deste capítulo relaciona a alimentação com o conceito de cultura que Geertz (1926) considerou ser uma ciência interpretativa, com um papel importante na construção da vida coletiva das sociedades. Para conhecer os significados dos valores e das práticas sociais que cada grupo manifesta dentro da sociedade, há a necessidade de reconhecer marcadores simbólicos identitários e de heranças culturais, que podem ser históricos, sociais, económicos, religiosos, políticos, geográficos, artísticos, ideológicos.

A este respeito Dias (1950:1) menciona que “A herança cultural dum povo é fatalmente afetada por influências do exterior (aculturações) e por transformações de estrutura determinadas pela sua própria evolução. Além disso, todos nós conhecemos a diversidade cultural das várias regiões naturais da nação portuguesa, agravada ainda pelas diferenças culturais próprias dos estratos sociais que a formam (sic).” O mesmo autor enumera alguns marcadores culturais e identifica o perfil do carácter nacional (Quadro 1).

Quadro 1: Os elementos fundamentais da cultura Portuguesa

O território: A situação geográfica conferiu a missão de estreitar os laços entre os continentes e os homens. A situação geográfica contribuiu para o carácter expansivo da cultura portuguesa e o mar como unificador e estabilizador da Nação. O Atlântico e o estuário do Tejo atraíram as populações para o litoral, gerando um vácuo no interior. Portanto, a geografia faz a história.
A personalidade de um povo: A feição psíquica portuguesa é de um sonhador ativo, idealista, emotivo e imaginativo, a que não falta um fundo prático e realista. O Português é, sobretudo, profundamente humano e sensível, sem ser fraco. Não gosta de fazer sofrer e evita conflitos, mas, ferido no seu orgulho, pode ser violento e cruel; Possui um temperamento afetivo, amoroso e bondoso, onde o coração é a medida de todas as coisas.
A religiosidade: Os portugueses possuem uma forte crença no milagre e nas soluções milagrosas; a religião tem um cunho humano, acolhedor e tranquilo.
O imprevisto: A imaginação sonhadora, a antipatia pela limitação que a razão impõe e a crença milagreira levam-no com frequência a situações perigosas, de que se salva pela invulgar capacidade de improvisação de que é dotado. (...) Nesses momentos a sua inteligência viva, a enorme capacidade de adaptação a todas as circunstâncias e o jeito para tudo, permitem-lhe dominar as situações com êxito.
A adaptação: A capacidade de adaptação, a simpatia humana e o temperamento amoroso são a chave da colonização portuguesa. O Português assimilou adaptando-se. Nunca sentiu repugnância por outras raças e foi sempre relativamente tolerante com as culturas e religiões alheias.

Fonte: Resumido de Dias (1950:4-19).

Portanto, a cultura dá nexos aos diferentes sentidos da identidade, podendo, “em função das culturas, encarnar-se na nação ou na tribo, territorializar-se ou confundir-se com as estruturas comunitárias que, às vezes, anulam mesmo qualquer espacialização” (Amante, 2011:8). Sendo a cultura um determinante na escolha alimentar, a percepção da alteridade (ser diferente) é um ponto básico para entender a identidade. Por isso, os sistemas culinários constituem um espaço de inovação e de permanência, devendo ser considerados como de interesse relevante para a permanência e identidade da cultura portuguesa através do tempo.

No que respeita ao alimento “bacalhau”, o seu consumo está ancorado no legado judaico da sua história cristã e a algumas práticas do Antigo Testamento, que associavam a comida a festividades ou o jejum a formas de purificação e de obediência face a Deus (Albala, 2011:13-14). O cristianismo instituiu uma ordem alimentar dominada pela alternância entre períodos

sem restrições em matéria de prescrição alimentar (por exemplo no entrudo, “come-se de tudo”), mas em outros períodos são exigidos tempos de jejum (onde era apenas permitido tomar uma refeição) e períodos de abstinência (não sendo permitido consumir carne nem outros produtos de origem animal). Durante mais de um terço do ano não se podia comer carne. A igreja católica na época medieval mantinha esse rigoroso calendário de dias de jejum e abstinência, não se limitando ao período da Quaresma, a época do ano em que o bacalhau era “rei” à mesa das classes mais humildes. Este alimento enriqueceu uma dieta da população que era muito pobre e deficiente em proteína animal, apenas baseada em pão, hortaliças e legumes.

No entanto, o bacalhau não era alimento acessível a todos, pois segundo afirma Camacho (1927:130) o trabalhador rural, que era o mais pobre dos membros da sociedade, alimentava-se à base de pão e caldo, “alambazando-se uma ou duas vezes por semana com uma lasca de

bacalhau ou uma amostra de toucinho”, e reforçado por Álvaro Garrido (2004) como um alimento dos “mais remediados”.

Apenas nos finais do séc. XIX, o bacalhau assumirá um estatuto privilegiado na cozinha portuguesa, sendo “um dos pratos mais vulgares” (...) e “tem grande consumo entre todas as classes sociais” Basto (1925:177), integrando com frequência o receituário culinário e tornando-se num símbolo da própria identidade nacional, numa época marcada por um nacionalismo intenso à escala internacional. Será no século XX, através do Artigo 43.º da Lei N.º 13/85 que o Estado assume a proteção das artes culinárias como património imaterial, promovendo o respeito dos valores gerais da cultura e a defesa de identidade e memória coletiva portuguesa. É neste contexto que a cozinha tradicional em Portugal viu consagrada a sua importância associada à identidade nacional, na Resolução do Conselho de Ministros nº 96/2000:

“É hoje inquestionável que a identidade cultural dos povos, a par de bens corpóreos que testemunham o respetivo percurso civilizacional, integra ainda um vasto património intangível que, ao longo do tempo, vai revelando a sua particular visão da realidade. Entre estes modos de expressão cultural, muitas vezes sem suporte físico e mais vulneráveis do ponto de vista da respetiva preservação, mas contudo relevantes pelo contributo para a caracterização de certos aspetos de uma nação ou das partes que a compõem, figuram, entre outras, as artes culinárias. Entendida como o fruto de saberes tradicionais que atestam a própria evolução histórica e social do povo português, a gastronomia nacional integra pois o património intangível que cumpre salvaguardar e promover.”

Esta norma transmite a ideia de que os sabores e saberes tradicionais atestam o avanço histórico e social do povo português e que a gastronomia nacional (na qual o bacalhau joga um papel importante) integra o património intangível que cumpre salvaguardar e promover.

3. METODOLOGIA APLICADA.

Partindo da premissa de preservar e salvaguardar os Patrimónios Alimentares portugueses, surgiu a proposição de partida deste trabalho, que considera “o bacalhau um marcador simbólico da identidade cultural gastronómica de Portugal ao longo dos séculos, refletido pelo volume de consumo e pelo número de receitas praticadas na cozinha nacional”. De seguida foi

definido o território de investigação, tendo a escolha recaído sobre “Trás-os-Montes e Alto Douro” que é o *locus* da Plataforma de Inovação da Vinha e do Vinho – INNOVINE & WINE, e o agente financiador deste trabalho. Destes pressupostos surgem os seguintes objetivos:

- Apresentar o bacalhau como um evidente marcador identitário da cultura regional de Trás-os-Montes e Alto Douro (TMAD);
- Analisar os cardápios dos restaurantes (Tipo Tradicional);
- Identificar os pratos mais vendidos;
- Examinar o destaque atribuído ao bacalhau no receituário culinário portugueses.

A metodologia adotada aplicou triangulação de métodos, fontes e dados, visando aumentar a credibilidade dos resultados obtidos com a pesquisa (conforme Ragin, 1994) e foi usada uma nomenclatura de repartição regional apoiada no conceito “províncias” segundo Girão (1938) que considerava 11 regiões: 01 – Entre Douro e Minho; 02 – Trás-os-Montes e Alto Douro; 03 – Beira Alta; 04 – Beira Litoral; 05 – Beira Baixa; 06 – Ribatejo; 07 – Estremadura; 08 – Alentejo; 09 – Algarve; 10 – Açores; 11 – Madeira.

Os métodos de análise de dados empregues foram quantitativos e qualitativos. Na aplicação dos primeiros, houve uma preocupação em observar padrões/tendências, testar a hipótese e obter um entendimento a nível macro a partir de uma metodologia dedutiva. Para tal, realizaram-se 148 inquéritos por questionário, embora aplicados em forma de entrevista, aos proprietários/gestores da restauração do território Trás-os-Montes (65 entrevistas; 44%) e Alto Douro (83 entrevistas; 56%) no período de 2-11-2018 a 26-02-2019, com a colaboração dos alunos da licenciatura de turismo da UTAD. A recolha e tratamento dos dados tiveram o apoio da aplicação survey123.arcgis.com. Em paralelo foi realizada a inventariação do receituário culinário por região e tipologia gastronómica de duas obras de referência da gastronomia tradicional portuguesa do século XX: “Cozinha Tradicional Portuguesa” de Maria de Lurdes Modesto (1ª edição Verbo - 1982) e “Tesouros da Cozinha Tradicional Portuguesas” de Cancellal de Abreu et al., (1ª Edição Selecções Reader’s Digest - 1984).

A escolha das fontes literárias seguiu a grelha de Albala (2012) que responde a 5 questões: quem escreveu, quando e onde foi publicado, qual o público-alvo e porque foi escrito. Nestas obras do século XX é clara a promoção da

cozinha familiar como símbolo de autenticidade da culinária nacional/regional (assentes em receitas ancestrais que resultaram da procura de conhecimento/investigação por parte dos autores), contrariando a prática de uma culinária internacional homogénea, monótona e não identitária do território.

Quanto aos segundos, os qualitativos, foi executada uma análise de conteúdo às duas obras supracitadas, averiguando a presença de receitas de bacalhau e aos menus de 148 restaurantes da Região de TMAD. A questão colocada no inquérito “Pode enumerar até 3 (três) pratos de peixe que mais vende no seu restaurante e que sejam da cozinha regional?” pretende validar se nos restaurantes de TMAD, o consumo de pratos de bacalhau se destaca nos menus de peixe. Esta observação qualitativa dos dados serviu para aprofundar o entendimento dos resultados quantitativos encontrados.

A combinação destes métodos ocorreu na fase de análise, visando observar o consumo de “bacalhau” não apenas fruto de um gosto alimentar resultante de hábitos culinários e de uma “socialização lenta que começa na infância” (Sobral & Rodrigues, 2013:623), mas também como um símbolo da construção da vida social portuguesa (Abel & Consiglieri, 1998).

4. RECEITUÁRIO DE BACALHAU – CRONOLOGIA DE ALGUNS LIVROS DE COZINHA DO SÉC. XV AO XX.

“O preparo da alimentação varia de país para país, e, no mesmo país, há variações regionais, - a ponto de se poder asseverar: dize-me o que comes, dir-te hei de que terra é...”

Basto, Cláudio (1925:176)

Na alimentação do povo português, o peixe tem a melhor parte entre os produtos de origem animal, com destaque para o bacalhau (*cod gadus morhua*), sendo “o seu primeiro consumidor mundial” (Dias et al. 2011:11 in Sobral & Rodrigues, 2013:623; Coimbra, 1958). Conforme referem Sobral & Rodrigues (2013:619) “O bacalhau possui um estatuto único na cozinha portuguesa, pois é ao mesmo tempo um alimento muito frequente no seu receituário e um símbolo da própria identidade”, desempenhando um

importante papel do ponto de vista económico, religioso, social, político e cultural (Abel & Consiglieri, 1998).

Pela análise de teor aos livros de receita dos séculos XIV a XIX (Quadro 2), o bacalhau não era muito utilizado pelos cozinheiros das classes privilegiadas, estando presente na alimentação dos pobres, nos mosteiros, hospitais e exercito (Consiglieri & Abel, 1999; Sobral & Rodrigues, 2013:622-627). Este facto pode ser confrontado pelo número reduzido de receitas de bacalhau em alguns livros de cozinha clássicos referidos no Quadro 2 e ainda revelado por uma carta datada de 20 de Setembro 1773 da mulher do Morgado de Mateus (Vila Real de Trás-os-Montes) para o marido (era governador de São Paulo) queixando-se de um familiar gostar apenas de comer carnes e que enjoava bacalhau, o único peixe que lá chegava (Belloto, 2007 in Sobral & Rodrigues, 2013:627).

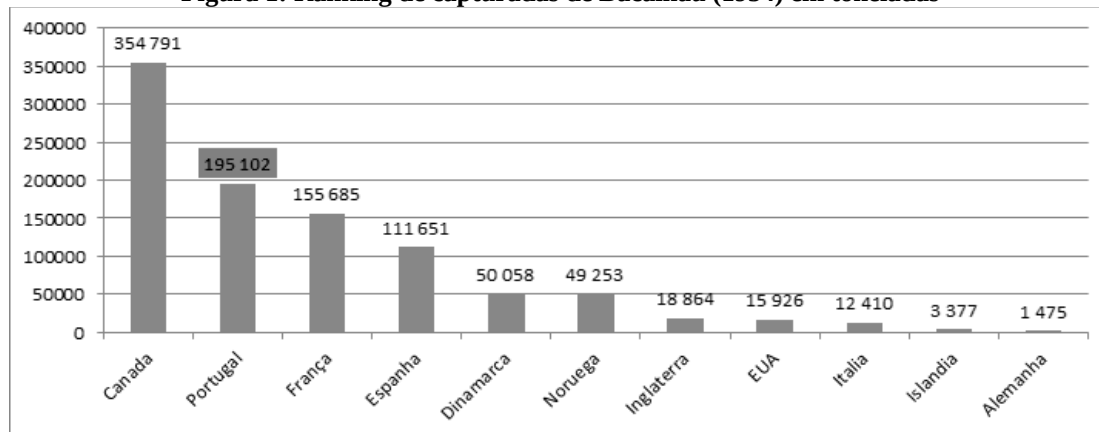
Em Portugal o comércio e consumo de bacalhau principiam a ter predominância no séc. XIV, no reinado de D. Afonso IV. Como atividade económica, começa por ser um negócio privado dos pescadores de Viana do Castelo que diretamente se relacionavam com o Rei de Inglaterra (Amorim, 1987:102), tornando-se num valioso artigo de comércio e uma atividade rentável, com impactes na economia. Nesse período e no século XVI chegaram a estabelecer-se na Terra Nova colónias de pescadores, tendo “Mendo Trigozo (1803) e José Acúrsio das Neves (1830) (...) reivindicado a primazia na descoberta daqueles territórios do Canadá por navegadores portugueses” (in Sobral & Rodrigues, 2013:635). Esta pesca terá sido muito intensa até 1580, período da crise de sucessão que levou ao início da Dinastia Filipina e durou até 1640. Por efeito desta alteração política, os barcos portugueses eram vistos como inimigos de Inglaterra e França, o que obrigou à importação da quase totalidade das necessidades de consumo.

No século XX Portugal detém uma posição privilegiada na pesca, sendo em 1954 o 2º no ranking de capturas mundiais de bacalhau (Figura 1) com 195.102 toneladas logo a seguir ao Canadá, com relevo para Viana do Castelo, Leixões, Porto, Aveiro, Figueira da Foz e Lisboa, como portos importantes da pesca do bacalhau (Girão, 1958).

Quadro 2: Receituário de bacalhau em alguns livros de cozinha desde o séc. XV a XX

“Livro de cozinha da Infanta D. Maria” Sec XV: não integra receitas de bacalhau;
“As receitas de cozinha de um frade português Sec. XVI”: possui 1 receita de bacalhau cozido: receita 75 “Cação leitão e mais seco” (Barro, Anabela (2014);
“Arte da Cozinha”, de Domingos Rodrigues (1693): não tem receitas de bacalhau;
“Receitas de milhores doces e de alguns guizados particulares e remedios de conhecida experiencia que fes Francisco Borges Henriques para uso da sua caza. No anno de 1715 tem seo alfabeto no fim. [1715-1729]”: encontram-se 2 receitas de bacalhau (bacalhau de frigideira e um muolho para bacalhau);
O livro “Cozinheiro Moderno ou Nova Arte de Cozinha” de Lucas Rigaud (1999) incorpora 3 receitas de bacalhau (bacalhau à provençal; à bechamel e assado nas brasas);
“O cozinheiro Imperial” (1843:149) possui 3 receitas de bacalhau (bacalhau: à Provençal, à Bexamela, assado nas grelhas e por outros modos); RCM (1843);
No livro “Arte de cozinha” de João da Mata (1993) encontram-se 9 receitas de bacalhau (à provençal; recheado à Riche-lieu; de cebolada à diplomata; au gratin; à maître d’hotel; à chantilly; açorda com bacalhau; Pastelinhos fritos de bacalhau à holandesa; pastelinhos de bacalhau);
“O cozinheiro Imperial” (1887:191) mostra 14 receitas de bacalhau (bacalhau: à Provençal, à Bexamela, assado nas grelhas, ensopado, por outros modos, ensopado com quiabos, ensopado com camarões, vatapá de bacalhau, em almondegui-nhas ou bolos, bolos ou almondegas de bacalhau à brasileira, em pastel, de escabeche, com molho de avelãs, cozido à bra-sileira e à portuguesa);
“O Cozinheiro Completo ou Nova Arte de Cozinheiro e de Copeiro” do Visconde de Vilarinho de São Romão (1ª ed 1849) não possui receitas de bacalhau, referindo apenas “bolinho” ou “pastel”. Em 1841 no livro “Arte do Cozinheiro e do Copeiro” do mesmo autor, publica também o livro “Manual Prático da Cultura das Batatas”, mas a sua receita assemelha-se às nossas pataniscas;
O livro “Novissima arte de Cozinha” por um mestre de cozinha, (1889) possui 9 receitas de bacalhau (bacalhau à lisbo-nense, à la maître d’hotel, à provençal, au gratin, à Richelieu, à la reine, à espanhola, desfiado, a moda do porto e arroz de peixe com bacalhau).

Fonte: Produção própria com base nas fontes citadas.

Figura 1: Ranking de capturas de Bacalhau (1954) em toneladas

Fonte: Produção própria com dados de ICNAF statistical Bulletin, vol4 1954 in Silva (1957).

Segundo Coimbra (1958:3)

“Cotamo-nos, desde sempre, como um dos maiores consumidores mundiais de bacalhau salgado e seco e sabe-se como a estrutura e o nível de consumo de produtos alimentares, são fortemente influenciados pelas tradições. O mercado é analisado não apenas sob o aspeto da produção e consumo, mas os impactes na economia e ainda averiguar a posição do bacalhau salgado face aos produtos concorrentes na composição do regime alimentar”.

No entanto a distribuição do consumo de bacalhau *per capita* não era homogênea, variando os valores do interior para o litoral, das áreas agrícolas para as industriais e do campo para a

cidade (Coimbra,1958), justificada por Moutinho (1985) pelas desigualdades de rendimentos, que conduziam a hábitos de consumo diferenciados.

Considerando a campanha 1955/56 como referencia, as regiões do litoral eram as que consumiam anualmente mais bacalhau: Minho (7,5 e 9,6 Kg per capita), Douro Litoral (17 Kg per capita), Estremadura (16,5 Kg per capita). As regiões onde se comia menos bacalhau eram as do interior, com exceção de Trás-os-Montes e Alto Douro (4,6 e 4,7 Kg per capita), onde o regular funcionamento do sistema de distribuição e o volume das disponibilidades foram elementos que influenciaram a estrutura dos regimes

alimentares e os níveis de consumo (Coimbra, 1958).

A fortalecer esta ideia, Capatti & Montanari (1999) argumentam que é da deslocalização dos bens alimentares em relação ao seu local de produção (pela via dos circuitos de comercialização) que nascem as identidades territoriais da alimentação.

Mas outros fatores (de índole política, económica e ideológica) podem reforçar o entendimento do bacalhau como marcador simbólico da identidade nacional, como foi o ocorrido no início do século XX, após a instauração da República (1910). Neste período inicia-se um movimento de “refundação da nacionalidade”, onde a promoção das “tradições” visava a afirmação da Nação e da sua identidade cultural. Esta ideologia teve continuidade na 2ª República – Estado Novo, através de políticas corporativistas de reorganização do setor da pesca e da comercialização do bacalhau (Decreto 13.441, de 8 de abril 1927).

No que concerne ao receituário culinário do século XX, encontramos em Portugal duas realidades que se confrontam: livros de cozinha de alta cozinha internacional (que mostram uma clara influência da culinária e gosto francês e italiano (refletidas no nome das receitas, nos produtos utilizados e nas formas de preparação) e a cozinha simples e plebeia (com uma forte afirmação da identidade e autenticidade da cozinha portuguesa e da gastronomia típica).

Focando na segunda categoria, foram analisados dois livros de cozinha (“Cozinha

Tradicional Portuguesa” de Maria de Lourdes Modesto, editada em 1982 pela Editora Verbo e os “Tesouros da cozinha Tradicional Portuguesa” de Lopo Cancellata de Abreu, José Eduardo Mendes Serrão, Maria Emilia Cancellata de Abreu, Francisco D’Andrade Roque de Pinho e, publicado em 1984 pelas Selecções do Reader’s Digest).

Soares (2018:162) destaca que “o predomínio das influências estrangeiras nos cardápios dos livros impressos em Portugal desde o século XVII, atingira um ponto de saturação. Os ideais nacionalistas acesos ainda no século XVIII, com a Revolução Francesa inflamam-se ao longo do século XIX (e de um modo muito particular durante o século XX, no período conhecido como Estado Novo) e serviram de rastilho para, também no setor da literatura culinária, aparecer o primeiro livro hasteando a bandeira nacionalista portuguesa”, suportado pela ideologia religiosa e destinados a um público-alvo feminino das “donas de casa”.

Caracterizando os livros de receitas quanto ao seu conteúdo (Quadro 3), verifica-se que a “Cozinha Tradicional Portuguesa” de Maria de Lourdes Modesto (1982) possui 800 receitas, das quais 130 são de peixe (74 das receitas integram dezoito tipos de peixe diferentes: atum, barbos, cação, carapaus, cascarra, cavala, chicharros, enguias, espada, garoupa, pargo, pescada, peitinga, raia, salmonetes, sardinha, sável, trutas) e 56 receitas utilizam o bacalhau.

Quadro 3 – Resumo do Nº de receitas por livro

Livros de receitas	Nº Páginas/ Nº receitas	Sopa	Carne	Peixe	Doce	Outro	Nº receitas com Bacalhau
Cozinha Tradicional Portuguesa. Maria de Lourdes Modesto (1982)	336/800	88	132	130	177	273	56
Tesouros da cozinha Tradicional Portuguesa. Cancellata D'Abreu et al. (1984)	399/653	46	220	111	177	99	47

Fonte: Produção própria com base nas fontes indicadas no quadro

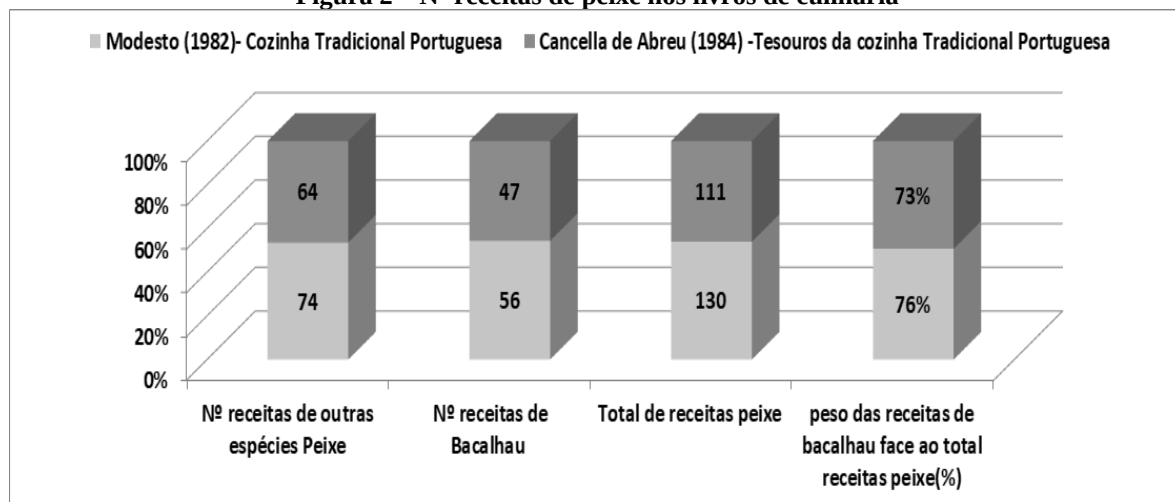
Na obra “Tesouros da cozinha tradicional Portuguesa” de Cancellata de Ábreu et al. (1984) encontram-se 653 receitas, das quais 111 são de

peixe (64 das receitas utilizam vinte e um tipos de peixe diferentes: achigã, atum, carapaus, carpa, eirós, enguias, espada, goraz, lampreia,

linguados, pargo, pescada, raia, salmão, salmónetes, sardas, sardinhas, sável, tainha, tamboril, trutas) e 47 de bacalhau. De uma forma gráfica, a Figura 2 apresenta a relevância do bacalhau no

receituário culinário de peixe, dos autores indicados com um peso de 76% e 73% respetivamente.

Figura 2 – Nº receitas de peixe nos livros de culinária

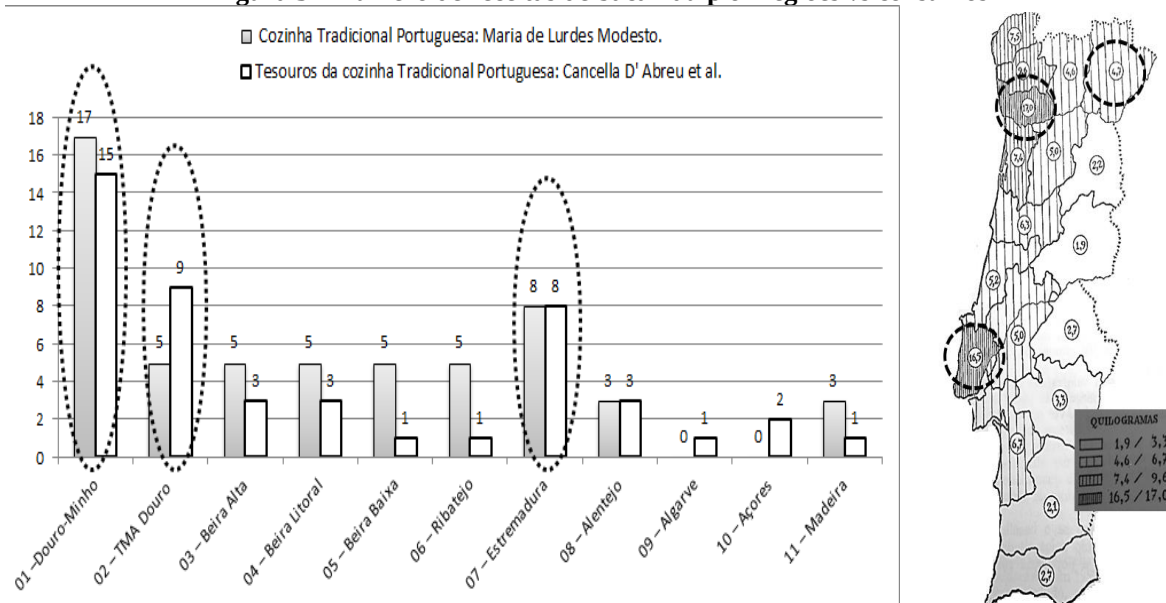


Fonte: produção própria com base nas fontes: "Cozinha Tradicional Portuguesa" de Maria de Lurdes Modesto (1982) e "Tesouros da cozinha tradicional Portuguesa" de Cancellia de Ábreu et al. (1984).

Através da leitura destas obras foi possível perceber a notoriedade do alimento "bacalhau" no receituário culinário português e a sua relevância identitária por região (Figura 3). Verifica-se que a distribuição do número de receitas

de bacalhau não é geograficamente heterogénea, ajustando-se aos níveis de consumo, com predominância para o Entre Douro e Minho, Estremadura e Trás-os-Montes e Alto Douro

Figura 3 – Número de receitas de bacalhau p or regiões vs consumos



Fonte: produção própria com base nas obras em estudo e Coimbra (1958).

Esta secção teve como objetivo criar um referencial acerca da construção identitária do bacalhau como património alimentar e que servirá como "fiel de balança" na análise da

gastronomia do bacalhau nos tempos atuais. O património identitário "Bacalhau" enquadra-se no acima descrito, tendo-se revelado um marcador simbólico da identidade cultural

gastronómica no território português. As respostas podem ser encontradas em estatísticas e fontes privilegiadas, como os livros de receitas, onde é possível conhecer as diversas técnicas de preparação culinária e a gastronomia associada a cada região.

Com o conteúdo desta secção, pretendeu-se dar um contributo para a valorização dos livros de cozinha, como ferramenta de análise da história da alimentação e da sua realidade construída, partindo do alimento enquanto categoria histórica e mostrar que a mesa e a cozinha acompanham os factos civilizacionais.

5. O BACALHAU NA COZINHA REGIONAL DE TRÁS-OS-MONTES E ALTO DOURO: ANÁLISE DE DADOS E DISCUSSÃO DE RESULTADOS

O trabalho de campo consistiu em 148 inquéritos por questionário (65 em Trás-os-Montes e 83 no Douro), em forma de entrevista a restaurantes da região de Trás-os-Montes e Alto Douro, com CAE (Código Atividade Económica) 56101 - Restaurante Tipo Tradicional. Realizando a caracterização do restaurante quanto ao tipo de serviço prestado aos clientes, os resultados mostraram que 45,95% dos estabelecimentos possuíam um serviço casual, 34,46% um serviço rápido e 19,59% um serviço requintado. Estes valores podem indiciar um

consumo em todas as classes sociais, quebrando o estigma de que o bacalhau era alimento de gente pobre.

Os proprietários/gestores dos restaurantes eram maioritariamente do género masculino (103; 69.59%), com habilitações literárias de nível secundário (58.78%) e revelando uma afinidade pelo território, pois 92.57% tem lá a sua naturalidade, sentindo-se ligados ao espaço (83,78%) e às comunidades locais (86,48%). Estes dados integrados com a análise das opções existentes nos seus menus (onde na Árvore de palavras do survey, o “bacalhau” surge em relevo face aos outros peixes, conforme se observa na Figura 4), podem indiciar uma consciência do seu “código cultural” (Bessière, 2013) de identidade gastronómica e manifestar uma memória coletiva do gosto, que é passada de geração em geração através de processos socializadores e educativos vivenciados (Bourdieu, 1977).

A Figura 4 comprova a hegemonia do bacalhau nos cardápios, pois, quando é solicitado para enumerarem até 3 (três) pratos que mais vendem no restaurante, surgem as entradas com os enchidos (referidos 94 vezes), os pratos de carne (o cabrito, a vitela e a posta), citados 97 vezes e o bacalhau que é mencionado 132 vezes. Listando o pescado utilizado nas receitas, temos doze espécies, com uma maior prevalência de Polvo, Pescada, Truta, Salmão, Chocos, atum, tamboril, Lulas, peixe-gato, carapau, robalo e dourada.

Figura 4 – Árvore de palavras: Pratos de peixe com destaque para o bacalhau
Pratos de Peixe: Nuvem de palavras



Fonte: produção própria com base nos dados em survey123.arcgis.com/surveys/

Explorando em pormenor a oferta gastronómica dos restaurantes de TMAD, observamos uma ementa fixa (onde o bacalhau é rei) em 88.51% dos estabelecimentos e em 72.97% destes restaurantes o menu acomoda produtos sazonais, o que revela a valorização dos produtos autóctones das regiões. Segundo os entrevistados, os pratos locais e regionais estão bem representados no menu (75,68%), mencionando claramente nas cartas de vinhos e nos cardápios que, trabalham com produtos locais (44,6%) e aconselham os clientes a harmonizar o vinho com a comida (56,76%).

Neste quadro, os restaurantes vendem facilmente a gastronomia da região (88,51%). No entanto, mas apenas 35,81% organiza eventos para a promoção dos produtos regionais e 61,49% dos proprietários está ciente de que o seu menu está baseado no património regional, mostrando um forte sentimento de pertença às tradições gastronómicas da região e à identidade das suas gentes (87,83%).

Este apelo à identidade e às tradições, através dos patrimónios (alimentares), manifesta-se como uma forma de expressão e de diferenciação social, reforçando a ideia de continuidade entre o passado e o presente, de preservação e de persistência comprovada (Bèssiere, 2013). O conceito de tradição é definido por Léger (1996) como o conjunto de representações, imagens, conhecimentos teóricos e práticos, comportamentos, atitudes, etc. que um grupo ou uma comunidade aceitam em nome da continuidade

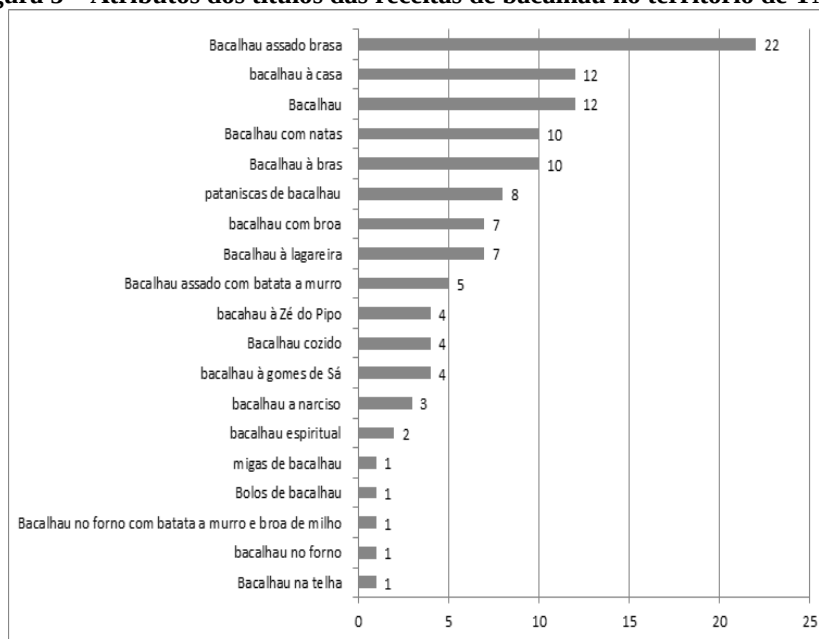
necessária entre o passado e o presente. Nora (1993) reforça a definição do conceito quando diz que a tradição é uma memória que se tornou historicamente consciente de si mesma. Portanto, como um marcador de ligação temporal, o elemento património (alimentar) é inseparável da tradição, que significa "transmitir", "entregar". Essa transmissão simbólica da memória aparece materializada no título das suas receitas, através de várias dimensões: territorial, afetiva e honorífica.

A este respeito, Soares (2018) propõe a seguinte caracterização dos atributos associados ao título da receita: (a) Cozinha dos afetos (de índole familiar); b) Cozinha comunitária (conventual); c) Cozinha de territórios (internacional, nacional, local); d) Cozinha Honorífica (em honra de certa individualidade); e) Cozinha de Autor (feita por um profissional); f) Cozinha de Épocas festivas (Natal, Páscoa, Aniversários, ...); e g) Cozinha de Estação Ano (faz notabilizar os produtos próprios das estações do ano).

Neste trabalho encontrámos exemplos de Cozinha de território: Bacalhau à lagareiro; Bacalhau à Braga; Bacalhau à Costa Verde.

Cozinha honorífica: Bacalhau ao Narciso; Bacalhau à Brás; Bacalhau à Gomes de Sá; Bacalhau à Zé do Pipo; Bacalhau a chefe (com cebolada); Cozinha de Autor: Bacalhau a chefe (com cebolada); Cozinha dos afetos (familiar): bacalhau à avó; bacalhau à dona Ana; bacalhau à casa (Figura 5).

Figura 5 – Atributos dos títulos das receitas de bacalhau no território de TMAD



Fonte: Produção própria

Tresserras & Medina (2007) afirmam que as práticas gastronómicas materializam a cultura de uma região, espelhando os valores, o imaginário, a simbologia, as regras socioculturais, as relações de poder, entre outras razões.

Portanto, o bacalhau é de facto o “fiel amigo” da culinária portuguesa, sendo confeccionado de diversas maneiras (132 maneiras nesta análise), corporizando práticas, representações, expressões, conhecimentos e aptidões, que as comunidades, os grupos e os indivíduos reconhecem como fazendo parte integrante do seu património cultural e que é transmitido de geração em geração. Embora sendo constantemente recriado pelas comunidades e grupos em função do seu meio, da sua interação com a natureza e da sua história, é-lhe incutindo um sentimento de identidade e de continuidade, contribuindo, desse modo, para a promoção do respeito pela diversidade cultural e pela criatividade humana (UNESCO, 2003).

Como refere Garrido (2016: 15) “Nem todo o património é inventado. Mas é certo que tudo aquilo que reconhecemos ou declaramos como património, tenha ele uma expressão material ou intangível, edificada ou simbólica, constitui uma realidade socialmente construída”.

6. CONCLUSÃO

Com o início do século XX, e depois da instauração da República (1910), inicia-se um movimento de “refundação da nacionalidade”, onde se promovem as “tradições” e se visava a afirmação da Nação e da sua identidade cultural. Neste contexto temporal e na opinião de Amante (2011) a cultura é uma variável intermediária que dá sentido à relação entre prática mobilizadora e produção identitária. A cultura já não é vista como a alma dos povos, nem considerada como sistema comum de valores, argumentando que, numa coletividade social moderna é difícil criar um consenso sobre valores, pois estes têm o poder de se renovar.

Se a perceção da alteridade (ser diferente) é um ponto básico para entender a identidade, a cultura é o catalisador que dá nexos aos diferentes sentidos da identidade. O património identitário “Bacalhau” enquadra-se no acima descrito, tendo-se revelado um marcador simbólico da identidade cultural gastronómica no território português. As respostas podem ser encontradas em estatísticas e fontes privilegiadas, como os livros de receitas, onde é possível conhecer

as diversas técnicas de preparação culinária e a gastronomia associada a cada região.

Perante este enquadramento, o motivo da integração do estudo dos Patrimónios Alimentares nesta investigação em Trás-os-Montes e Alto Douro, com destaque para o alimento bacalhau, envolve vários argumentos, como a importância em:

a) Assegurar a salvaguarda e a valorização do património cultural imaterial (recursos endógenos existentes nos territórios), conforme recomenda o Art.º 13º da Convenção para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial (UNESCO, 2003 e UNESCO-BKK, 2015);

b) Criar diferenciação na oferta gastronómica, promovendo os recursos endógenos, a paisagem, a cultura e os patrimónios alimentares tradicionais;

c) Ser um influente agente no domínio da Política Nacional com impactes no desenvolvimento dos territórios. Em Portugal a “Gastronomia e vinhos” são elementos qualificadores da Estratégia para o Turismo 2027 (TP, 2017), pois “acrescenta valor à oferta dos territórios, alavancados pelos ativos diferenciadores do destino” (TP, 2017:46). A ENEI - Estratégia de Investigação e Inovação para uma Especialização Inteligente (EI&I) contempla a Alimentação e o Turismo em vários dos seus Eixos Temáticos (ENEI, 2014), bem como no EREI – Estratégia Regional de Especialização Inteligente, para a região Norte.

d) Integrar os livros de cozinha como fontes importantes do conhecimento e ferramentas úteis para o entendimento da evolução da gastronomia das regiões;

e) Obter testemunhos das comunidades e restaurantes acerca dos receituários culinários tradicionais das regiões e, com todo este manancial de informação tornar credível e autêntica a experiência gastronómica.

Portanto, os resultados da pesquisa validaram a premissa do bacalhau ser um marcador simbólico da identidade cultural gastronómica de Trás-os-Montes e Alto Douro e mostrou que “a cozinha é uma linguagem que traduz inconscientemente as suas estruturas” (Levi-Strauss 1964).

No entanto o trabalho poderia ser melhorado em próximas investigações, com o alargamento da área geográfica e a obtenção de uma amostra mais significativa e representativa, o que permitiria uma maior validade dos resultados. Como recomendações para investigações futuras, Sali

entamos a importância de integrar esta temática com o turismo e perceber os impactos da

experiência gastronómica no desenvolvimento dos territórios.

BIBLIOGRAFIA

“Receitas de milhores doces e de alguns guizados particulares e remedios de conhecida experiencia que fes Francisco Borges Henriques para uso da sua caza. No anno de 1715 tem seo alfabeto no fim. [1715-1729]”

Abel, Marília & Consiglieri, Carlos (1998). O bacalhau na vida e na cultura dos portugueses. Quadratim – Artes Gráficas, Lda.

Albala, Ken, and Trudy Eden, editors (2011), “Historical Background to Food and Christianity”, Food and Faith in Christian Culture. Columbia University Press, 2011, pp. 7–20. JSTOR, www.jstor.org/stable/10.7312/alba14996.4.

Amante, Maria de Fátima (coord), (2011), “Identidade Nacional. Entre o discurso e a prática, CEPESE, 1ª Edição, Porto, in <http://www.cepesepublicacoes.pt/portal/pt/obras/identidade-nacional-entre-o-discurso-e-a-pratica>

Amorin, Roby (1987), “Da mão à boca. Para uma história da alimentação em Portugal”, Edições Salamandra. pp. 103-105

Azevedo, Catarina (2013), “A Memória e o Património Marítimo da Costa Norte de Portugal”. Tese mestrado, Universidade do Minho, Instituto de Ciências Sociais

Barros, Anabela (2014), “As receitas de cozinha de um frade português Sec. XVI”. Imprensa da Universidade de Coimbra, receita 75

Basto, Cláudio (1925), “Silva etnográfica” in Revista Lusitana, Vol. XXV, p.176, Lisboa, Livraria Clássica Editora.

Blaikie, Norman (1991), “A critique of the use of triangulation in social research”. Quality and Quantity 25, pp.115-136.

Boavida, Joaquim Gormicho (1950), “Mapa de capitães anual do consumo por concelhos campanha 1955/56”, tendo por base o IX Recenseamento geral da população – Tomo III Vol 1º in . Roteiro de pesca dos bancos da Terra-Nova e da Groenlândia. Gabinete de Estudos das Pescas. Publicação nº 3. Lisboa

Bourdieu, Pierre (1977), “A distinção – crítica social do julgamento”. São Paulo/Porto Alegre, EDUSP/Zouk.

Branco, Jorge Freitas (1999), “A fluidez dos limites: Discurso etnográfico e movimento folclórico em Portugal “ em http://ceas.iscte.pt/etnografica/docs/vol_03/N1/Vol_iii_N1_23-48.pdf, p.25-27

Camacho, Brito (1927), “Jornadas”. Lisboa, Guimarães e C.ª. P.130

Cancella de Abreu, L., Mendes Ferrão, J., Cancella de Abreu, M. E., & Roque de Pinho, F. (1984). Tesouros da cozinha tradicional portuguesa. Selecções do Reader's Digest.

Capatti, Alberto & Montanari, Massimo (1999), “La cucina italiana. Storia di una cultura”. Roma, Bari.

Capitação de consumos de bacalhau por Distrito quanto à campanha 1955/56 in Jorge Bebianno (1958). O mercado nacional de bacalhau salgado e seco. Características e perspectivas. (trabalho apresentado no V congresso nacional das pescas). Comissão reguladora do comércio do bacalhau

Coimbra, Jorge Bebianno (1958), “O mercado nacional de bacalhau salgado e seco. Características e perspectivas”, (trabalho apresentado no V congresso nacional das pescas). Comissão reguladora do comércio do bacalhau.

Consiglieri, Carlos & Abel, Marília (1999), “Bacalhau em Português”. Colares editora.

Decreto 13.441, de 8 de abril 1927. Ministério do comércio e comunicações. Direção Geral do Comércio e Indústria. Repartição da estatística, Informações e Exposições. In <http://www.leideportugal.com/diario-primeira-serie/1927-04-08>

Denzin, Norman (1989), “The research act: A theoretical introduction to sociological methods”. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Dias, Jorge (1950), “Os Elementos Fundamentais da Cultura Portuguesa”, comunicação apresentada no Colóquio Internacional de Estudos Luso-Brasileiros, Washington, 15 a 20 de outubro de 1950. Publicado em Coimbra em 1955

Drumond Braga, Isabel (2006), “Influências estrangeiras nos livros de cozinha portugueses (séculos XVI-XIX): alguns problemas de

análise”, p.239, in <http://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/4857.pdf>

ENEI (2014), “Estratégia de Investigação e Inovação para uma Especialização Inteligente”, EI&I em https://www.portugal2020.pt/Portal2020/Media/Default/Docs/EstrategiasEInteligente/ENEI_Vers%C3%A3o%20final.pdf, acesso em 1-10-2018

EREI (Estratégia Regional de Especialização Inteligente) Norte 2020, (2014)

Garrido, Álvaro (2004), “O Estado Novo e a Campanha do Bacalhau”. Lisboa, Circulo dos Leitores.

Garrido, Álvaro, (2003), “Abastecimentos e Poder no Salazarismo: o “bacalhau corporativo” (1934-1967). Coimbra, FEUC, p. 21.

Geertz, Clifford (1926), “A interpretação das culturas”. 1ª.ed, reimpresso 1989 por LTC — Livros Técnicos e Científicos Editora S.A., Rio de Janeiro.

Girão, Amorim (1958), “ Atlas de Portugal, Mapas, in http://www.uc.pt/fluc/depgeotur/publicacoes/OutrasPubl/AAG/pdfs/I_Como_nasceu_Portugal.pdf

Girão, Aristides de Amorim (1938), “A divisão provincial do novo Código Administrativo: segunda resposta”, Coimbra: Coimbra Editora, 1938

Given, Lisa M. (Ed) (2008), “The Sage Encyclopedia of Qualitative Research methods”. USA Sage Publications, Inc. ISBN 978-1-4129-4163-1(cloth),

Hervieu-Léger, D. (1996), “Tourisme, tradition et ethnologie”. Source, 27, 55–86.

LCI Livro de Cozinhos da Infanta D. Maria, códice português l. E. 33 da Biblioteca Nacional de Nápoles, prólogo, leitura, notas aos textos, glossário e índices de Giacinto Manuppella, Lisboa, imprensa Nacional, 1987.

Lei N.º 13/85, de 6 de Julho – Património cultural português, Cadernos de Sociomuseologia N.º 15 – 1999

Leite, Orlando (2012), “Guia das Tascas e Tabernas de Portugal”. Editorial Presença.

Lévi-Strauss, C. (1978), “Mythologiques - Le cru et le cuit”. Plon

Mata, João (1993), “Arte de cozinha” prefácio de Melo Lapa. 5ª edição, Veja.

Mauss, Marcel (1968), Sociologie et anthropologie, Paris: Press Univ. de France, p. 147 in

Nora, Pierre (1993), “Les lieux de mémoire”. Paris: Gallimard.

Poulain, Jean-Pierre (2002), “Sociologies de l'alimentation”. Paris: PUF.

Sobral, José Manuel, (2008), “Cozinha, Nacionalismo e cosmopolitismo em Portugal (Sec. XIX-XX)”.

Medina, Xavier & Tresserras, Jordi (eds)(2018), "Food, Gastronomy and Tourism. Social and Cultural Perspectives", Guadalajara, Jalisco : Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades. Centro Universitario de los Lagos, Universidad de Guadalajara. Colección Estudios del Hombre. Serie Antropología de la Alimentación .p.38.

Modesto, Maria de Lurdes (1982), “ Cozinha Tradicional Portuguesa”. Editora Verbo

Montanari, Massimo (2006), "Food is culture". Nova York, Columbia Univ. Press

Neves, J.A. (1830), “Considerações políticas e comerciais sobre os Descobrimentos e possessões dos portugueses na África e na Ásia”. Lisboa. Impressão régia.

Oliveira Martins, J.P. (1882), "História de Portugal". 3ª Edição, Livraria Bertrand

Por um mestre de cozinha, (1889), “Novíssima arte de Cozinha” por um mestre de cozinha". Editores proprietários Tavares Cardoso & Irmão. Lisboa, p.170-173

R.C.M (1843), "O cozinheiro imperial ou nova arte do cozinheiro e copeiro em todos os seus ramos". Eduardo e Henrique Laemmert, Rio de Janeiro

Resolução do Conselho de Ministros nº 96/2000 (p. 3618-3620)

Ribeiro, Carla (1997), “ Cultura popular em Portugal: de Almeida Garrett a António Ferro”, in <http://www.cepesepublicacoes.pt/>

Ribeiro, Carla, (2012), “Cultura popular em Portugal: de Almeida Garrett a António Ferro”, in <http://www.cepesepublicacoes.pt/>

Rigaud, Lucas (2004), "Cozinheiro Moderno ou Nova Arte de Cozinha". Colares Editora.

Rodrigues, Domingos (1995), "Arte da Cozinha". Colares Editora.

Silva, António Duarte (1957), "Gabinete de Estudos da pesca". A pesca do bacalhau. Campanha de 1955-1956. Publicação nº 35. Companhia Nacional Editora, Lisboa.

Silva, António Santos, (1997), "Palavras para um país: estudos incompletos sobre o século XIX português". Oeiras, Celta Editores

Soares, Carmen (2018), "A Universidade de Coimbra no cardápio da Cozinha Portuguesa de 1902: uma história por contar. BiblioAlimentaria: alimentação, saúde e sociabilidade à mesa no acervo bibliográfico da Universidade de Coimbra Editor Imprensa da Universidade de Coimbra

Sobral, José Manuel & Rodrigues, Patrícia (2013), "O fiel amigo: o bacalhau e a identidade portuguesa", *Etnográfica*, Vol. a7 (3), pp. 619-649

TP – Turismo de Portugal (2017), "Estratégia do Turismo 2027", Turismo de Portugal, IP
Tresserras, Jordi & Medina, Xavier (eds.) (2007), "Patrimonio gastronómico y turismo cultural en el Mediterráneo". IBERTUR-Universidad de Barcelona/Instituto Europeo del Mediterráneo, Barcelona. ISBN-13: 978-84-612-2429-6

Trigozo, M. (1803), "Ensaio sobre os Descobrimentos e comercio dos portugueses em as terras setentrionais da America", In *Memorias de Literatura Portuguesa*. Academia Real das Sciencias de Lisboa, Tomo VIII, parte I. Lisboa Academia Real das Sciencias de Lisboa

UNESCO – Bangkok Office (2015), "Tools for safeguarding culture: cultural mapping".

Bangkok: Unesco. <http://www.unescobkk.org/culture/tools-and-resources/tools-for-safeguarding-culture/cultural-mapping/>, acesso 1-10-2018.

UNESCO (2003), "Convenção para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial", in <https://www.unescoportugal.mne.pt/pt/temas/proteger-o-nosso-patrimonio-e-promover-a-criatividade>, acesso 1-10-2018

UNESCO (2003), "Convention for safeguarding of the intangible cultural heritage". Paris: Unesco. In http://portal.unesco.org/en/ev.php-Url_ID=17716&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html, acesso em 1-10-2018.

Visconde Vilarinho de S. Romão (1ª edição 1841) in Consigliere, Carlos & Abel, Marília (1999), "Cozinheiro Completo ou Nova Arte de Cozinheiro e de Copeiro", Colares Editora.

Priorización de las Políticas Públicas de Turismo de un Destino a Partir de la Identificación de sus Ventajas y Desventajas Competitivas: El Caso de Extremadura

Priorization of Public Tourism Policies of a Destination From the Identification of Its Competitive Advantages and Disadvantages: the Case of Extremadura

Luis Murillo González
lmurillo@gmail.com
University of Extremadura

Marcelino Sánchez Rivero
sanriver@unex.es
University of Extremadura

Juan Ignacio Rengifo Gallego
irengifo@unex.es
University of Extremadura

Resumen/ Abstract

En un panorama turístico en el que cada vez son más numerosos los nuevos destinos que desean incorporarse a los mercados turísticos nacionales e internacionales, la competitividad se ha convertido en un elemento estratégico fundamental. Sólo los destinos más competitivos serán capaces de introducirse y de mantenerse en los mercados y, por consiguiente, serán los que puedan basar su desarrollo económico, al menos parcialmente, en el crecimiento turístico. Por este motivo, es absolutamente necesario que los destinos conozcan tanto sus ventajas como sus desventajas competitivas. Las ventajas serán aquellas que impulsen en mayor grado el desarrollo turístico de estos destinos, mientras que las desventajas serán las que lastren este desarrollo. En el caso, además, de que sean varias, tanto las ventajas como las desventajas, será preciso priorizar las mismas en función de su mayor o menor contribución a la mejora de la competitividad turística.

El objetivo de este trabajo es identificar, primero, y jerarquizar, después, las principales ventajas y desventajas del destino Extremadura

In a tourist scenario where there are more and more destinations that wish to join the national and international tourism markets, competitiveness has become a basic strategic element for these destinations. Only the most competitive tourist destinations will be able to enter and stay in the markets and, therefore, they will be those that could base their economic development, at least partially, on tourism growth. For this reason, it is absolutely necessary that tourist destinations know both their advantages and their competitive disadvantages. The competitive advantages will be those that promote the tourist development of these destinations to a greater degree, while the competitive disadvantages will be the ones that will damage this tourism development. In addition, in the case that there are several advantages as well as competitive disadvantages, it will be necessary to prioritize them according to their greater or lesser contribution to the improvement of tourism competitiveness.

The objective of this work is to identify, first, and hierarchize, then, the main competitive advantages and disadvantages of the Extremadura

en el ámbito del mercado turístico español. A partir de los datos por regiones españolas recogidos en el informe MoniTur 2014 (Monitor de Competitividad Turística Relativa de las Comunidades Autónomas españolas), se han utilizado criterios estadísticos para la identificación y jerarquización de las ventajas y desventajas competitivas de Extremadura. La segunda parte del trabajo presenta algunas de las acciones que debería emprender la administración pública regional para mejorar a medio y largo plazo la competitividad de su sector turístico.

Palabras clave: *desventajas competitivas, Extremadura, MoniTur, regresión, ventajas competitivas.*

Código JEL: C10, R58

destination in the Spanish tourism market. From data by Spanish regions included in the MoniTur 2014 report (Monitor of Relative Tourist Competitiveness of the Spanish Autonomous Communities), statistical criteria have been used for the identification and ranking of the competitive advantages and disadvantages of Extremadura. The second part of the paper presents some of the actions that should be undertaken by the regional public administration to improve the competitiveness of its tourism sector in the medium and long term.

Keywords: *competitive advantages, competitive disadvantages, Extremadura, MoniTur, regression*

JEL Code: C10, R58

1. INTRODUCCIÓN.

En un mundo globalizado como el actual, muchos destinos han realizado grandes inversiones en el desarrollo de su industria turística con el objeto de captar cuota de mercado (Gooroochurn y Sugiyarto, 2005). La irrupción de estos destinos emergentes en los mercados turísticos internacionales ha elevado considerablemente la competencia entre los mismos. De esta forma, la competitividad de los destinos se convertirá en una de las principales prioridades para los decisores de los mismos a lo largo, al menos, de la próxima década (Williams et al., 2012).

Sin embargo, y a pesar de su gran importancia estratégica actual, la competitividad de los destinos turísticos es ampliamente reconocida como un concepto muy complejo (Cracolici y Nijkamp, 2009; Li et al., 2013) que viene suscitando controversia y confusión (Abreu et al, 2018). Por este motivo, la literatura que ha centrado su investigación en esta materia ha tenido diferentes enfoques que han abarcado un abanico temático que para Armenski et al. (2017) va de los recursos naturales o socioculturales a los aspectos relacionados con la gestión de los agentes públicos y privados, mientras que para de la Peña et al. (2019), los enfoques y modelos de competitividad turística han tenido en cuenta, básicamente, tres elementos: determinantes que funcionan como atractivos, evolución de resultados e impactos positivos o

negativos. En este sentido, es factible encontrarse con trabajos que abordan la competitividad turística desde la óptica de los recursos y atractivos del destino (Zehrer et al, 2017, Chon et al., 1991; Echtner y Ritchie, 1993; Kim, 1998), desde la óptica de los precios (Dwyer et al., 2000, 2002), desde la óptica de la imagen de marca (Uysal et al., 2000) o desde una óptica multifactorial (Crouch y Ritchie, 1999; Dwyer y Kim, 2003).

De aquí que no sea posible encontrar una única definición de la misma. Estas definiciones son tan variadas y múltiples que, relacionar en este trabajo todas ellas, queda claramente fuera del alcance del mismo. En este sentido, Abreu-Novais et al. (2016; pág. 494) presenta una amplia relación de definiciones de competitividad turística propuestas en la literatura científica en los últimos años. De todas ellas, la más completa de todas, en opinión de los autores de este trabajo, es la que ofrecen Ritchie y Crouch (2003), que la definen como “la capacidad para incrementar el gasto turístico y de atraer cada vez más visitantes, al mismo tiempo que se les proporciona unas experiencias satisfactorias y memorables, y se lleva cabo de forma beneficiosa económicamente, al tiempo que se garantiza el bienestar de los residentes en el destino y se preserva el capital natural del mismo para las generaciones futuras”.

A la vista de todas estas definiciones, se puede deducir que si bien el origen de la competitividad, en general, y de la competitividad

turística, en particular, es estrictamente económico (algunas definiciones incluyen términos como “diferencial de precios”, “cuota de mercado”, “ingresos turísticos”, “tasas de cambio”, que atestiguan claramente esta naturaleza económica), su concepción va mucho más allá de la mera dimensión económica. Abreu-Novais et al. (2018) identifican en las diferentes definiciones recogidas en la literatura tres dimensiones que superan la estrictamente económica: la dimensión de “bienestar de la población” (Azzopardi, 2011; Bahar y Kozak, 2007; Dywer et al., 2004; Ritchie y Crouch, 2003); la dimensión de “atracción y satisfacción del turista” (Crouch y Ritchie, 1999; Dywer y Kim, 2003; Enright y Newton, 2004); y la dimensión de “sostenibilidad” (Azzopardi, 2011; Crouch y Ritchie, 1999; Hassan, 2000).

Este carácter multidimensional de la competitividad de los destinos turísticos ha llevado al planteamiento de diversos modelos que reflejan, de forma más o menos desarrollada, esta característica (Hassan, 2000; Dywer et al. (2004), Ritchie y Crouch, 2003, 2011; Mazanec et al., 2007). La mayor parte de estos modelos se basan en el conocido diamante de Porter de ventajas y desventajas comparativas (Porter, 1990).

La necesidad de cuantificar el nivel de competitividad turística de los destinos ha llevado, como consecuencia de la multiplicidad de definiciones existentes y de su carácter marcadamente multidimensional, a generar una amplia batería de indicadores de competitividad. Si bien el uso de un elevado número de indicadores es muy útil cuando se pretenden considerar todas las posibles dimensiones de la competitividad de los destinos, no es menos cierto que el exceso de información que proporcionan los mismos dificulta el proceso de obtención de un único índice de competitividad turística. De los índices utilizados hasta el momento, el más conocido es el índice de Competitividad Turística del Foro Económico Mundial (WEF, 2017). Para su construcción se utilizan 90 indicadores que se agrupan en 14 pilares y en cuatro grandes dimensiones o subíndices (entorno habitante; condiciones de la política turística; infraestructuras; recursos naturales y culturales) y proporciona datos para un total de 136 países. Y a pesar de que este índice ha sido criticado por el hecho de otorgar la misma importancia relativa a todos los indicadores, pilares y subíndices y por considerar homogéneos los mercados turísticos nacionales (sin tener en cuenta ni el tamaño del mercado ni el ciclo de vida de los

productos turísticos), lo cierto es que es la única referencia de medición de la competitividad existente a nivel mundial que permite establecer comparaciones entre países.

El presente trabajo se articula de la siguiente forma. El apartado segundo se dedica a presentar los aspectos generales de MoniTur, el informe de competitividad turística relativa de las Comunidades Autónomas españolas, que ha sido utilizado para el análisis empírico llevado a cabo en este artículo. El apartado tercero aborda la metodología utilizada para identificar las ventajas y desventajas de Extremadura en el ámbito nacional español y presenta las mismas, tanto a nivel de indicador como a nivel de ámbito determinante de competitividad. A continuación, el apartado cuarto se centra en lo más relevante del presente trabajo: la priorización de las ventajas y desventajas en virtud de su capacidad para mejorar de manera más eficiente la competitividad turística regional. Finalmente, el presente trabajo concluye con el quinto apartado, en el que se enuncian las conclusiones más relevantes obtenidas en el mismo.

2. LA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA DE LAS REGIONES ESPAÑOLAS: EL INFORME MONITUR.

La Alianza para la Excelencia Turística (Exceltur) puso en marcha en el año 2009 su Monitor de Competitividad Turística Relativa de las Comunidades Autónomas Españolas (Informe MoniTur). El objetivo de este informe, pionero a nivel internacional, no es otro que aportar más conocimiento útil y riguroso que ayude a orientar políticas turísticas, a facilitar consensos y a mejorar la toma de decisiones en la gestión transversal del turismo en las diferentes regiones españolas para reforzar, en último término, su competitividad.

De manera más concreta (Exceltur, 2010), los 8 objetivos principales que persigue MoniTur son los siguientes:

1. Permitir comparaciones entre las regiones españolas en diversos elementos transversales que determinan su competitividad turística.
2. Identificar las regiones que priorizan políticas y actuaciones públicas más avanzadas, innovadoras y comprometidas con el turismo y con el fomento de su competitividad.
3. Motivar a los agentes del sector a posicionamientos turísticos más innovadores, socioeconómicamente más rentables y más sostenibles a largo plazo.

4. Fomentar la coordinación entre regiones para potenciar la unidad de mercado y la capacidad competitiva conjunta.

5. Valorar y contrastar en el tiempo los avances y/o retrocesos competitivos de las diferentes regiones españolas.

6. Estimular la transparencia y la disponibilidad de datos turísticos relevantes y homogéneos a nivel regional y local.

7. Convertirse en referencia a nivel internacional en el seguimiento de la competitividad turística en el ámbito regional.

8. Propiciar una mayor colaboración público-privada, concienciando al empresario de las connotaciones competitivas de los resultados individuales de cada empresario y subsector.

El informe MoniTur que ha servido de base para el análisis realizado en el presente trabajo es el correspondiente al año 2014 (Exceltur, 2016) que, bajo el título de “La competitividad turística en recuperación”, realiza un balance de la evolución de la competitividad turística de las regiones españolas entre los años 2010 y 2014, es decir, durante los peores años de la crisis económica. Este informe trata, por tanto, de analizar cómo afectó la crisis económica a los destinos turísticos españoles, así como también, conocer cómo el período de recuperación contribuyó a mejorar esta competitividad, o viceversa.

MoniTur 2014 es un compendio de 80 indicadores organizados en 7 pilares de competitividad:

Pilar 1: visión de marketing estratégico y apoyo comercial.

Pilar 2: accesibilidad y conectividad por medios de transporte.

Pilar 3: ordenación y condicionantes competitivos del espacio turístico.

Pilar 4: diversificación y estructuración de productos turísticos.

Pilar 5: atracción de talento, formación y eficiencia de los recursos humanos.

Pilar 6: prioridad política y gobernanza turística.

Pilar 7: desempeño: resultados económicos y sociales.

Esta estructura en pilares trata de reflejar el carácter claramente multidimensional de la competitividad turística.

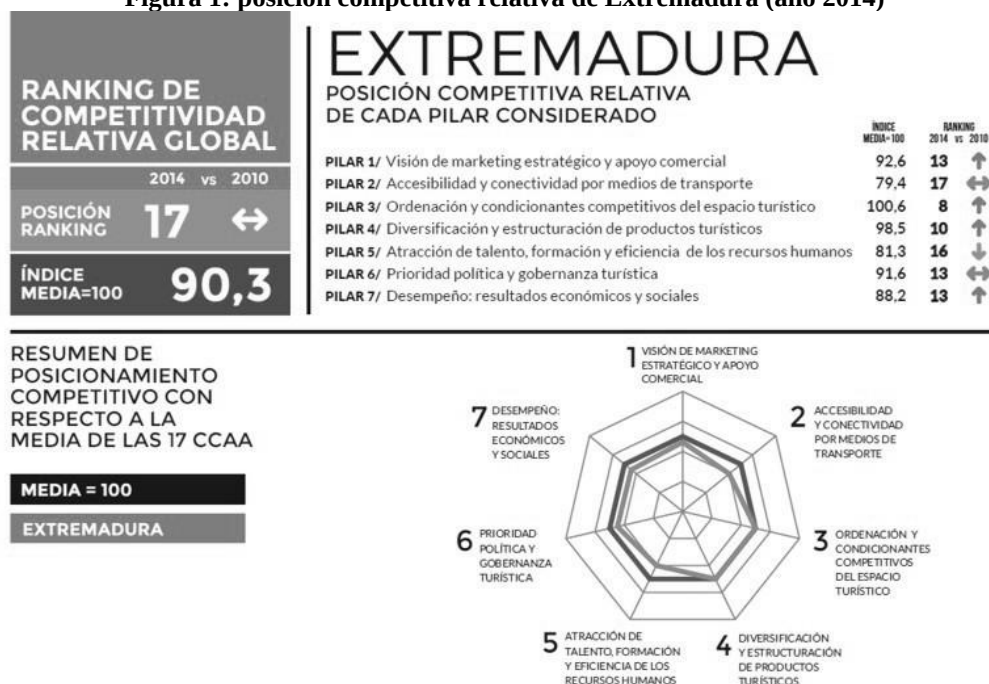
Para el caso de estudio que será analizado en el presente trabajo, la Figura 1 muestra la posición competitiva relativa de Extremadura a nivel agregado y por pilares de competitividad.

Así, la competitividad global de Extremadura en el año 2014 fue de 90,3, lo que situaba a la región en la 17ª y última posición del ranking nacional (misma posición que en 2010). De los 7 pilares considerados, sólo la ordenación y condicionantes competitivos del espacio turístico registra un valor superior a la media nacional (100,6), siendo por tanto la dimensión de la competitividad turística en la que mejor resultado alcanza la región.

Por el contrario, en los 6 pilares restantes, Extremadura se sitúa en todos los casos por debajo del valor 100. De todos ellos, es especialmente preocupante la gran distancia entre Extremadura y el resto del país registrada tanto en el pilar de accesibilidad y conectividad por medios de transporte (79,4) como en el pilar de atracción de talento, formación y eficiencia de los recursos humanos (81,3). Estos datos revelan claramente que las comunicaciones por tierra y aire y la formación de los recursos humanos son los dos factores principales que están lastrando en la actualidad la competitividad turística de la región.

Debido a que el criterio utilizado por Exceltur para identificar las ventajas y desventajas de cada región no parece ser excesivamente científico (ventaja competitiva cuando el valor del pilar, ámbito de competitividad o indicador se encuentre por encima de la media nacional, 100; desventaja competitiva cuando el valor se encuentre por debajo de 100), lo que determina que absolutamente todos los indicadores sean ventajas o desventajas, en el siguiente apartado se presenta una metodología de identificación selectiva de ventajas y desventajas, en la que se tiene en cuenta no sólo la distancia del valor del indicador con respecto a la media nacional sino también la variabilidad de los valores de cada indicador. Esto significa que una distancia muy grande respecto a la media nacional no tiene porqué representar obligatoriamente una ventaja o desventaja si la variabilidad del indicador es muy alta y, al contrario, una distancia muy reducida respecto a la media nacional podría representar una ventaja o desventaja si la variabilidad del indicador es muy pequeña. Se detalla también en el siguiente apartado cómo se han priorizado las ventajas y desventajas competitivas detectadas, con el objeto de establecer una hoja de ruta para la implantación de políticas turísticas que incidan en una mejora competitiva del sector del turismo extremeño.

Figura 1: posición competitiva relativa de Extremadura (año 2014)



Fuente: MoniTur 2014 (2016).

3. METODOLOGÍA PARA LA IDENTIFICACIÓN Y PRIORIZACIÓN DE LAS VENTAJAS Y DESVENTAJAS COMPETITIVAS DEL TURISMO EN EXTREMADURA.

La gran cantidad de información que proporcionan los 80 indicadores de competitividad turística regional contenidos en MoniTur 2014, ha servido de base para identificar ventajas y desventajas del turismo extremeño. El ranking de competitividad turística relativa de cada uno de estos 80 indicadores ha sido descartado como instrumento para localizar estas ventajas y desventajas por el hecho de obviar la variabilidad de los valores del indicador. Así, no siempre ocupar una de las últimas posiciones de ranking tiene por qué implicar necesariamente una desventaja si las diferencias entre regiones son mínimas (es decir, si la variabilidad es reducida). De forma similar, ocupar una posición intermedia en el ranking podría llegar a convertirse en una desventaja si los valores del indicador presentan una variabilidad muy elevada.

Por este motivo, y considerando la desviación estándar de cada indicador como factor determinante para definir ventajas y desventajas, se ha procedido a construir intervalos de confianza al 95% de cada indicador de MoniTur, identificándose una desventaja competitiva

cuando el dato de Extremadura se encuentre por debajo del límite inferior del intervalo, y una ventaja competitiva cuando el dato se encuentra por encima del límite superior del mismo.

Dicho en otros términos, se ha calculado la diferencia $\mu - X_E$, donde μ representa el valor medio del indicador y X_E el valor del indicador para Extremadura. De esta forma, se ha procedido de la siguiente forma:

a) Si $\mu - X_E < -2 \frac{\sigma}{\sqrt{N}} \rightarrow$ desventaja com-

petitiva. Existirá desventaja cuando la diferencia entre Extremadura y la media nacional sea negativa y supere dos veces la desviación típica del valor medio.

b) Si $\mu - X_E > 2 \frac{\sigma}{\sqrt{N}} \rightarrow$ ventaja competi-

tiva. Existirá ventaja cuando la diferencia entre Extremadura y la media nacional sea positiva y supere dos veces la desviación típica del valor medio.

Seguidamente, y debido a que el número de ventajas y de desventajas del sector turístico extremeño identificadas a través del procedimiento anterior sigue siendo muy elevado (aunque varios de los indicadores han dejado de ser considerados como ventajas o desventajas competitivas, según el criterio empleado por

MoniTur), resulta materialmente imposible realizar en este trabajo un análisis exhaustivo de todas y cada una de ellas. Por este motivo, se ha utilizado un procedimiento de priorización de las mismas, para lo cual se ha propuesto un modelo de regresión lineal múltiple que relacione

el valor del índice de cada pilar de competitividad (variable explicada) con el conjunto de ventajas o desventajas de Extremadura incluidas en ese pilar, es decir:

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_{1i} + \beta_2 X_{2i} + \beta_3 X_{3i} + \dots + \beta_k X_{ki} + e_i \quad (1)$$

donde Y_i ($i = 1, 2, \dots, 17$) es el valor del pilar de competitividad para las 17 regiones españolas, y donde X_{pi} ($p = 1, 2, \dots, k$) es el valor del indicador p o del ámbito determinante de competitividad p para las 17 regiones españolas, en los que Extremadura presenta una ventaja o una desventaja, según el caso.

Con el modelo de regresión (1) se está intentando cuantificar la influencia que una mejora en los indicadores o ámbitos determinantes de competitividad tendría (o podría tener) sobre cada pilar. Así, el criterio de priorización que se ha utilizado ha sido considerar únicamente aquellas ventajas o desventajas cuyo parámetro β_p estimado sea estadísticamente significativo, es decir, aquellas que, bajo el supuesto de *ceteris paribus*, tienen una influencia positiva y estadísticamente significativa sobre la posición relativa de Extremadura en cada pilar y, por consiguiente, en la posición relativa global de la región en términos de competitividad turística.

De esta forma, y dado que el trabajo para la mejora de la competitividad turística que tienen en estos momentos la administración pública y la iniciativa privada en Extremadura es muy arduo, debido a la gran cantidad de desventajas detectadas, con este proceso de priorización lo que se pretende es, básicamente, ofrecer a los agentes turísticos de la región una relación de acciones de política turística que deberían ponerse en marcha con la mayor urgencia posible para mejorar la competitividad regional, sin perjuicio de que con posterioridad se implanten otras acciones que contribuyan también a mejorar, aunque de forma no tan efectiva, la competitividad del sector turístico extremeño.

Finalmente, a través del proceso de priorización anteriormente detallado, se ha pasado de un modelo de regresión inicial, en el que se han introducido como variables exógenas todas las ventajas/desventajas competitivas detectadas, al modelo de regresión final, en el que sólo han permanecido como variables exógenas aquellas

ventajas/desventajas estadísticamente significativas.

Pues bien, la interpretación de la estimación de los coeficientes β de este modelo final, en el supuesto de *ceteris paribus*, permite conocer cómo una mejora en determinadas actuaciones de política turística puede llegar a incrementar la competitividad de la región. El presente apartado de este trabajo está dedicado a presentar y a interpretar estas estimaciones.

Además de las estimaciones, de la bondad de ajuste del modelo (a través del coeficiente R^2) y de la significatividad individual de cada variable explicativa, en las tablas siguientes se presentan también varios tests estadísticos que avalan la validez de la interpretación de los parámetros estimados. En concreto, se presenta un test para determinar si todos los coeficientes β , incluido el término constante, son iguales a 0 (test de Wald); un test para determinar si la relación entre la variable endógena y las variables exógenas es o no lineal (test de Reset); un test para determinar si el término de error del modelo se distribuye de forma normal (test de Jarque-Bera); un test para determinar la presencia o ausencia de heterocedasticidad (test de White); un test para verificar la ausencia o presencia de autocorrelación del término de error (test de Breusch-Godfrey) y, finalmente, un test para detectar la posible presencia de multicolinealidad en el modelo (VIF – Factor de Inflación de la Varianza).

4. IDENTIFICACIÓN DE VENTAJAS Y DESVENTAJAS COMPETITIVAS DEL TURISMO EN EXTREMADURA.

La Tabla 1 presenta la relación de indicadores (agrupados por pilares) que representan ventajas o desventajas relativas del turismo extremeño con respecto al conjunto de España. Se presenta también en esta tabla la diferencia entre el valor de Extremadura y el límite inferior

del intervalo de confianza previamente calculado ($X_E - L_i$) en el caso de las desventajas, y la diferencia entre el valor de la región y el

límite superior del intervalo ($X_E - L_s$) en el caso de las ventajas.

Tabla 1: Ventajas y desventajas competitivas del turismo extremeño en términos de indicadores

DESVENTAJAS COMPETITIVAS			VENTAJAS COMPETITIVAS		
	Valor	Dif.		Valor	Dif.
1. VISIÓN DE MARKETING ESTRATÉGICO Y APOYO COMERCIAL			1. VISIÓN DE MARKETING ESTRATÉGICO Y APOYO COMERCIAL		
1.3.a. Vocación comercial del portal turístico institucional	79,7	8,4			
1.3.c. Marketing en buscadores	86,9	5,6			
1.3.c.2. Resultado de estrategias de marketing en buscadores	84,6	3,5			
1.3.d. Marketing en redes sociales y medios relacionados	85,1	4,8			
1.3.d.1. Posicionamiento en redes sociales	,84,8	3,3			
1.3.d.2. Capacidad proactiva en instrumentos multimedia	85,4	2,7			
2. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD POR MEDIOS DE TRANSPORTE			2. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD POR MEDIOS DE TRANSPORTE		
2.1.a. Suficiencia de vuelos	83,4	4,7			
2.1.b. Conectividad aérea	80,4	7,7			
2.2.a. Suficiencia de trenes de alta gama	73	14,3			
2.2.b. Conectividad ferroviaria	74,4	13			
3. ORDENACIÓN Y CONDICIONANTES COMPETITIVOS DEL ESPACIO TURÍSTICO			3. ORDENACIÓN Y CONDICIONANTES COMPETITIVOS DEL ESPACIO TURÍSTICO		
			3.2.a. Grado de ocupación del territorio en los destinos turísticos	124,1	12,2
			3.2.b. Nivel de congestión de los destinos turísticos	133	21,1
			3.4.d. Calidad del aire	134,4	22,5
4. DIVERSIFICACIÓN Y ESTRUCTURACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS			4. DIVERSIFICACIÓN Y ESTRUCTURACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS		
4.2.b. Turismo cultural	89,7	1			
4.2.b.2. Bienes de Interés Cultural	83,2	4,9			
4.2.b.3. Número de visitantes a museos	83,9	4,2			
4.2.c. Turismo de reuniones	81	7,2			
4.2.c.2. Número de asistentes a reuniones	81	7,1			
4.2.d. Turismo de naturaleza	87,1	3,2			
4.2.d.1. Puesta en valor de los parques naturales	86,9	1,2			

4.2.d.2. Desarrollo de vías verdes	85,8	2,3			
4.2.e. Turismo de golf	82,7	5,4			
4.2.j. Turismo idiomático	83	5,2			
4.2.j.1. Centro de enseñanza del español acreditados	84,4	4,7			
4.2.j.2. Estudiantes de español	82,6	5,5			
4.2.k. Turismo gastronómico	83	5,1			
4.3.a. Normativa reguladora del alojamiento turístico en viviendas de alquiler	74,3	13,8			
4.3.b. Apuesta por la oferta reglada	79,8	8,3			
4.3.d. Calidad de la restauración	78,6	9,5			
5. ATRACCIÓN DE TALENTO, FORMACIÓN Y EFICIENCIA DE LOS RECURSOS HUMANOS			5. ATRACCIÓN DE TALENTO, FORMACIÓN Y EFICIENCIA DE LOS RECURSOS HUMANOS		
5.4.a. Atractivo de la oferta universitaria turística			5.4.b. Calidad de la formación profesional		
	84,2	2,2		122,1	10,2
6. PRIORIDAD POLÍTICA Y GOBERNANZA TURÍSTICA			6. PRIORIDAD POLÍTICA Y GOBERNANZA TURÍSTICA		
6.1.c. Coordinación inter-consejerías	83,8	4,4	6.5.b. Adecuación de la normativa turística	130,6	18,7
6.3.a. Cálculo y seguimiento del impacto económico del turismo	64,2	23,9			
7. DESEMPEÑO: RESULTADOS ECONÓMICOS Y SOCIALES			7. DESEMPEÑO: RESULTADOS ECONÓMICOS Y SOCIALES		
7.2.a. Ingresos turísticos por plaza alojativa	80	8,1	7.4.b. Satisfacción del turista	117,1	5,2
7.2.b. Rentabilidad hotelera (Revpar)	74,2	13,9			
7.4.a. Gasto medio del turista	73,2	14,9			
7.5.a. Ingresos turísticos por habitante	86,3	1,8			
7.5.b. Empleo en ramas turísticas	78,2	9,6			

Fuente: elaboración propia a partir de datos de MoniTur 2014 (2016).

Hay que tener en cuenta que hay un total de 9 indicadores para los que no existen datos para Extremadura. Se trata, sobre todo, de indicadores relacionados con el turismo de sol y playa (gestión ambiental de las playas, playas con calidad certificada, turismo de cruceros, turismo náutico, etc.) y con el turismo de nieve, al carecer la región de este tipo de recursos turísticos.

De la misma forma, la Tabla 2 muestra el mismo análisis que la Tabla 1 pero agrupando los indicadores en ámbitos determinantes de la competitividad turística (30 en total en el informe MoniTur).

A nivel de indicador de competitividad, las principales ventajas de Extremadura se concentran en el pilar de “ordenación y condicionantes competitivos del espacio turístico”. En efecto, la región extremeña disfruta de una posición ventajosa respecto al resto de regiones españolas en el grado de ocupación del territorio, en el

nivel de congestión y en la calidad del aire. En cualquier caso, se han detectado también otras ventajas en otros tres pilares. En concreto, en el pilar de “atracción de talento, formación y eficiencia de los recursos humanos”, la ventaja se refiere a la calidad de la formación profesional. En el pilar de “prioridad política y gobernanza turística”, la adecuación de la normativa turística es el indicador que representa una ventaja competitiva dentro del mismo. Por último, en el pilar de “desempeño: resultados económicos y sociales”, la única ventaja detectada es la satisfacción del turista.

Sin embargo, las desventajas de Extremadura a nivel de indicador son considerablemente más numerosas que sus ventajas. Tanto es así que, con la única excepción del pilar de “ordenación y condicionantes competitivos del espacio turístico”, la región presenta desventajas en todos los pilares. En concreto, hay tres pilares

en los que la región debería ponerse a trabajar con urgencia para mejorar su posición competitiva relativa. Estos tres pilares son la “diversificación y estructuración de productos turísticos” (16 desventajas), la “visión de marketing estratégico y apoyo comercial” (6 desventajas) y el “desempeño: resultados económicos y sociales”

(5 desventajas). El análisis detallado de todas estas desventajas (y que queda fuera del alcance de este trabajo) ayudará a entender mejor el porqué de la mala posición competitiva de Extremadura (última posición del ranking en 2014; penúltima posición en 2018) en el ámbito turístico a nivel nacional.

Tabla 2: Ventajas y desventajas del turismo extremeño en términos de ámbitos determinantes de la competitividad turística

DESVENTAJAS COMPETITIVAS			VENTAJAS COMPETITIVAS		
	Valor	Dif.		Valor	Dif.
1. VISIÓN DE MARKETING ESTRATÉGICO Y APOYO COMERCIAL			1. VISIÓN DE MARKETING ESTRATÉGICO Y APOYO COMERCIAL		
1.3. Estrategia de marketing on-line	90,6	3,6			
1.4. Fórmula de gestión del marketing institucional	86,5	1,6			
2. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD POR MEDIOS DE TRANSPORTE			2. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD POR MEDIOS DE TRANSPORTE		
2.1. Accesibilidad y conectividad aérea	81,9	8			
2.2. Accesibilidad y conectividad ferroviaria	73,7	14			
2.3. Accesibilidad y conectividad terrestre	82,7	4,6			
3. ORDENACIÓN Y CONDICIONANTES COMPETITIVOS DEL ESPACIO TURÍSTICO			3. ORDENACIÓN Y CONDICIONANTES COMPETITIVOS DEL ESPACIO TURÍSTICO		
3.1. Protección del territorio	76	11,9	3.2. Densidad urbanística en los destinos	128,5	17,4
3.3. Atractivo de los espacios públicos	78,1	10	3.4. Compromiso medioambiental	110,7	3,9
			3.5. Otros servicios de soporte	106,9	22,5
4. DIVERSIFICACIÓN Y ESTRUCTURACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS			4. DIVERSIFICACIÓN Y ESTRUCTURACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS		
4.2. Diversificación de la oferta de productos	88,2	4,6			
4.3. Cualificación de la oferta de alojamiento y restauración	80,2	11,9	4.1. Gestión integral de la oferta por clubs de productos	127,1	15,2
5. ATRACCIÓN DE TALENTO, FORMACIÓN Y EFICIENCIA DE LOS RECURSOS HUMANOS			5. ATRACCIÓN DE TALENTO, FORMACIÓN Y EFICIENCIA DE LOS RECURSOS HUMANOS		
5.1. Productividad de los trabajadores	59,7	28,4			
6. PRIORIDAD POLÍTICA Y GOBERNANZA TURÍSTICA			6. PRIORIDAD POLÍTICA Y GOBERNANZA TURÍSTICA		
6.1. Prioridad política	89	3			
6.3. Seguimiento de los resultados económicos y apuesta por la innovación	77,5	12,9	6.5. Eficacia en la gestión de las competencias turísticas	121	9,3
6.6. Coordinación interadministrativa	74,3	13,8			
7. DESEMPEÑO: RESULTADOS ECONÓMICOS Y SOCIALES			7. DESEMPEÑO: RESULTADOS ECONÓMICOS Y SOCIALES		
7.1. Total de ingresos turísticos	81,3	6,8			
7.2. Eficiencia del modelo turístico	77,1	11,2			
7.5. Contribución social	82,2	8,4			

Fuente: elaboración propia a partir de datos de MoniTur 2014 (2016).

Pasando ahora al análisis de las ventajas y desventajas a nivel de ámbitos determinantes de competitividad (Tabla 2), se puede concluir que el pilar de “ordenación y condicionantes competitivos del espacio turístico” es en el que la

región obtiene mejores resultados. Así, los ámbitos referidos a la densidad urbanística, al compromiso medioambiental y a otros servicios de soporte representan ventajas dentro de este pilar. Al margen del mismo, sólo ha sido posible

identificar dos ventajas adicionales a nivel de ámbitos de competitividad: la gestión integral de la oferta por clubs de productos (pilar de “diversificación y estructuración de productos turísticos”) y la eficacia en la gestión de las competencias turísticas (pilar de “prioridad política y gobernanza turística”).

Por el contrario, los ámbitos determinantes de competitividad identificados como desventajas han sido considerablemente más numerosos. Tanto es así que, de los 30 ámbitos de competitividad utilizados en el informe MoniTur, 16 de ellos han sido identificados como desventajas. De los 7 pilares considerados, destacan especialmente los pilares de “accesibilidad y conectividad por medios de transporte”, de “prioridad política y gobernanza turística” y de “desempeño: resultados económicos” como los que concentran mayor número de desventajas (3 en cada uno de los pilares).

En definitiva, a la vista del análisis realizado, son muchas las desventajas identificadas y, por consiguiente, es mucho y muy ingente el trabajo que tienen que realizar los agentes públicos y privados del turismo extremeño para mejorar la competitividad del sector. En este sentido, parece razonable empezar a actuar, en una primera fase, sobre aquellas desventajas que se traduzcan en una mayor mejora (aunque no necesariamente más rápida) en la competitividad relativa de la región, dejando para fases posteriores aquellas otras desventajas cuya eliminación se

convierta en una mejora menos visible (aunque no necesariamente más lenta) de dicha competitividad. Pues bien, para determinar cuáles serían las acciones más urgentes a incluir en esta primera fase, se ha llevado a cabo un proceso de priorización de las desventajas (aunque también de las ventajas), que se desarrolla y explica con detalle en el siguiente apartado de este trabajo.

5. ESTIMACIÓN DEL EFECTO DEL CAMBIO DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS DE TURISMO SOBRE LA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA DE EXTREMADURA.

A continuación, se presentan los resultados de la estimación del modelo de regresión final para cada uno de los 7 pilares que considera el informe MoniTur.

5.2.1. Visión de marketing estratégico y apoyo comercial.

Como se observa en la Tabla 3, los dos factores que influyen de forma más clara sobre la competitividad turística en términos de visión de marketing estratégico y apoyo comercial son la fórmula de gestión del marketing institucional (0,307), en primer lugar, y el resultado de estrategias de marketing activo en buscadores (0,249).

Tabla 3: regresión de la visión de marketing estratégico y apoyo comercial sobre las desventajas competitivas del pilar

Modelo estimado: $\hat{Y}_i = 44,618 + 0,249 \hat{X}_{1i} + 0,307 \hat{X}_{2i}$		
	Estadístico t	p-valor
Y_i : visión de marketing estratégico y apoyo comercial	2,996	0,009
X_{1i} : resultado de estrategias de marketing activo en buscadores	3,703	0,002
X_{2i} : fórmula de gestión del marketing institucional		
R^2 : 0,595 Test de Wald: 842,913 (p-valor: 0,000) Test de Reset: 1,810 (p-valor: 0,206) Test de Jarque-Bera: 0,790 (p-valor: 0,673)	Test de White: 1,213 (p-valor: 0,327) Test de Breusch-Godfrey: 0,794 (p-valor: 0,474) VIF: X_{1i} (1,011); X_{2i} (1,011)	

Fuente: elaboración propia a partir de cálculos realizados con Eviews 7.0.

En relación a la fórmula de gestión del marketing institucional, Extremadura cuenta con una sociedad que gestiona el marketing turístico de la Comunidad Autónoma, lo mismo que sucede con la mayor parte de las regiones españolas. Sin embargo, los empresarios turísticos no participan en su capital, circunstancia que sí o-

curre, por el contrario, en Cataluña, Comunidad de Madrid, Galicia y País Vasco. En consecuencia, Extremadura debería invitar a los empresarios de la región a participar en el capital de la sociedad que gestiona el marketing turístico extremeño, la cual, por el momento, es de carácter exclusivamente público, puesto que toda la

labor de promoción y marketing turístico de la región es llevada a cabo por la Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura.

Por su parte, en relación al resultado de estrategias de marketing activo en buscadores, se han valorado las actuaciones de marketing online en Google que han realizado los portales institucionales de promoción turística de cada Comunidad Autónoma española. En este caso, Extremadura se sitúa, junto con otras 11 regiones españolas, en una posición retrasada, que se interpreta desde Exceltur como que o bien la región no realiza estrategias SEM o bien éstas han sido irrelevantes. De esta forma, Extremadura debería esforzarse en diseñar una estrategia SEM en buscadores como Google o Yahoo para optimizar la visibilidad del portal www.turismoextremadura.com y aumentar el tráfico en el mismo. En definitiva, la región debería hacer un esfuerzo para mejorar la promoción de su portal turístico institucional en motores de búsqueda. Se situaría, de esta forma, al nivel de otras regiones españolas más competitivas en esta cuestión, como son Andalucía, Canarias, Asturias, la Comunidad Valenciana o Cataluña.

5.2.2. Accesibilidad y conectividad por medios de transporte.

Los resultados presentados en la Tabla 4 indican que para mejorar la competitividad en accesibilidad y conectividad por medios de transporte, las dos medidas más efectivas son las relativas a la conectividad ferroviaria (0,459) y a la suficiencia de vuelos (0,414).

El indicador de conectividad ferroviaria mide las conexiones existentes en trenes de alta gama entre una región y las principales ciudades del país. Desgraciadamente, en el momento de redactar este trabajo, a Extremadura no llegan trenes de alta gama de RENFE, lo que la sitúa en los últimos puestos del ranking nacional, a niveles similares de otras regiones españolas como Asturias, Cantabria o Murcia. La puesta en funcionamiento de un tren AVE entre Badajoz y Madrid, previsto para 2020 o 2021, podría representar un factor muy importante para la mejora de la competitividad turística de la región.

Tabla 4: regresión de la accesibilidad y conectividad por medios de transporte sobre las desventajas competitivas del pilar

Modelo estimado: $\hat{Y}_i = 12,001 + 0,414 \hat{X}_{1i} + 0,459 \hat{X}_{2i}$ ⁽¹⁾		
	Estadístico t	p-valor
Y_i : accesibilidad y conectividad por medios de transporte		
X_{1i} : suficiencia de vuelos	3,101	0,009
X_{2i} : conectividad ferroviaria	5,027	0,000
R^2 : 0,787 Test de Wald: 539,784 (p-valor: 0,000) Test de Reset: 1,820 (p-valor: 0,212) Test de Jarque-Bera: 1,006 (p-valor: 0,605)	Test de White: 0,784 (p-valor: 0,479) Test de Breusch-Godfrey: 5,403 (p-valor: 0,026) VIF: X_{1i} (1,030); X_{2i} (1,030)	

⁽¹⁾ MCO corregidos por el método de Newey-West al haberse detectado un problema de autocorrelación.

Fuente: elaboración propia a partir de cálculos realizados con Eviews 7.0.

Por su parte, la suficiencia de vuelos trata de determinar la capacidad de cada región de cubrir la demanda de servicios turísticos de los clientes que priman este medio de transporte. Este indicador se ha calculado dividiendo el número de asientos disponibles en los vuelos que aterrizan en el destino turístico con al menos una frecuencia semanal entre las plazas turísticas totales de esa región. Pues bien, según los datos del informe MoniTur 2014, Extremadura contaba únicamente con 29 plazas en vuelos por cada 1.000 plazas de alojamiento turístico, lo que sitúa a la región en una clara desventaja competitiva respecto a otras regiones. Únicamente La Rioja, Murcia, Castilla y León y Castilla la Mancha se encuentran en una situación

peor que Extremadura. En consecuencia, si la región desea incrementar el número de turistas extranjeros y la participación de estos sobre el total de flujos turísticos, será absolutamente necesario incrementar el número de asientos de avión en vuelos con una frecuencia al menos semanal.

5.2.3. Ordenación y condicionantes competitivos del espacio turístico.

El pilar de ordenación y condicionantes competitivos del espacio turístico es el que más condicionado está por las ventajas o desventajas identificadas en la región extremeña. Como puede apreciarse en la Tabla 5, son cinco los

factores que contribuyen de forma significativa a mejorar la competitividad en este pilar. De todos ellos, el que mayor efecto tiene sobre el mismo es el atractivo de los espacios públicos (0,218), seguido de la protección del territorio (0,191) y el compromiso ambiental (0,181). En menor medida influyen también sobre la ordenación y condicionantes competitivos del espacio turístico el grado de ocupación del territorio (0,122) y el nivel de congestión del mismo (0,102).

Comenzando por el factor más determinante de todos, el atractivo de los espacios públicos, éste ha sido medido a través de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial que realiza trimestralmente Exceltur. Pues bien, para Extremadura el valor de este indicador es de 79,9, situándose únicamente por encima de Murcia, Canarias y Baleares. El hecho de que el valor de este indicador para Extremadura represente el 78,1% de la media nacional indica que la administración turística extremeña tiene mucho trabajo por delante para converger con el resto de regiones españolas en este aspecto concreto.

La protección del territorio es otro de los aspectos en los que se puede trabajar para mejorar la competitividad de la región. Este indicador se ha calculado como el porcentaje del territorio de cada región que está protegido como espacio natural, al amparo tanto de la legislación nacional como de la propia de cada región. En este indicador, la posición relativa de Extremadura es la 14ª, ya que según los datos de Exceltur, sólo el 7,5% del territorio extremeño está protegido. Sólo Castilla la Mancha, Murcia y Aragón registran porcentajes más bajos. En cualquier caso, es necesario precisar que es muy difícil actuar sobre este indicador para mejorar la competitividad, puesto que los espacios naturales protegidos son los que son (no es posible proteger lo que no exige protección) y porque la elevada extensión territorial de Extremadura determina que este porcentaje siempre será reducido (a diferencia de lo que ocurre con las regiones españolas menos extensas, que son las que ocupan las primeras posiciones del ranking nacional, como Canarias, La Rioja, Cantabria o Asturias).

Tabla 5: regresión de la ordenación y condicionantes competitivos del espacio turístico sobre las desventajas competitivas del pilar

Modelo estimado: $\hat{Y}_i = 18,620 + 0,191 \hat{X}_{1i} + 0,122 \hat{X}_{2i} + 0,102 \hat{X}_{3i} + 0,218 \hat{X}_{4i} + 0,181 \hat{X}_{5i}$		
	Estadístico t	p-valor
Y_i : ordenación y condicionantes competitivos del espacio turístico		
X_{1i} : protección del territorio	17,928	0,000
X_{2i} : grado de ocupación del territorio en los destinos turísticos	7,588	0,000
X_{3i} : nivel de congestión de los destinos turísticos	6,079	0,000
X_{4i} : atractivo de los espacios públicos	21,420	0,000
X_{5i} : compromiso ambiental	8,552	0,000
R^2 : 0,987 Test de Wald: 29312,14 (p-valor: 0,000) Test de Reset: 0,325 (p-valor: 0,731) Test de Jarque-Bera: 1,691 (p-valor: 0,429)		
Test de White: 0,704 (p-valor: 0,632) Test de Breusch-Godfrey: 1,113 (p-valor: 0,370) VIF: X_{1i} (1,175); X_{2i} (2,664); X_{3i} (2,872); X_{4i} (1,066); X_{5i} (1,258)		

Fuente: elaboración propia a partir de cálculos realizados con EvIEWS 7.0.

El tercer factor a considerar es el compromiso ambiental. Este compromiso ambiental es un ámbito determinante de competitividad que se ha aproximado a partir de 4 indicadores: tratamiento de residuos, depuración de agua, gestión ambiental de la franja litoral (sólo regiones costeras) y calidad del aire. Respecto al tratamiento de residuos, este indicador se ha calculado como el porcentaje del total de residuos sólidos generados que ha sido sometido a tratamiento (incineración, compostaje, biometani-

zación o recogida selectiva). El valor de este indicador para Extremadura es de un 48,2% y, si bien este valor la sitúa en la 11ª posición del ranking nacional, lo cierto es que este porcentaje es muy similar al valor medio nacional (99,6% del mismo) por lo que, en este caso, la convergencia con España es muy elevada. La depuración de agua ha sido calculada como el porcentaje de aguas residuales que han sido tratadas. Este porcentaje es en Extremadura de un 87,9%, lo que sitúa a la región en una posición intermedia (10ª

posición) y convergiendo claramente con la media nacional (98,0%). Finalmente, la calidad del aire se ha cuantificado a través del promedio de los valores normalizados de los niveles de las partículas PM10, PM2,5, NO2, O3 y SO2. El valor de este indicador es negativo para las regiones con aire más contaminado y positivo para las regiones con mejor calidad del aire. Pues bien, en este indicador Extremadura es la región líder a nivel nacional, al tener la mejor calidad del aire en España, con un valor del indicador de 0,88, lo que representa el 134,4% de la media nacional. En consecuencia, y como ventaja competitiva, la calidad de aire es uno de los elementos diferenciales que puede ayudar a la región a ser más competitiva.

Los dos factores restantes que pueden mejorar la competitividad turística de Extremadura en este pilar son (al igual que la calidad del aire) ventajas competitivas de la región. En concreto, el grado de ocupación del territorio se ha medido como el porcentaje de parcelas edificadas según el catastro inmobiliario urbano sobre la superficie total de los 10 municipios no urbanos de la región con mayor número de plazas turísticas regladas. Pues bien, Extremadura registra un valor en este indicador del 0,5% y ocupa la segunda posición a nivel nacional (superada únicamente por Aragón). Este valor de la región representa el 124,1% de la media nacional y se puede afirmar que el grado de ocupación del territorio turístico extremeño es muy bajo. Por su parte, y para finalizar, el nivel de congestión del territorio se ha calculado como la presión humana potencial por kilómetro

cuadrado en los 10 municipios no urbanos con mayor número de plazas regladas. La presión humana potencial se ha calculado sumando a la población real residente la capacidad alojativa reglada y residencial no reglada de carácter turístico. Pues bien, Extremadura es la región española con menor nivel de congestión turística de España (7.120 personas por kilómetro cuadrado), cifra que es un 33% menor que la media nacional. Esta circunstancia puede estar explicada tanto por la baja densidad poblacional de la región como por el escaso número de turistas que registran algunos municipios de Extremadura. En definitiva, estos dos indicadores podrían ser utilizados en las campañas de promoción de la región como elementos diferenciadores de su oferta turística, asociando el turismo a la tranquilidad y a la no masificación (slow-tourism).

5.2.4. Diversificación y estructuración de productos turísticos.

Los datos presentados en la Tabla 6 determinan que hay cuatro factores principales que pueden mejorar la posición competitiva de Extremadura en la diversificación y estructuración de sus productos turísticos. De estos cuatro factores, el más determinante de todos es, sin ninguna duda, la gestión integral de la oferta por clubs de productos (0,373), seguido por la apuesta por la oferta reglada (0,186), por el turismo idiomático (0,165) y por el número de asistentes a reuniones (0,144).

Tabla 6: regresión de la diversificación y estructuración de productos turísticos sobre las desventajas competitivas del pilar

Modelo estimado: $\hat{Y}_i = 13,093 + 0,373 \hat{X}_{1i} + 0,144 \hat{X}_{2i} + 0,165 \hat{X}_{3i} + 0,186 \hat{X}_{4i}$		
	Estadístico t	p-valor
Y_i : diversificación y estructuración de productos turísticos		
X_{1i} : gestión integral de la oferta por clubs de productos	13,650	0,000
X_{2i} : número de asistentes a reuniones	4,339	0,001
X_{3i} : turismo idiomático	4,919	0,000
X_{4i} : apuesta por la oferta reglada	6,733	0,000
R^2 : 0,964 Test de Wald: 5518,55 (p-valor: 0,000) Test de Reset: 3,037 (p-valor: 0,093) Test de Jarque-Bera: 0,589 (p-valor: 0,745)		
Test de White: 1,326 (p-valor: 0,316) Test de Breusch-Godfrey: 0,811 (p-valor: 0,472) VIF: X_{1i} (1,205); X_{2i} (1,761); X_{3i} (1,784); X_{4i} (1,226)		

Fuente: elaboración propia a partir de cálculos realizados con Eviews 7.0.

La gestión integral de la oferta por clubs de productos es un ámbito determinante de competitividad en el que Extremadura cuenta con una ventaja. En efecto, este ámbito se ha cuantifi-

cado a través del número de criterios satisfechos por los clubs de productos con los que cuenta cada región. Pues bien, el valor de este ámbito para Extremadura es de 12, ocupando de esta

forma la tercera posición del ranking nacional, y siendo superada únicamente por Navarra y por Galicia.

Por su parte, la apuesta por la oferta reglada se ha calculado como la proporción de las plazas regladas (hoteles, apartamentos, campings y turismo rural) sobre el total de plazas de alojamiento turístico de cada región. En este indicador, Extremadura ocupa la penúltima posición del ranking nacional, con un valor del indicador del 7,1% (esto es, el 79,8% de la media nacional). Sólo Castilla la Mancha registra un valor del indicador inferior al de Extremadura. Se impone, por tanto, la necesidad de fomentar la creación de plazas regladas y de frenar la oferta de nuevas plazas no regladas en la región para elevar el valor de este indicador hasta, al menos, valores próximos a la media nacional (un 17,8%).

El tercer factor a considerar en este pilar es el turismo idiomático. La manera de cuantificar la presencia del turismo idiomático en cada región ha sido el número de centros de enseñanza de español acreditados por el Instituto Cervantes. Pues bien, Extremadura es una de las 4 regiones españolas (junto con Asturias, Castilla la Mancha y La Rioja) que carece de centros acreditados. Esto significa, por tanto, que el turismo idiomático no es una modalidad turística que esté presente en la región y que, por otro lado, tampoco ha sido objeto de interés por parte de los agentes turísticos de la región, que no ven en el mismo una oportunidad de desarrollo.

Finalmente, el número de asistentes a reuniones es otra desventaja de la región sobre la que se debería actuar con mayor urgencia para mejorar la posición competitiva relativa de Extremadura. En efecto, Extremadura es la región con menor número de asistentes a reuniones (17.321; dato de 2009), a una notabilísima distancia de los más de medio millón de asistentes a reuniones registrados ese mismo año en Cataluña o en la Comunidad de Madrid. En este sentido, la existencia de varios Palacios de Congresos en la región (Badajoz, Cáceres, Mérida, Plasencia, Villanueva de la Serena) no se está traduciendo en un desarrollo del turismo MICE en la región. Este es un nuevo ejemplo de la existencia de recurso, pero de la ausencia de producto o paquete turístico. En este ámbito concreto, hay también muy trabajo por desarrollar en el futuro.

5.2.5. Atracción de talento, formación y eficiencia de los recursos humanos.

Los resultados estadísticos presentados en la Tabla 7 demuestran empíricamente que, para mejorar la atracción de talento, la formación y la eficiencia de los recursos humanos en el sector turístico extremeño, hay que incidir especialmente en la productividad de los trabajadores (0,566) y en la calidad del sistema formativo profesional de Extremadura (0,475).

Tabla 7: regresión de la atracción de talento, formación y eficiencia sobre las desventajas competitivas del pilar

Modelo estimado: $\hat{Y}_i = -4,054 + 0,566 \hat{X}_{1i} + 0,475 \hat{X}_{2i}$		
	Estadístico t	p-valor
Y_i : atracción de talento, formación, eficiencia de recursos humanos		
X_{1i} : productividad de los trabajadores	7,303	0,000
X_{2i} : calidad del sistema formativo profesional	6,122	0,000
R^2 : 0,830 Test de Wald: 1085,37 (p-valor: 0,000) Test de Reset: 2,492 (p-valor: 0,124) Test de Jarque-Bera: 0,882 (p-valor: 0,643)		Test de White: 0,736 (p-valor: 0,497) Test de Breusch-Godfrey: 2,525 (p-valor: 0,122) VIF: X_{1i} (1,127); X_{2i} (1,127)

Fuente: elaboración propia a partir de cálculos realizados con EvIEWS 7.0.

La productividad de los trabajadores ha sido calculada como el Valor Añadido Bruto (VAB) por persona empleada en las ramas de actividad características del turismo. De todas las regiones españolas, Extremadura es la que presenta un VAB/empleada en el sector más bajo (39.206 euros). Esto significa que la productividad de los trabajadores del sector turístico

extremeño representa solamente el 59,7% de la media nacional. Es evidente, por tanto, que las autoridades públicas y privadas del turismo extremeño deberían trabajar en generar más valor añadido a la actividad turística. En este sentido, uno de los grandes problemas del turismo extremeño ha sido la disponibilidad de una gran cantidad de recursos susceptibles de explotación tu-

rística, pero también una gran incapacidad para convertirlos en productos y paquetes. En consecuencia, deberían fomentarse las iniciativas que incorporen los recursos a los mercados turísticos, de manera que todas las acciones dirigidas a una mayor comercialización de los productos y paquetes turísticos regionales contribuirían a generar más riqueza y, por consiguiente, a elevar la productividad de los trabajadores del sector.

Por su parte, y a diferencia de lo que sucede con la mayoría de las variables explicativas en los diferentes modelos que están siendo estimados, la calidad del sistema de formación profesional extremeño no es una desventaja del turismo regional, sino una ventaja. En efecto, el valor de este indicador en la región es de 116,1, lo que representa un 22,1% más que la media nacional, de manera que Extremadura es

superada únicamente en este aspecto por Galicia, la Comunidad de Madrid y el País Vasco. En consecuencia, la estrategia a seguir en este caso es el mantenimiento de la calidad percibida por los empresarios turísticos de la Escuela de Hostelería de Extremadura que, desde su apertura, está contribuyendo de forma muy significativa a mejorar la formación profesional de los empleados en el sector turístico.

5.2.6. Prioridad política y gobernanza turística.

Según se presenta en la Tabla 8, la mejora en este pilar de competitividad viene determinada, principalmente, por dos factores: la prioridad política y la eficacia en la gestión de las competencias turísticas.

Tabla 8: regresión de la prioridad política y gobernanza turística sobre las desventajas competitivas del pilar

Modelo estimado: $\hat{Y}_i = -8,209 + 0,662 \hat{X}_{1i} + 0,420 \hat{X}_{2i}$		
	Estadístico t	p-valor
Y_i : prioridad política y gobernanza turística		
X_{1i} : prioridad política	3,595	0,003
X_{2i} : eficacia en la gestión de las competencias turísticas	3,298	0,005
R^2 : 0,491 Test de Wald: 943,47 (p-valor: 0,000) Test de Reset: 0,754 (p-valor: 0,492) Test de Jarque-Bera: 2,569 (p-valor: 0,277)		Test de White: 0,269 (p-valor: 0,768) Test de Breusch-Godfrey: 0,619 (p-valor: 0,556) VIF: X_{1i} (2,588); X_{2i} (2,588)

Fuente: elaboración propia a partir de cálculos realizados con Eviews 7.0.

La prioridad política es un ámbito determinante de competitividad, y no un indicador. Esto significa que su valor se ha obtenido como un agregado de tres indicadores: la posición del turismo en la escala organizativa, el esfuerzo presupuestario y la coordinación interconsejerías. Respecto a la posición del turismo en la escala organizativa, y en una escala de 0 a 5 puntos, Extremadura alcanza un valor de 1 en este indicador, y ello es debido a que el turismo en la región no es competencia exclusiva de una consejería, sino que es compartida con otras 3 consejerías, lo que demuestra que el turismo ocupa una posición baja en la escala organizativa del gobierno extremeño. En lo relativo al esfuerzo presupuestario, Extremadura ocupa una posición relativa intermedia a nivel español, dado que el órgano responsable de las competencias turísticas en la región (Dirección General de Turismo) gestiona el 0,24% del presupuesto total de la región, lo que sitúa a Extremadura en la 9ª posición del ranking nacional (93,8% de la

media nacional), entre los extremos que representan la primera (La Rioja; 0,79% del presupuesto regional) y la última región (Castilla La Mancha; 0,04% del presupuesto regional). Finalmente, en la coordinación interconsejerías, Extremadura es una de las 11 regiones españolas que carecen de una comisión interconsejerías para abordar temas turísticos. Los ejemplos de Cataluña, La Rioja o la Comunidad Valenciana, pero sobre todo de Navarra, de Murcia y de Andalucía deberían servir de referencia a Extremadura para mejorar en términos de competitividad turística en este sentido.

Por su parte, y al igual que la calidad del sistema de formación profesional, la eficacia en la gestión de las competencias turísticas es un ámbito determinante de la competitividad que representa una ventaja de Extremadura. Este ámbito está compuesto, a su vez, por dos indicadores: la agilidad en la gestión administrativa y la adecuación de la normativa turística. La agilidad en la gestión administrativa ha sido medida

a través de la percepción de los empresarios turísticos en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur. En este indicador, Extremadura alcanza un índice de valoración empresarial de 108,1 (un 11,4% más que la media nacional) y se sitúa en la 7ª posición del ranking nacional. Por su parte, la adecuación de la normativa turística ha sido medida también con la misma Encuesta de Clima Turístico Empresarial, de forma que, para este indicador, Extremadura alcanza un valor de 122,2 (esto es, un 30,6% más que la media nacional), lo que la sitúa en la segunda posición del ranking nacional (sólo superada por País Vasco).

5.2.7. Desempeño: resultados económicos.

Los resultados económicos del sector turístico extremeño dependen, principalmente, de cuatro factores, tal y como se presenta en la Tabla 9: el volumen de ingresos turísticos (0,291), el gasto medio por turista (0,251), la estacionalidad (0,191) y, en bastante menor medida, los ingresos turísticos por habitante (0,098).

Tabla 9: regresión del desempeño (resultados económicos) sobre las desventajas competitivas del pilar

Modelo estimado: $\hat{Y}_i = 16,857 + 0,291 \hat{X}_{1i} + 0,191 \hat{X}_{2i} + 0,251 \hat{X}_{3i} + 0,098 \hat{X}_{4i}$		
	Estadístico t	p-valor
Y_i : desempeño (resultados económicos)		
X_{1i} : total de ingresos turísticos	8,951	0,000
X_{2i} : estacionalidad	7,508	0,000
X_{3i} : gasto medio del turista	6,497	0,000
X_{4i} : ingresos turísticos por habitante	2,902	0,013
R^2 : 0,983 Test de Wald: 6111,34 (p-valor: 0,000) Test de Reset: 1,319 (p-valor: 0,310) Test de Jarque-Bera: 0,602 (p-valor: 0,740)	Test de White: 0,360 (p-valor: 0,832) Test de Breusch-Godfrey: 0,256 (p-valor: 0,779) VIF: X_{1i} (1,856); X_{2i} (1,142); X_{3i} (2,627); X_{4i} (1,998)	

Fuente: elaboración propia a partir de cálculos realizados con Eviews 7.0.

Comenzando por el factor más determinante de todos, el volumen de ingresos turísticos, hay que indicar que éste se ha calculado agregando el gasto turístico de los extremeños, el de los españoles no residentes en la región y el de los extranjeros. De esta forma, los cálculos realizados por Exceltur evidencian que los ingresos turísticos totales de Extremadura en el año 2014 ascendían a 690 millones de euros, lo que sitúa a la región en una de las últimas posiciones del ranking nacional, superando únicamente a Navarra y la Rioja. El hecho de que Extremadura sea una región turística de interior (sin costas ni litoral) hace que los flujos turísticos de españoles no residentes en la región sean considerablemente menores que los alcanzados por las regiones españolas con litoral. Además, el porcentaje de turistas extranjeros sobre el total de flujos turísticos en Extremadura es uno de los más bajos del país (en torno al 15%). Estas dos circunstancias explican, en gran medida, el bajo volumen de ingresos. En este sentido, estrategias dirigidas a atraer un mayor número de turistas nacionales en los períodos del año que no sean temporada alta en las costas y, sobre todo, dirigidas

a captar turistas de los mercados turísticos internacionales (con Portugal como el mercado más próximo y más interesante) deberían ser consideradas para mejorar la posición competitiva de la región en este aspecto.

Por su parte, el gasto medio por turista en la región, calculado como el cociente entre el gasto turístico total y el número de pernoctaciones, alcanza la cifra de 27,8 euros por día y turista para el año 2014. Esta cifra representa el 73,2% de la media española y es la segunda cifra más baja del país, ya que sólo Castilla La Mancha se sitúa por detrás de Extremadura (24,2 euros). Es evidente que con esta cifra, y con el volumen total de visitantes de la región, es muy complicado que el turismo se convierta en motor de desarrollo económico, tal y como desean las instituciones públicas de la región. Aspirar a situar este gasto medio por turista al menos en posiciones intermedias del ranking nacional (en el entorno de los 50-60 euros) debería ser una prioridad absoluta para los agentes sociales del sector turístico extremeño.

Otro factor que condiciona significativamente los resultados económicos del sector

turístico extremeño es la estacionalidad. La ratio de estacionalidad en el que se basa este indicador toma valores comprendidos entre 0 (ausencia de estacionalidad, las pernoctaciones mensuales son las mismas todos los meses del año) y 1 (estacionalidad máxima, las pernoctaciones anuales se concentran en un único mes del año). Pues bien, Extremadura alcanza una ratio de estacionalidad de 0,26, el cual sitúa a la región en una posición mediana en el ranking nacional, en valores muy similares a los de Andalucía, Comunidad Valenciana o Navarra. Sin embargo, la promoción de alternativas turísticas que se desarrollan fuera de la temporada alta, como la caza, la observación de aves o la visita a explotaciones taurinas, en las que la región cuenta con una potencialidad que no tienen otras regiones españolas, podría contribuir de forma significativa a mejorar esta ratio de estacionalidad.

Finalmente, y aunque menos determinante, los ingresos turísticos por habitante son también un factor de mejora de competitividad. Este indicador se ha obtenido dividiendo los ingresos turísticos totales de la región entre la población total de la misma en el año 2014. Pues bien, los ingresos turísticos por habitante en Extremadura son de los más bajos del país (628 euros por habitante), siendo superiores únicamente a los de País Vasco y Castilla la Mancha. Sin embargo, y a diferencia de lo que sucede con estas dos últimas regiones (con un volumen de población considerablemente mayor que el de Extremadura), el problema de esta ratio tan baja no es tanto el volumen de población extremeña (en torno al millón de habitantes) como el bajo volumen de ingresos turísticos. De esta forma, la mejora de esta ratio en el futuro no debería venir de la más que preocupante reducción de la población extremeña, sino más bien de un crecimiento de sus ingresos por turismo, a través de algunas de las ideas propuestas en este trabajo.

6. PRINCIPALES CONCLUSIONES

Tras el profundo análisis realizado en este trabajo, se derivan algunas implicaciones interesantes para la gestión tanto pública como privada del sector turístico extremeño. Sirvan las siguientes reflexiones como recomendaciones para mejorar la posición competitividad del turismo en Extremadura:

1º) Extremadura es la región turística menos competitiva de España. Sus vías de comunicación no son lo suficientemente buenas para

facilitar el desplazamiento dentro de la región, su frecuencia de vuelos nacionales es claramente insuficiente y su conectividad ferroviaria es terciarista. Sólo mejorando la accesibilidad de los turistas, tanto nacionales como internacionales, a la región se estará en condiciones de ser más competitivos. En caso contrario, la región seguirá estando en una posición muy desfavorable respecto al resto del país.

2ª) Las ventajas de Extremadura son mucho menos numerosas que sus desventajas, hasta el punto de que la mala competitividad relativa de la región podría explicarse, al menos parcialmente, por esta circunstancia. Las principales ventajas competitivas del turismo extremeño se relacionan con la ordenación y con los condicionantes del espacio turístico, destacando especialmente a nivel nacional en el grado de ocupación turística del territorio (destino no masificado), en el nivel de congestión y en la calidad del aire (destino de elevada calidad ambiental).

3ª) Las desventajas competitivas de la región son muy numerosas, pero las relacionadas con la diversificación y estructuración de productos turísticos (comercialización), con la visión del marketing estratégico y apoyo comercial (promoción en redes sociales y on-line) y con los resultados económicos y sociales (rentabilidad) son las que lastran, principalmente, la competitividad del turismo regional. También la accesibilidad y la conectividad entre diferentes puntos de la región por diferentes medios de transporte (avión y tren, especialmente) es otro factor que impide que el turismo extremeño sea más competitivo.

4ª) En el ámbito del marketing estratégico y de la promoción on-line del destino Extremadura, la Dirección General de Turismo debería promover la creación de una sociedad mixta de promoción turística con participación de capital privado. También debería diseñarse una estrategia SEM efectiva para optimizar la visibilidad on-line de su portal institucional.

5ª) La accesibilidad de los turistas, especialmente de los internacionales, a la región es manifiestamente mejorable. En este sentido, Extremadura debe seguir reclamando al Gobierno de la nación la puesta en funcionamiento de un tren de alta velocidad entre Badajoz y Madrid a la mayor brevedad posible. También es vital incrementar la frecuencia de vuelos nacionales y la introducción de algunos vuelos internacionales en el aeropuerto de Badajoz si se quiere incrementar de forma realmente significativa el

número de turistas extranjeros que visitan la región.

6ª) En lo que al espacio turístico se refiere, Extremadura debería realizar un esfuerzo para incrementar el atractivo de dicho espacio, añadiendo valor añadido a los recursos ya existentes mediante el fomento de actividades complementarias de ocio que, haciendo uso de los recursos disponibles, creen nuevos productos y paquetes turísticos en el territorio. Además, la excelente calidad del aire, el bajo grado de ocupación del territorio por la actividad turística y el escaso nivel de congestión del mismo son claras ventajas competitivas de la región que deberían inspirar campañas promocionales basadas en la tranquilidad, en la no masificación y en la sostenibilidad ambiental del territorio.

7ª) La diversificación y estructuración de productos turísticos es otro factor que puede ser objeto de mejora en la región. En concreto, una clara apuesta por la oferta reglada y por frenar el incremento descontrolado de la oferta no reglada, el desarrollo de una modalidad no considerada hasta el momento como es el turismo idiomático y una explotación eficiente de los diferentes palacios de congresos existentes en la región son algunas de las medidas que contribuirían a hacer más competitivo el sector turístico extremeño.

8ª) Uno de los problemas endémicos del turismo extremeño, y de otros muchos sectores económicos, es el reducido valor añadido bruto generado por el mismo. En este sentido, elevar la producción de riqueza por cada empleado en

el sector es un reto estratégico del turismo extremeño que puede conseguirse, al menos parcialmente, diseñando una adecuada política de comercialización turística que incorpore a los mercados la mayoría de los recursos turísticos de la región. Junto a ella, el mantenimiento de la oferta de calidad de la formación que está realizando la Escuela de Hostelería de Extremadura desde su creación son factores que deberían contribuir en el futuro a ser competitivos en los mercados turísticos.

9ª) Para que el turismo extremeño sea más competitivo, sería necesario también crear una Consejería en el gobierno regional exclusiva en materia turística (Consejería de Turismo) y que no existe hasta ahora; e incrementar las partidas públicas destinadas al turismo en los presupuestos regionales. Por otro lado, la agilidad en la gestión administrativa y la adecuación de la normativa son dos fortalezas importantes de la gobernanza turística extremeña, que deberían ser mantenidas y potenciadas en el futuro.

10ª) Finalmente, la rentabilidad económica y social del turismo extremeño es otro factor clave de su competitividad. Sólo a través de un aumento de los ingresos por turismo captando más turistas y alargando su estancia media (los mercados extranjeros son ideales para estos objetivos), y a través de una desestacionalización de la demanda será posible mejorar esta escasa rentabilidad turística, y a partir de esta mejora, escalar posiciones en el ranking de competitividad turística relativa de las regiones españolas

REFERENCIAS

Abreu-Novais, M.; Ruhanen, L. y Arcodia, Ch. (2016): "Destination competitiveness: what we know, what we know but shouldn't and what we don't know but should". *Current Issues in Tourism*, 19 (6), 492-512.

Abreu-Novais, M.; Ruhanen, L. y Arcodia, Ch. (2018): "Destination competitiveness: a phenomenographic study". *Tourism management*, 64, 324-334.

Armenski T., Dwyer L., y Pavlukovic V. (2017) "Destination competitiveness: public and private sector tourism management in Serbia". *Journal of Travel Research*, 57, (5), 279-295.

Azzopardi, E. (2001): *The international competitiveness of Malta as a tourist destination*. Doctoral dissertation.

Bahar, O. y Kozak, M. (2007): "Advancing destination competitiveness research: comparison between tourists and service providers". *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 22 (2), 61-71.

Chon, K.-S.; Weaver, P.A. y Kim, C.Y. (1991): "Marketing your community: image analysis in Norfolk". *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 31 (4), 31-37.

Cracolici, M.F. y Nijkamp, P. (2009): "The attractiveness and competitiveness of tourism destinations: a study of southern Italian regions". *Tourism Management*, 30 (3), 336-344.

Crouch, G.I. y Ritchie, J. (1999): "Tourism, competitiveness, and societal prosperity". *Journal of Business Research*, 44 (3), 137-152.

Dwyer, L. y Kim, C. (2003): "Destination competitiveness: determinants and indicators". *Current Issues in Tourism*, 6 (5), 369-414.

Dwyer, L.; Forsyth, P. y Rao, P. (2000): "The price competitiveness of travel and tourism: a comparison of 19 destinations". *Tourism Management*, 21 (1), 9-22.

Dwyer, L.; Forsyth, P. y Rao, P. (2002): "Destination price competitiveness: exchange rate changes versus domestic inflation". *Journal of Travel Research*, 40 (3), 328-336.

Dwyer, L.; Mellor, R.; Livaic, Z.; Edwards, D. y Kim, C. (2004): "Attributes of destination competition: a factor analysis". *Tourism Analysis*, 9 (1-2), 91-101.

Echtner, C.M. y Ritchie, J.B. (1993): "The measurement of destination image: an empirical assessment". *Journal of Travel Research*, 31 (4), 3-13.

Enright, M.J. y Newton, J. (2004): "Tourism destination competitiveness: a quantitative approach". *Tourism Management*, 25 (6), 777-788.

Exceltur (2010): *Monitor de competitividad turística relativa de las Comunidades Autónomas españolas (MoniTUR 2009)*. Madrid.

Exceltur (2016): *Monitor de competitividad turística relativa de las Comunidades Autónomas españolas (MoniTUR 2014)*. Madrid.

Gooroochurn, N. y Sugiyarto, G. (2005): "Competitiveness indicators in the travel and tourism industry". *Tourism Economics*, 11 (1), 25-43.

Hassan, S.S. (2000): "Determinants of market competitiveness in an environmentally

sustainable tourism industry". *Journal of Travel Research*, 38, 239-245.

Kim, H.B. (1998): "Perceived attractiveness of Korean destinations". *Annals of Tourism Research*, 25 (2), 340-361.

Mazanec, J.A.; Wöber, K. y Zins, A.H. (2007): "Tourism destination competitiveness: from definition to explanation?". *Journal of Travel Research*, 46, 86-95.

Peña de la, M.R., Núñez-Serrano J.A., Turrión J. y Velázquez F.J. (2019) "A new tool for the analysis of the international competitiveness of tourist destinations based on performance". *Journal of Travel research*, 58, (2), 207-223

Porter, M. (1990): *The comparative advantage of nations*. New York, Free Press.

Ritchie, B.J.R. y Crouch, G.I. (2003): *The competitive destination: a sustainable tourism perspective*. Oxon/Wallingford: CABI.

Ritchie, B.J.R. y Crouch, G.I. (2011): "A model of destination competitiveness and sustainability". En Y. Wang y A. Pizam (Eds.), *Destination marketing and management: theories and applications*, 326-339. Wallingford: CABI.

Uysal, M.; Chen, J.S. y Williams, D.R. (2000): "Increasing state market share through a regional positioning". *Tourism Management*, 21 (1), 89-96.

Williams, P.W., Stewart, K. y Larsen, D. (2012): "Toward an agenda of high-priority tourism research". *Journal of Travel Research*, 51 (1), 3-11.

World Economic Forum (2017): *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017*. Geneva. Switzerland.

Zehrer, A. Smeral, E. y Hallmann K. (2017) "Destination competitiveness. A comparison of subjective and objective indicators for winter sports areas". *Journal of Travel Research*, 56 (1) 55-66.

O Impacto do Metro do Porto nos Preços Imobiliários: Uma Reavaliação

The Impact of the Metro of Porto on Real Estate Prices: A Re-Evaluation

João Borges Carvalho
Mestrado em Economia, FEP-UP

José da Silva Costa
CEF – UP, FEP-UP

Resumo/ Abstract

O acréscimo da acessibilidade proporcionado pelos sistemas de transporte públicos de Metro e o seu impacto nos preços imobiliários interessa a académicos, empresas transportadoras de Metro, responsáveis pelo desenho de políticas públicas, e gestores das cidades. Em particular, a obtenção de evidência empírica de que a acessibilidade a estações de Metro impacta nos preços imobiliários pode-nos dar indicações úteis sobre modalidades alternativas de financiamento dos sistemas de Metro em grandes metrópoles. Em estudo anterior realizado para Porto e Matosinhos (Reis, 2011; Reis e Costa, 2011) não foi possível obter evidência empírica desse impacto positivo. Alguns anos depois, justifica-se estudar de novo o assunto. Para o efeito, estimamos funções hedónicas de preços com dados relativos a 1065 habitações transacionadas no Município do Porto e Vila Nova de Gaia, ao longo do ano de 2016. A análise empírica tem em conta um conjunto de variáveis explicativas, incluindo variáveis estruturais, de localização e de vizinhança. Foram estimados três modelos: o modelo de preços hedónicos, o modelo de dependência espacialmente desfasada e o modelo de dependência dos erros. Os resultados apontam para um impacto positivo da proximidade do Metro no preço das habitações em todos os modelos considerados.

Palavras-chave: Modelo de preços hedónicos; Modelos espaciais; Metro do Porto; Valorização Imobiliária

Improved accessibility provided by metro transport systems is a subject of interest for academics, underground transport enterprises, public policy designers, and city managers. In particular, gathering empirical evidence that accessibility to underground stations impact on real estate prices brings insight on alternative sources of financing underground transport systems. A previous study for Porto and Matosinhos (Reis, 2011; Reis e Costa, 2011) obtained no empirical evidence of such positive impact. Several years later, it makes sense to study the subject again. To this purpose we estimate hedonic price functions using data for 1065 houses in the Municipality of Porto and Vila Nova de Gaia for the year 2016. In the analysis, we take into account a set of explanatory variables, including structural, location and neighbourhood variables. Three models were estimated: the hedonic price model, the spatially lag model, and the spatial error model. Results point to a positive impact of the proximity of the Metro on housing prices for all models considered.

Keywords: Hedonic Price Model; Spatial Models; Subway System; Real Estate Prices Appreciation

Códigos JEL: C21; O18

JEL Codes: C21; O18

1. INTRODUÇÃO

Os sistemas de transporte por Metro desempenham um papel crucial na mobilidade nas grandes cidades pois são considerados um meio de transporte eficiente e ecológico, capaz de enfrentar a deterioração das condições de transporte urbano, enquanto ao mesmo tempo, melhoram o acesso aos locais de trabalho bem como a equipamentos e infraestruturas de serviços. As externalidades positivas, geradas pelos sistemas de transporte de Metro, superam largamente eventuais impactos negativos, reconhecendo-se o seu contributo para o aumento do bem-estar dos residentes em grandes cidades. A construção e operação de sistemas de transporte de Metro é dispendiosa e, por isso, dificilmente é financiável apenas com receitas de bilhética, sendo necessário o financiamento público como compensação pelo serviço público que este tipo de transporte presta aos utentes e não utentes (maior mobilidade, maior fiabilidade, menores custos de congestão, redução de sinistralidade, redução de poluição). Muitos destes efeitos têm natureza de bem público, isto é, são não rivais e há não exclusão, e por isso mesmo os agentes económicos comportam-se como *free-riders*, tendo o Estado que financiar a construção e em parte o funcionamento do sistema de transporte e arrecadar a receita correspondente com impostos.

Os preços da propriedade imobiliária têm a particularidade de captar as externalidades positivas e negativas da envolvente dos prédios, sendo, por isso mesmo, usados como via para quantificar as externalidades associadas a determinada atividade, equipamento e infraestrutura (por exemplo valor associado à proximidade a um parque verde). No caso concreto dos sistemas de transporte de Metro, a proximidade a uma estação de Metro gera um acréscimo de centralidade para os imóveis, sendo de esperar que tenha um impacto positivo no seu preço. A quantificação desse impacto interessa para a fundamentação política dos benefícios associados à existência e operação do sistema de transportes e dos recursos públicos alocados a este tipo de transporte, mas também porque permite encontrar outras modalidades de financiamento baseados em benefícios exclusivos dos beneficiários, como seria uma participação das empre-

sas de Metro na receita de Imposto Municipal sobre Imóveis (IMI) gerada pelos imóveis próximos das estações de metro, bem como, na receita de mais-valias associadas a imóveis próximos das estações de Metro.

Compreende-se, pois, o interesse em quantificar o impacto do sistema de Metro nos preços imobiliários com a estimação de funções hedónicas de preços. Nas funções hedónicas de preços o preço do bem é função do preço implícito dos seus atributos, onde se incluem atributos específicos do imóvel, bem como, atributos associados à sua envolvente e localização. A proximidade a estações de metro é um desses atributos de localização e envolvente do imóvel. Esta melhoria de acessibilidade pode dever-se tanto à diminuição do tempo necessário de deslocação até ao Metro, como à redução do tempo de viagem entre a origem e o destino potenciada pela otimização das rotas em termos de localização e custos. No entanto, a proximidade ao Metro pode gerar situações controversas para os residentes próximos, como é o caso do aumento de tráfego na zona envolvente e os níveis de ruído mais elevados. Estas duas externalidades negativas podem alterar o acréscimo de valor dos imóveis e até diminuir o preço do imóvel e o benefício incorporado pelos proprietários.

Em trabalhos anteriores, Reis (2011) e Reis e Costa (2011) analisaram a influência do Metro do Porto na valorização imobiliária das habitações dos municípios do Porto e Matosinhos. A análise da relação de causalidade entre acessibilidade ao Metro e preços de habitações foi realizada com recurso a uma amostra de 561 preços pedidos para habitações localizadas nos municípios do Porto e Matosinhos. Ao contrário do que era esperado pelos autores, as conclusões do estudo apontam para um prémio negativo para a proximidade de uma habitação à estação de Metro. Mais recentemente, Pascoal (2016) realizou idêntico estudo para Vila do Conde e Póvoa de Varzim, tendo o autor não encontrado evidência empírica estatisticamente significativa de impacto do sistema metropolitano na valorização imobiliária.

Passados alguns anos desde o início da atividade do Metro do Porto, justifica-se avaliar de novo se há sinais de impacto deste sistema de transporte nos preços imobiliários. Não só decorreu tempo necessário para que a acessibi-

lidade impactasse os preços imobiliários, bem como houve um crescimento muito significativo da oferta de alojamento local, onde a acessibilidade a transporte público constitui um atributo valioso. Adicionalmente, dispomos de uma amostra bem maior e com dados georreferenciados, o que constitui um valor acrescentado deste estudo pois podemos fazer estimados usando modelos com correção para autocorrelação espacial.

Para avaliar o impacto do Metro do Porto no preço dos imóveis, estimamos um modelo de preços hedónicos sem e com consideração de correção para autocorrelação espacial. Neste âmbito, o desenvolvimento do estudo é feito com recurso a modelos econométricos, nomeadamente o método dos mínimos quadrados, o modelo de dependência espacialmente desfasada e o modelo de dependência espacial dos erros.

Este artigo está organizado em cinco secções. Numa segunda secção, fazemos uma revisão de estudos que recorrem a funções hedónicas de preços para estimar o impacto da acessibilidade a transporte de Metro nos preços imobiliários. Numa terceira secção apresentamos o modelo a ser estimado. Numa quarta secção analisamos os resultados empíricos obtidos. Finalmente, numa quinta secção apresentamos as conclusões da investigação realizada.

2. SISTEMAS DE TRANSPORTE DE METRO E PREÇOS IMOBILIÁRIOS: UMA BREVE REVISÃO DA LITERATURA

2.1. O Modelo de Preços Hedónicos

A estimação de modelos de preços hedónicos é uma metodologia que pode ser usada com propósitos diferentes e que se adequa bem à explicação dos preços em mercados onde se transacionam bens heterogéneos. Um bem heterogéneo é representado como um vetor de características objetivamente mensuráveis (Rosen, 1974). Os atributos dos bens heterogéneos, apesar de não serem transacionados individualmente, possuem um valor de mercado. Por essa razão se estimam modelos de preços hedónicos em que o objetivo é estimar o preço implícito dos atributos dos bens que não estão presentes no mercado de forma direta, mas que influenciam o preço pelo qual o bem heterogéneo é transacionado.

O uso da técnica do modelo de preços hedónicos é muito documentado na literatura tendo sido popularizado por Zvi Griliches no início da década de 1960 (Dorantes *et al.*, 2011). Goodman (1998) defende que o pioneiro da análise de preços hedónicos foi Court (1939) ao publicar o seu artigo *Hedonic price indexes with automotive examples*. No entanto, o seu trabalho apenas foi mencionado duas décadas depois por Zvi Griliches (1958) e apenas foi referenciado na literatura de forma superficial. No geral, a literatura aponta Lancaster (1966) e Rosen (1974) como os autores responsáveis pelos trabalhos mais importantes na consolidação da teoria dos preços hedónicos.

A abordagem Lancasteriana foca essencialmente o lado da procura. Para Lancaster (1966), um bem heterogéneo, por si só, não oferece utilidade ao consumidor, possui atributos e esses atributos dão origem à utilidade. Em geral, um bem terá mais do que um atributo, e muitos atributos serão comuns noutros bens e, por último, a combinação de bens pode possuir atributos diferentes daquelas que os bens têm separadamente, ou seja, o seu todo pode ser diferente da soma das partes. Embora Lancaster tenha sido o primeiro autor a discutir a utilidade hedónica, ele nada diz sobre os modelos de preços. Por isso, a abordagem de Rosen (1974) diferencia-se da abordagem de Lancaster porque analisa, não só o comportamento do consumidor, como também o equilíbrio de mercado. Rosen (1974) introduziu o conceito de equilíbrio competitivo entre a oferta e procura de bens multidimensionais, onde produtores e vendedores se posicionam. O autor sugeriu que tanto a oferta como a procura devem ser levados em consideração quando se realiza uma análise de preços hedónicos.

No seu estudo, Rosen começa por definir um plano em que qualquer ponto localizado no espaço de atributos pode ser representado por um vetor de coordenadas $z=(z_1, z_2, \dots, z_n)$, em que z_i mede a quantidade do i ésimo atributo contido no bem e n é o número total de características objetivamente medidas. Então, o preço global da transação é definido para cada ponto do espaço de atributos e segue as escolhas de localização do consumidor e produtor.

$$p(z) = p(z_1, z_2, \dots, z_n) \quad (1)$$

A equação acima indica que o preço p de um dado bem depende das quantidades dos seus atributos z_i . Assume-se que as hipóteses

genéricas de um mercado competitivo são tidas como válidas. Isto é, nenhum dos agentes individuais tem capacidade para influenciar o comportamento de mercado. Em equilíbrio de mercado, o que os consumidores estão dispostos a pagar é igual ao que os vendedores estão dispostos a receber, dado um conjunto de atributos localizados no espaço.

Genericamente o modelo de preços hedónicos pode ser representado por

$$P_i = p(X_i, \beta, \varepsilon) \quad (2)$$

onde P_i representa o preço de habitação, X_i um vetor de atributos da habitação, β é um vetor dos parâmetros a ser estimado, ε é o termo de erro estocástico.

2.2. Impacto dos Sistemas de Transporte de Metro nos Preços Imobiliários

Nos últimos anos, o elevado ritmo de construção e extensão das linhas de Metro em várias cidades do mundo e as crescentes necessidades de financiamento destas infraestruturas de transporte levou muitos investigadores a estudar a relação entre as estações de Metro e o preço das habitações. Para o efeito recorreram muito frequentemente à estimação de funções hedónicas de preços de habitação. O preço das habitações, como vimos atrás, é função dos seus atributos onde se inclui a acessibilidade a estações de Metro. Esta metodologia permite captar o valor associado à acessibilidade ao Metro ao mesmo tempo que considera todos os outros atributos que influenciam o preço das habitações.

Al-Mosaind *et al.* (1993) estudou um corredor da linha de Metro MAX em Portland com diversas estações de Metro e concluiu que as estações de Metro têm um impacto positivo no preço das habitações que estão localizadas até 500 metros. O preço das propriedades até 500 metros é 4324\$ mais elevado, em média, em relação às propriedades localizadas dentro da área de estudo (até 1000 metros) mas com uma distância superior a 500 metros. O autor concluiu também que a contribuição total da proximidade das estações nos preços das propriedades é aproximadamente 10,6%, em média.

Hess e Almeida (2007) estimaram um modelo de preços hedónicos usando para o efeito uma base de dados com 7000 observações na

Cidade de Búfalo. Os autores consideraram uma zona de impacto definida de 400 metros de raio em torno das 14 estações de Metro. Concluem que, ao longo do metropolitano, as habitações localizadas na área de estudo são valorizadas em \$2,31/m (usando a distância linear) e \$0,99/m (usando a distância de percurso) em direção à estação de Metro mais próxima. Uma habitação localizada na área de impacto pode ganhar um prémio de \$1300-3000 ou possuir um valor 2 a 5% acima do valor médio das habitações na cidade.

Pan (2013) analisou o impacto do metropolitano de Houston no preço das propriedades residenciais com recurso não só ao tradicional modelo do método dos mínimos quadrados (OLS) como também, a outro modelo econométrico. Os resultados do modelo OLS mostram que há um efeito positivo nas propriedades localizadas entre uma e três milhas de distância da estação de Metro. Em ambos os modelos as estimações mostram que há um efeito negativo no preço das propriedades localizadas até ¼ milha de distância da estação de Metro.

Anderson *et al.* (2010) recorreram ao modelo de preços hedónicos e estudaram o impacto da linha *High-Speed Rail* (HRS) no preço das habitações da região metropolitana de Taiwan. Concluíram que a acessibilidade a estações de Metro HRS é pouco robusta e significativa, em comparação com atributos estruturais e de vizinhança. O custo das tarifas praticadas na linha de Metro e a sua localização inacessível são duas das razões que podem justificar os resultados estatisticamente insignificantes ou fracamente significativos segundo os autores deste estudo.

Dois estudos realizados para Paris e Manchester revelam que a proximidade a estações de Metro e de Elétrico tende a diminuir o preço das habitações (Papon *et al.*, 2013; Forrest *et al.*, 1996). Os efeitos negativos que resultam da proximidade do sistema metropolitano das propriedades imobiliárias estão associados a externalidades negativas como o ruído, o congestionamento e os edifícios históricos que afetam a qualidade paisagística.

Em síntese, embora alguns estudos apontem impactos negativos sobre a proximidade das habitações às estações de Metro, a maioria dos casos estudados mostram que o transporte ferroviário, em particular, as linhas de Metro, proporcionam valorizações nas habitações próximas das estações e essa valorização diminui com o aumento da distância da habitação à estação de

Metro (Grass, 1992; Al-Mosaind *et al.*, 1993; Hess e Almeida, 2007; Bae *et al.*, 2003; Andrade e Maia, 2009; Dorantes *et al.*, 2011; Pagliara e Papa, 2011; Zhang e Jiang, 2014; Li *et al.*, 2015; Diao, 2015; Dai *et al.*, 2016; Sun *et al.*, 2016).

2.2.1. Variação Temporal do Impacto

Alguns estudos analisam o impacto das estações de Metro nos preços imobiliários ao longo do tempo, desde a fase do planeamento de uma linha de Metro até à sua fase de operação consolidada. Grass (1992) analisou os preços imobiliários de diversos bairros da região metropolitana de Washington DC. Os valores dos coeficientes estimados mostraram haver uma relação direta significativa entre a abertura do Metro e o preço das propriedades residenciais que estão próximas da estação. O preço médio das propriedades situadas nas áreas de impacto é 19% superior ao preço médio das propriedades localizadas nas áreas de controlo.

Bae *et al.* (2003) estudaram o impacto da linha 5 do Metro de Seul no preço das habitações em quatro períodos de tempo, antes e depois da inauguração do Metro. Os autores recorreram a uma amostra de 241 transações para quatro anos (1989, 1995, 1997 e 2000) correspondentes ao anúncio da construção do Metro, um ano durante a construção, o ano de conclusão e três anos após a sua abertura. Os resultados do modelo de preços hedónicos indicam que a distância às estações de Metro tem um efeito estatisticamente significativo no preço das habitações apenas antes da abertura da linha.

Pagliara e Papa (2011) usaram informação georreferenciada sobre a localização das habitações (*Geographic Information System*, GIS) para analisar o impacto do Metro de Nápoles sobre o preço das habitações com base em dados de séries temporais (consideram os períodos 2001-2005 e 2005-2008). As estimações mostram que, para diferentes rotas, os efeitos nos preços da habitação em diferentes períodos variam. Os efeitos são mais significantes para estações que abriram em 2001, uma vez que os autores dispunham de dados para análise durante os sete anos seguintes à abertura. Além disso, mesmo para a mesma rota de trânsito ferroviário, os efeitos nos preços da habitação em diferentes períodos também foram diferentes.

Pan (2013) confirma que o preço das propriedades próximas das estações do Metro de Houston aumentou significativamente após a

abertura da linha em 2004, o que é consistente com os resultados apresentados por Forouhar (2016). Forouhar (2016), no seu estudo sobre o impacto das estações ferroviárias no preço das propriedades residenciais de Teerão, recorreram ao método *trend analysis* e ao modelo *difference-in-differences* para estudar esta problemática. O autor selecionou quatro estações de Metro, repartidas pelas duas regiões (Norte e Sul), ao longo do período de 2004-2012, comparando os preços antes e depois da abertura das estações de Metro (inauguradas em 2009). Conclui que há um efeito negativo do Metro de Teerão no preço das propriedades residenciais da região Norte e positivo para as propriedades residenciais da região Sul, após a abertura da estação de Metro em 2009.

2.2.2. Variação Espacial do Impacto (Zonas Urbanas versus Zonas Suburbanas)

Segundo alguns estudos, o impacto das estações de Metro sobre o preço das habitações pode ser diferente se as habitações estão localizadas no centro ou na periferia das cidades e metrópoles e se as estações são estações de transbordo.

Dai *et al.* (2016) mostram que o impacto da proximidade a uma estação de Metro situada nos subúrbios de Pequim é maior do que no centro de Pequim. No estudo de Sun *et al.* (2016) a linha 3 do Metro de Tianjin tem mais influência nos preços imobiliários nas áreas suburbanas do que em áreas urbanas. Em áreas suburbanas, se o imóvel está localizado até 1000 metros da estação, o seu preço aumenta 24,74%, enquanto em áreas urbanas, o preço apenas aumenta 7,9%. No entanto, o coeficiente estimado desta última variável não é estatisticamente significativo. Os resultados da regressão para a região inteira indicam que o coeficiente de distância à estação de Metro mais próxima é negativo (-0,099011). Isto significa que se o imóvel se encontra até 1 quilómetro de cada linha, o preço aumenta 9,9011%. Comparando os diferentes níveis de influência da linha 3 da estação de Metro de Tianjin nas diferentes áreas (urbanas, suburbanas e região inteira) percebe-se que a linha 3 do Metro tem uma maior influência nos subúrbios da cidade do que no centro da cidade.

Em Madrid, Dorantes *et al.* (2011) constataram que o impacto de cada metro linear de distância à estação Metrosur é diferente em cada um dos cinco municípios localizados na periferia de Madrid. Uma habitação a 1000 metros de

distância da estação Metrosur mais próxima custa entre 2,18% e 3,18% (dado o município) menos do que outra localizada ao lado do Metro.

Pagliara e Papa (2011) mostram, também, que as novas estações de Metro da região sub-urbana de Piscinola têm um impacto positivo no valor das propriedades devido à acessibilidade adquirida até ao centro de Nápoles através da linha 1 do metropolitano.

2.2.3. Área de Impacto das Estações de Metro

Em relação à definição da área potencial de influência das estações de Metro sobre o preço das habitações, a literatura não fornece uma medida/área específica nem um critério de avaliação, o que leva a concluir que a definição da mesma depende de cada investigador consoante o contexto local. Diao (2015) definiu uma zona de impacto de $\frac{1}{2}$ milha (cerca de 800 metros) à volta da estação de Metro, justificando que corresponde a uma distância que pode ser percorrida a pé de forma confortável. Este autor concluiu que os habitantes pagam um prémio por viver nessa área em função da acessibilidade proporcionada.

Já Grass (1992) concluiu que o impacto do Metro sobre o preço das habitações é maior em áreas até $\frac{1}{4}$ milha (cerca de 400 metros) em torno da estação, definidas também como áreas de impacto. Outros autores concluem que a área de influência com maior impacto sobre o preço dos imóveis é quando a habitação se situa até 500 metros em torno da estação de Metro (Al-Mosaind *et al.*, 1993; Zhang e Jiang, 2014). Em muitos estudos opta-se por considerar uma variável contínua para avaliar a acessibilidade do Metro, definindo a distância linear ou a distância em percurso real da habitação à estação de Metro (Bae *et al.*, 2003; Hess e Almeida, 2007; Andrade e Maia, 2009; Dorantes *et al.*, 2011; Dai *et al.*, 2016; Sun *et al.*, 2016).

2.2.4. Estudos para Portugal

Em Portugal, a literatura sobre a relação entre o preço das propriedades e a proximidade das estações de Metro está pouco consolidada, tendo sido realizados poucos estudos empíricos. Apesar disso, no que respeita à utilização de funções de preços hedónicas, vários investigadores utilizaram este método para estudar os atributos que determinam o preço das propriedades (Pinho, 1992; Teixeira *et al.*, 2010; Marques *et al.*, 2010).

Reis (2011) e Reis e Costa (2011) procuraram avaliar o impacto que o Metro do Porto produz na valorização imobiliária nos municípios do Porto e Matosinhos. Os autores socorreram-se, para o efeito, de uma amostra composta por 561 preços de oferta (396 no Porto e 165 em Matosinhos) entre 1 de Junho de 2006 e 31 de Agosto de 2010. São consideradas no modelo variáveis explicativas não só relativas ao vetor Habitação como também aos vetores Acessibilidade e Metro. Os autores não encontraram evidência de que a proximidade do Metro gera um prémio positivo no preço das habitações, pelo contrário, surpreendentemente, as conclusões deste estudo apontam para um prémio negativo relativamente à proximidade de uma habitação à estação de Metro mais próxima. Estima-se que por cada metro de proximidade a uma estação o preço das habitações venha reduzido em 0,005%, por cada dez metros o valor reduz-se 0,05% e por cada cem metros, 0,5%. Apesar do impacto ter muito pouca expressão, é estatisticamente significativo para um nível de confiança superior a 99%.

Martínez e Viegas (2012), na tentativa de encontrar um novo quadro financeiro para a operação do sistema de Metro e o desenvolvimento de infraestruturas no município de Lisboa, analisaram o potencial da aplicação de um mecanismo de financiamento *Land Value Capture*, usando o modelo hedónico de preços espacial e um modelo de simulação. Os autores afirmam que a aplicação deste mecanismo poderia aumentar significativamente o ritmo de construção da rede de Metro e reduzir o défice operacional das empresas de Metro.

Pascoal (2016) avaliou o impacto do sistema de Metro do Porto na valorização imobiliária para os municípios da Póvoa de Varzim e Vila do Conde e concluiu que a proximidade ao Metro não influencia o preço dos imóveis.

Os estudos sobre Portugal são, como referimos acima, ainda poucos. Em particular os trabalhos de Reis (2011) e Reis e Costa (2011) reportam resultados obtidos com informação de preços de habitação relativos a um ano próximo do ano de inauguração do Metro do Porto, justificando-se uma reanálise para um ano mais recente.

3. A ESTIMAÇÃO DO MODELO HEDÓNICO DE PREÇOS

Na estimação do modelo hedónico de preços usualmente consideram-se três formas funcionais (Sun *et al.*, 2016):

$$P_i = \beta_0 + \sum_{k=1}^k \beta_k X_{ki} + \varepsilon_i \quad (3)$$

$$\ln P_i = \beta_0 + \sum_{k=1}^k \beta_k X_{ki} + \varepsilon_i \quad (4)$$

$$\ln P_i = \beta_0 + \sum_{k=1}^k \beta_k \ln X_{ki} + \varepsilon_i \quad (5)$$

Em que, P é a variável explicada (o preço da habitação), β_0 é o termo independente, X_k são as variáveis explicativas (os atributos da habitação, de localização e de vizinhança), β_k ($i = 1, \dots, k$) é o coeficiente de regressão desconhecido. O termo de perturbação é ε , i é o índice de observação e k é a dimensão da amostra.

A equação (3) representa o modelo linear em que tanto a variável dependente como as variáveis independentes possuem especificação linear. Cada coeficiente estimado representa a variação, em média, no preço da habitação causada pela variação absoluta nos atributos habitacionais.

A equação (4) representa o modelo semi-logarítmico. Este modelo transforma logaritmicamente a variável dependente mantendo a linearidade das variáveis independentes. Cada coeficiente estimado representa a taxa de variação relativa, ou seja, a variação percentual do preço da habitação em consequência da variação em uma unidade nos atributos habitacionais.

A equação (5) representa o modelo duplo logarítmico (ou log-log) sendo este um modelo em que tanto a variável dependente como as variáveis independentes são transformações logarítmicas. Cada coeficiente estimado mede a elasticidade do preço da habitação em relação aos atributos habitacionais, ou seja, representa a variação percentual do preço em resultado de uma variação percentual nos atributos habitacionais.

Geralmente, os estudos empíricos agrupam esses atributos em quatro subgrupos:

i) Atributos estruturais (ou internos): descrevem as características físicas da habitação como por exemplo o número de quartos, se a habitação tem ou não garagem, entre outros;

ii) Atributos de localização: inclui a acessibilidade ao centro da cidade (nomeadamente ao emprego, estabelecimentos públicos, ruas principais, estações ferroviárias, entre outros) medida pela distância (em quilómetros) ou tempo (minutos) por exemplo;

iii) Atributos de vizinhança: descrevem a qualidade das características económicas e sociais do bairro (o estatuto de rendimento e a composição racial são exemplos destes atributos);

iv) Atributos ambientais: descrevem a qualidade ambiental e as amenidades locais como a poluição aérea, poluição da água, ruído, vistas panorâmicas e a proximidade a sítios recreativos ou serviços públicos.

A estimação de funções hedónicas de preços levanta alguns problemas econométricos que podem dar origem ao enviesamento da estimação, decorrentes de erros de especificação da função, da existência de autocorrelação espacial, de multicolinearidade, e heterocedasticidade.

Com base na literatura hedónica, a forma funcional semi-logarítmica é a mais usada pelos investigadores. A interpretação dos coeficientes estimados é de fácil leitura e tem sido vista como a melhor forma funcional em diversas situações (Dubé *et al.*, 2011). Em particular, a forma semi-logarítmica adequa-se bem para explicar o preço de bens como a habitação, onde a oferta responde com desfasamento à procura, e onde os preços dos atributos se caracterizam por uma relação não-linear com a quantidade dos atributos. É normal que os investigadores estimem várias formas funcionais com o objetivo de encontrar aquela que tem melhor comportamento dado o conjunto de dados em análise (Halvorsen e Pollakowski, 1981). Para escolher a melhor forma funcional diversos autores recorrem à chamada transformação Box-Cox. Esta transformação é usada em diversos estudos (Papon *et al.*, 2013; Anderson *et al.* 2010; Forrest *et al.* 1996).

4. ESTUDO EMPÍRICO

4.1. Visão Geral do Metro do Porto

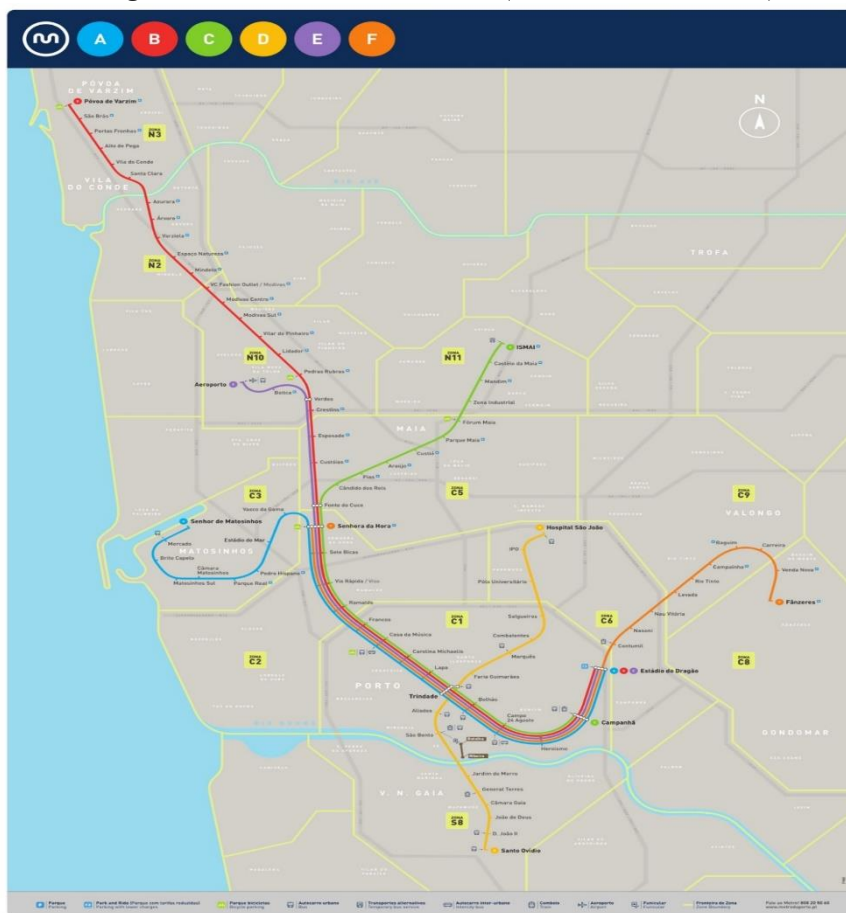
O Metro do Porto é um sistema de Transporte Público da Área Metropolitana do Porto composto por 6 linhas que compõe uma rede de 67 quilómetros. Possui no total 82 estações de Metro, 14 estações subterrâneas e 68 estações à superfície, espalhadas por sete concelhos da Área Metropolitana. A linha A (linha azul) foi a primeira linha do Metro a ser inaugurada, no dia sete de Dezembro de 2002, entre o Senhor de Matosinhos e a estação da Trindade. Entrou em funcionamento com apenas 11,8 quilómetros e 18 estações, o comprimento desta linha é atualmente de 15,6 quilómetros, desde o Senhor de Matosinhos até ao Estádio do Dragão. A linha B (linha vermelha) do Metro do Porto abriu em 2005 entre o Estádio do Dragão e Pedras Rubras

e, no ano seguinte, assiste-se à sua expansão com a abertura do segmento Pedras Rubras/Póvoa de Varzim no sentido Norte, completando um comprimento total da linha de 33,6 quilómetros. A linha C (linha verde) abriu em 2005, entre o Fórum da Maia e o Estádio do Dragão. No ano seguinte, surge um alargamento da linha devido à abertura do segmento Fórum da Maia/ISMAI, passando a contar com uma extensão total de 19,6 quilómetros, entre Campanhã e ISMAI. A linha D (linha amarela) é inaugurada e aberta à exploração comercial em Setembro de 2005. Inicialmente, o seu troço desenvolveu-se entre a Câmara de Gaia e o Pólo Universitário, adicionando 5,7 quilómetros de rede ao Metro do Porto e 10 estações, quase todas elas subterrâneas. Numa segunda fase (2006), procedeu-se à abertura do segmento Pólo Universitário/Hospital S. João, aumentando o comprimento da linha na direção Norte. Em 2008, a linha volta novamente a ser intervencionada devido à abertura de um novo troço no sentido Sul, entre a Câmara de Gaia e D. João II. Em 2011, surge a abertura

da estação de Santo Ovídio, alargando a linha amarela em direção a Sul. A linha E (linha violeta) é inaugurada em 2006 e faz a ligação entre o Aeroporto do Porto e o Estádio do Dragão. Esta linha tem um comprimento de 16,7 quilómetros e pela primeira vez, em Portugal, um aeroporto é servido por uma rede de Metro. A linha F (linha laranja) foi inaugurada em 2011, entre Fânzeres e a Senhora da Hora com um comprimento equivalente a 17,4 quilómetros.

Em relação ao futuro, a rede terá uma nova linha (linha rosa/G) que fará a ligação entre a Casa da Música e a estação São Bento. A sua inauguração está prevista para 2022 e terá um comprimento de 2,7 quilómetros, divididos por 4 estações. Também no âmbito da projeção futura da rede, está prevista extensão da linha amarela. Mais especificamente, trata-se do prolongamento para sudeste da linha amarela, entre o atual terminal em Santo Ovídio e Vila D'Este, cujo troço terá aproximadamente 3,2 quilómetros e 3 novas estações.

Figura 1. Rede do Metro do Porto (Fonte: Metro do Porto)



A linha amarela do metropolitano do Porto é uma linha importante do sistema que tem vindo a enfrentar uma elevada procura de passageiros. Esta linha garante a cobertura de dois Municípios, o Município do Porto e o Município de Vila Nova de Gaia. Pela sua importância, a base de dados inclui, de forma integral, propriedades que estão próximas das estações de Metro da linha amarela. As restantes linhas são analisadas de forma parcial, ou seja, somente habitações que estão próximas das estações de Metro ao longo das linhas da cidade do Porto, como iremos ver em seguida.

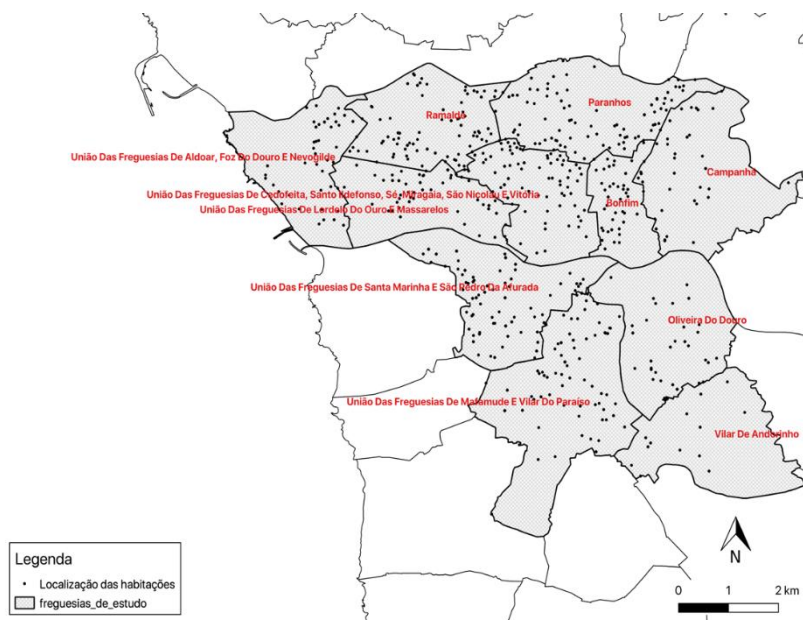
4.2. Base de Dados e Especificação do Modelo de Preços Hedónicos

A base de dados de suporte ao nosso estudo empírico foi-nos cedida por uma empresa especializada em dados estatísticos de imóveis residenciais, a Confidencial Imobiliário. Os dados integrados na base de dados são relativos a habitações transacionadas em diversos Municípios¹ do Distrito do Porto ao longo do ano de 2016. A base de dados possui no total 6358 observações e fornece informação específica sobre localização (latitude e longitude), preço de venda e um conjunto de atributos estruturais

como sejam a área bruta, a idade do imóvel, o tipo de edifício, o número de lugares de garagem e o número de quartos.

Uma vez que a área espacial do estudo empírico remete para os Municípios do Porto e Vila Nova de Gaia, aplicamos um filtro e com isso reduzimos a amostra para cerca de 2000 observações. Cumulativamente a este procedimento, consideraram-se os seguintes critérios: exclusão de observações em que não contém o ano de construção; exclusão de habitações novas e em ruína; apenas são válidas moradias e edifícios em altura; não são consideradas habitações destinadas a arrendamento; o número de quartos de cada habitação é definido com base no tipo de fração²; exclusão de observações que não constem informação válida. Após este processo de filtragem da informação, realizamos o tratamento de informação relacionado com os atributos de localização e a partir do cálculo das distâncias euclidianas, detetamos que 69 observações possuíam localização errada pelo que foram retiradas da base de dados. Feitos os ajustamentos, a nossa análise empírica baseia-se numa amostra de 1065 imóveis, 745 estão localizados no Município do Porto e 320 no Município de Vila Nova de Gaia.

Figura 2. Localização das habitações constante da amostra (elaboração própria)



¹ A Base de dados contém transações ocorridas em seis Municípios tais como Gondomar, Maia, Matosinhos, Porto, Póvoa de Varzim, Vila do Conde, Valongo e Vila Nova de Gaia.

² Assumiu-se que, a título exemplificativo, se a tipologia da habitação é um apartamento T3, então equivale a três quartos. A aplicação desta regra é válida para todas as restantes tipologias de

habitação, desde T0 a T5. É importante também realçar que, para observações onde não conste informação (designada como NULL), que é o que acontece com a maioria das observações, considerou-se a regra aplicada à tipologia T0, ou seja, assume valor zero.

Os dados são respeitantes a habitações unifamiliares (19%) e plurifamiliares (81%), sendo que todas as habitações são usadas e estão localizadas nas mais diversas áreas urbanas do Porto e Vila Nova de Gaia, nomeadamente nas imediações das estações do sistema do Metro do Porto. Segundo os dados da empresa Metro do Porto (2017) são consideradas as freguesias com elevado dinamismo habitacional e onde as estações de Metro registaram uma elevada taxa de ocupação média do Sistema de Metro Ligeiro ao longo do período de 2017. Devido à importância do Sistema de Metro do Porto no Município do Porto consideramos todas as freguesias tais como Campanhã, Ramalde, União das Freguesias (UF) de Cedofeita, Santo Ildefonso, Sé, Miragaia, São Nicolau e Vitória, Paranhos, Bonfim, UF de Lordelo do Ouro e Massarelos, UF de Aldoar, Foz do Douro e Nevogilde, enquanto no Município de Vila Nova de Gaia são consideradas as freguesias de Oliveira do Douro, UF de Santa Marinha e São Pedro da Afurada, Vilar do Andorinho e UF de Mafamude e Vilar do Paraíso.

Em relação aos atributos de vizinhança, decidimos definir variáveis qualitativas tendo em conta o fator de localização da habitação, ou seja, a freguesia em que a habitação está situada. De forma a não incorrer num caso de colinearidade perfeita, definimos (n-1) variáveis dicotómicas por freguesia onde a freguesia de referência é a UF de Cedofeita, Santo Ildefonso, Sé, Miragaia, São Nicolau e Vitória. Esta escolha deve-se ao facto de esta ser a zona histórica (conhecida como a Baixa da cidade) e central da cidade do Porto.

No que toca a atributos de localização, estes foram recolhidos a partir do *Google Maps* com base no sistema de coordenadas geográficas em graus decimais (latitude e longitude), tendo sido catalogado um conjunto de amenidades urbanas explicativas do preço da habitação. A recolha de informação acerca das amenidades urbanas é feita com base nesse sistema de coordenadas uma vez que esse é o sistema que vigora na base de dados cedida pela Confidencial Imobiliária, sendo esse o elo de ligação para o cálculo das distâncias. Assim, a partir do cálculo de distâncias euclidianas³ entre um ponto de localização (imóvel) e outro (estabelecimentos e serviços)

para cada observação procedeu-se à criação dos atributos de localização. Tendo em conta o volume de informação tratado e a informação disponível, o uso da distância euclidiana constituía a única solução disponível, embora se reconheça que há alternativas mais rigorosas para medir a distância das habitações aos equipamentos e infraestruturas. Os atributos de localização considerados na criação do modelo explicativo do preço da habitação neste estudo são os seguintes: distância da habitação ao estabelecimento de ensino mais próximo, desde infantil à estabelecimento de ensino superior; distância ao hospital mais próximo; distância ao parque (também designado como espaço verde) mais próximo; distância ao centro, nomeadamente à Câmara Municipal mais próxima (classificada como *CBD*⁴); distância ao Centro Comercial mais próximo.

Importa realçar que, a proximidade ao estabelecimento de ensino é feita com base em três possibilidades como a proximidade ao infantil, à escola secundária e à universidade, sendo que o que determina a sua escolha é a distância mínima, selecionada entre as três possibilidades.

A proximidade à Câmara Municipal, é uma variável *proxy* que visa demonstrar que a centralidade de um Município é determinante na valorização do imóvel devido à sua elevada acessibilidade para o exterior, assim como qualquer outra zona no interior das cidades, sendo esta uma zona de forte concentração de atividades terciárias (comércio e serviços). No entanto, é importante salientar que o preço das habitações em função da distância ao centro não é uniforme, pois existem pequenos *clusters* urbanos motivados por diversos fatores (congestionamento no centro e acessibilidades melhoradas nos novos clusters permitem o fácil acesso a outros eixos da cidade, por exemplo) e fazem com que o preço aumente nesses locais.

Além destes atributos de localização, inicialmente considerou-se a distância da habitação ao hipermercado mais próximo (variável *D_HIPERMERCADO*), mas através de uma análise prévia verificamos a existência de problemas de multicolinearidade. Os resultados da matriz de correlações entre as variáveis explicativas indicavam que as variáveis de distância ao hospital

³ O cálculo das distâncias euclidianas é efetuado com base na fórmula do Teorema de Pitágoras através do Microsoft Excel. A fórmula é computorizada em Excel sendo necessário carregar as informações geográficas (latitude e longitude) dos pontos espaciais de forma que se possa ler e calcular as distâncias.

⁴ Usou-se como a distância ao CBD a distância à Câmara Municipal do Porto na região do Porto e a distância à Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia na região suburbana.

mais próximo (D_HOSP) e a variável D_HIPERMERCADO estavam fortemente correlacionadas. Com base nesses resultados, para eliminar o problema da multicolinearidade optou-se por eliminar a variável D_HIPERMERCADO e verificamos que o modelo apresenta melhores resultados com a sua exclusão. Notamos também que, na maioria dos centros comerciais incluídos nos atributos de localização do modelo possuem hipermercados no mesmo edifício, o que também permite justificar a sua ausência.

Para além de todos os atributos mencionados anteriormente, torna-se necessário destacar a variável-chave deste estudo empírico, a distância da habitação à estação de Metro mais próxima. De forma a analisar a relação entre o preço das habitações e a acessibilidade ao Metro, são consideradas na análise 30 estações de Metro, o que corresponde a cerca de 37% do número total de estações do Sistema de Metro Leigo do Porto, mas que representam uma percentagem elevada dos passageiros transporta-

dos (atente-se que apenas o troço comum Estádio Dragão-Senhora da Hora e Linha Amarela, representam cerca de 83% da procura global).

Como no estudo de Dai *et al.* (2016), com o objetivo de encontrar uma área de influência de uma estação de Metro sobre o preço dos imóveis, calculamos as distâncias entre as estações de Metro e as habitações da amostra e em seguida definimos variáveis dicotômicas que representam diferentes intervalos de distâncias de uma habitação à estação de Metro mais próxima. As distâncias euclidianas são calculadas da mesma forma que os restantes atributos de localização, ou seja, a partir da base de dados sobre a localização das habitações e a georreferenciação das estações de Metro. Após uma análise sumária do impacto da acessibilidade a estações de metro nos preços imobiliários recorrendo à estimação de um modelo semi-logarítmico, optou-se por considerar uma distância de 400 metros às estações de Metro.

Quadro 1 - Estatísticas descritivas

Variável	Nº de Observações	Média	Desvio padrão	Mínimo	Máximo
PV	1065	152 931,12	135 189,43	12 000,00	1 750 000,00
IDADE	1065	30,7	25,63	4	468
N_QUARTOS	1065	2,54	1,13	0	5
ÁREA	1065	124,00	77,93	25,00	663,00
GAR	1065	0,10	0,44	0	5
TIPO	1065	0,18	0,38	0	1
D_CBD	1065	2 413,10	1 202,62	140,26	5 987,19
D_HOSP	1065	1 194,55	776,99	62,52	4 407,89
D_ENSINO	1065	530,96	364,94	0	2 680,03
D_PARQUE	1065	1 004,42	729,25	32,39	3 128,00
D_SHOPPING	1065	1 396,50	840,88	15,63	4 391,12

O quadro 1 apresenta as estatísticas descritivas para todas as variáveis deste estudo empírico que não têm a natureza de variável dicotômica. As variáveis independentes testadas envolvem cinco atributos estruturais, dez atributos de vizinhança e seis atributos de localização, com destaque para a variável referente à proximidade à estação de Metro – distância euclidiana da habitação à estação de Metro mais próxima.

A análise da matriz de correlações (apresentada em anexo) revela um par de correlações positivas moderadas entre variáveis que merecem destaque. Apesar disso, estas não estão fortemente correlacionadas e, portanto, não indiciam problemas de multicolinearidade (pois apresentam correlações inferiores a 0,8). A respeito dos atributos estruturais, verificam-se correlações positivas entre a variável ÁREA com as

variáveis PV e N_QUARTOS, o que seria expectável. Verificam-se correlações positivas entre a variável D_CBD com as variáveis D_HOSP e D_SHOPPING, o que é natural devido à estreita proximidade espacial entre estas variáveis.

4.3. Estimação do Modelo de Preços Hedónicos

Nesta subsecção apresentamos os modelos de regressão bem como a sua construção. Neste estudo, através da base de dados realizamos regressões para cada uma das três formas funcionais identificadas atrás. A partir dos resultados percebemos que a equação da regressão do modelo semi-logarítmico é aquele que produz o melhor coeficiente de determinação (R^2).

Assim, a função a estimar é a seguinte:

$$\begin{aligned} \text{LnPV} = & \beta_0 + \beta_1 \text{IDADE}_i + \beta_2 \text{N_QUARTOS}_i + \beta_3 \text{AREA}_i + \beta_4 \text{GAR}_i + \beta_5 \text{TIPO}_i + \beta_6 \text{D_CBD}_i + \beta_7 \text{D_HOSP}_i \\ & + \beta_8 \text{D_ENSINO}_i + \beta_9 \text{D_PARQUE}_i + \beta_{10} \text{D_SHOPPING}_i + \beta_{11} \text{D_METRO}_i + \beta_{12} \text{F_Bonfim}_i \\ & + \beta_{13} \text{F_Campanhã}_i + \beta_{14} \text{F_Ol_Douro}_i + \beta_{15} \text{F_Paranhos}_i + \beta_{16} \text{F_Ramalde}_i + \beta_{17} \text{F_Aldoar}_i \\ & + \beta_{18} \text{F_Lordelo}_i + \beta_{19} \text{F_Mafamude}_i + \beta_{20} \text{F_St_Marinha}_i + \beta_{21} \text{F_Andorinho}_i + \varepsilon_i \end{aligned} \quad (6)$$

Estimámos por OLS a equação 6. Numa primeira aproximação, incluímos 1065 habitações em torno de todas as estações de Metro seleccionadas e distribuídas ao longo de toda a área geográfica deste estudo. Os resultados da estimação são apresentados no quadro 2.

Tal como podemos ver no quadro 2, o modelo tem uma capacidade explicativa de aproximadamente 70% da variação total nos preços das habitações. Quer dizer, 70% da variação dos preços das habitações, em torno da média, são explicados pelo modelo (nomeadamente pelas suas variáveis explicativas tais como os atributos estruturais, de localização e de vizinhança). A partir desta primeira aproximação, podemos verificar que apenas cinco dos vinte e dois coeficientes das variáveis do modelo não são estatisticamente significantes (as variáveis TIPO, D_HOSP, F_Paranhos, F_Ramalde e F_Lordelo). Os coeficientes das variáveis D_CBD, D_ENSINO e F_Aldoar são estatisticamente significantes para um nível de significância de 10% enquanto os coeficientes das variáveis D_SHOPPING, D_METRO e F_Bonfim são estatisticamente significantes para um nível de 5%. Os restantes onze coeficientes são estatisticamente significantes para um nível de significância de 1%. Em relação aos sinais esperados das variáveis explicativas do modelo, podemos afirmar que todas as variáveis apresentam sinais esperados, com a exceção D_CBD e D_HOSP.

Conforme esperado, os preços de uma habitação estão relacionados com os atributos estruturais. O tipo de edifício (TIPO) apresenta um coeficiente positivo o que quer dizer que os consumidores valorizam mais as moradias em relação aos apartamentos. Isto quer dizer que os consumidores estão dispostos a pagar um prémio de 0,95% pelas moradias em detrimento dos apartamentos, sendo este um comportamento habitual do mercado imobiliário. Por cada quarto adicional que a habitação possua (N_QUARTOS), os consumidores estão dispostos a pagar um valor superior, em média, de 5,18% em função desse acréscimo absoluto, dado um nível de confiança de 99%. O coeficiente estimado da variável AREA apresenta também um impacto positivo no preço da habitação. Por cada metro quadrado adicional à área útil da habitação o preço aumenta 0,20%, por cada 10

metros aumenta 2%, por cada 100 metros aumenta 20%, em média.

Quando a habitação possui garagem verifica-se um aumento de 5,78% no preço em consequência dessa variação em uma unidade. Quer isto dizer que a habitação possuir garagem é um fator relevante para os compradores. De acordo com as estimações, por cada ano adicional de uma habitação o seu preço reduz-se em 0,27% e por cada 10 reduz-se em 2,7%, para um nível de significância de 1%.

Em relação aos atributos de localização, o coeficiente positivo da variável dicotómica D_Metro indica que as estações de Metro têm um impacto positivo no preço das habitações localizadas até 400 metros em torno da estação de Metro. A proximidade das estações de Metro implica uma valorização no preço das habitações, em média, de 2,94% aproximadamente. Por outras palavras, 2,94% representa a diferença percentual entre o preço médio de uma habitação localizada na área de influência e uma habitação localizada a mais de 400 metros de distância, mas dentro da área de estudo.

Entre os restantes coeficientes estimados que apresentam sinais esperados, aquele que apresenta maior impacto é a distância ao parque mais próximo (D_PARQUE). Isto significa que por cada 100 metros de aproximação ao parque mais próximo haverá um aumento no preço em 0,43%. No caso da variável D_ENSINO, por cada 100 metros de aproximação ao estabelecimento de ensino mais próximo, seja este um infantário, uma escola secundária ou um estabelecimento de ensino superior, o preço aumenta aproximadamente 0,30%, verificando-se um aumento equivalente no preço para a variável D_SHOPPING.

Relativamente aos coeficientes estimados relacionados com os atributos de vizinhança é importante realçar que, o único coeficiente estimado com sinal positivo é o que diz respeito à variável F_Aldoar (excetuando a variável F_Ramalde visto que não é estatisticamente significativa), o que não é um resultado surpreendente tendo em consideração apenas os coeficientes estatisticamente significativos. Quanto aos sinais dos coeficientes que têm sinal contrário ao esperado, a regressão aponta para um aumento no valor das habitações com o afasta-

Quadro 2: Estimação do Modelo (Método Mínimos Quadrados)

Variável	Coefficiente Estimado	T Student
Constante	4,8386	103,0943***
IDADE	-0,0027	-2,9581***
N_QUARTOS	0,0518	6,5908***
ÁREA	0,0020	12,8844***
GAR	0,0578	3,7346***
TIPO	0,0095	0,2946
D_CBD	0,0000235	1,7146*
D_HOSP	0,0000246	1,6318
D_ENSINO	-0,0000299	-1,7830*
D_PARQUE	-0,0000434	-3,1570***
D_SHOPPING	-0,0000303	-2,4468**
D_METRO	0,0294	2,0245**
F_Bonfim	-0,0703	-2,2367**
F_Campanhã	-0,1446	-3,5558***
F_Ol_Douro	-0,1745	-5,0083***
F_Paranhos	-0,0307	-1,3654
F_Ramalde	-0,0011	-0,0451
F_Aldoar	0,0846	1,8469*
F_Lordelo	-0,0230	-0,7333
F_Mafamude	-0,1572	-6,6159***
F_St_Marinha	-0,1126	-4,3567***
F_Andorinho	-0,1689	-3,7209***
Nº observações	1065	
R^2	0,6978	
R^2 ajustado	0,6917	
F	114,6880	
Prob (F)	0,0000	
DW	1,9817	

*** Nível de significância de 1%; ** Nível de significância de 2%; * Nível de significância de 10%

mento ao centro ou aos hospitais. A não uniformidade entre a relação preço e distância ao centro (D_CBD, definido por nós como a distância à câmara municipal mais próxima) é um dos fatores que eventualmente poderá estar a influenciar o sinal do coeficiente da variável D_CBD. De facto, é verdade que, por um lado viver perto do CBD poderá ser um fator preponderante na decisão do comprador devido às facilidades de que se dispõe, mas por outro lado com a crescente concentração populacional e empresarial nos centros urbanos torna-se evidente o surgimento de diversos problemas (como o congestionamento) bem como a oportunidade para o surgimento de outros centros habitacionais noutros pontos dos centros urbanos que possibilitam usufruir das mesmas amenidades sem qualquer tipo de externalidade negativas.

Em relação ao sinal do coeficiente da variável D_HOSP, o seu sinal esperado é incerto o que quer dizer que nem sempre esta variável é influente na explicação do preço habitacional (Dai *et al.*, 2016). A concentração populacional que é frequente nos serviços hospitalares que resulta em congestionamento de tráfego, como é o caso do Hospital de São João no Porto e do Centro Hospitalar de Vila Nova de Gaia poderá ser uma das possíveis razões para o sinal do coeficiente desta variável (note-se, no entanto, que não é estatisticamente significativa).

O teste de significância global do ajustamento dado pela estatística de teste F de Snedecor diz que o modelo é globalmente significativo. O valor deste teste foi de 114,7 e, portanto, com base no valor Prob (F) associado a este teste permite-nos concluir que a hipótese nula é

rejeitada pelo que o modelo é globalmente significativo. No que respeita à violação das hipóteses clássicas, foram realizados diversos testes de forma a corrigir os problemas econométricos. Excluímos a variável D_HIPERMERCADO para eliminar o impacto da multicolinearidade entre as variáveis explicativas. Por vezes eliminar variáveis independentes do modelo pode ser arriscado pois estas podem ser importantes para a explicação da variável dependente. Nesse caso teríamos omissão de variáveis independentes relevantes, mas no caso do presente estudo consideramos que a variável D_HIPERMERCADO não é relevante para a explicação do preço de uma habitação porque está incorporada de forma indireta na variável D_SHOPPING.

Seguindo uma metodologia semelhante à usada por Zhang e Jiang (2014), repartimos o total das habitações da amostra por duas áreas de análise, a área urbana (com 745 habitações localizadas em todas as freguesias da cidade do Porto) e suburbana (com 320 habitações localizadas nas freguesias de VNG).

A definição das variáveis segue o mesmo padrão do modelo anterior sendo que a única alteração foi considerar a UF de Mafamude e Vilar do Paraíso como freguesia de referência para a área suburbana. Para a área urbana manteve-se como freguesia de referência a UF de Cedofeita, Santo Ildefonso, Sé, Miragaia, São Nicolau e Vitória. Assim, manteve-se a utilização da forma funcional semi-logarítmica.

Analisando os resultados da estimação (quadro 3) podemos concluir que a proximidade das estações de Metro não tem um impacto estatisticamente significativo no preço na área suburbana.

Ao contrário dos resultados obtidos no estudo de Zhang e Jiang (2014), o coeficiente da variável D_Metro na área urbana é ligeiramente superior à área suburbana. Quer isto dizer que as habitações situadas na área de influência da área urbana têm um prémio, em média, de 3,85%, enquanto as habitações da área suburbana têm um prémio, em média, de 2,95%, (note-se que este último coeficiente é estatisticamente insignificante). Com o intuito de melhorar os resultados da estimação, nomeadamente na área suburbana acrescentou-se informações ao modelo (adicionou-se imóveis localizados na freguesia de Madalena e Canelas, aumentando o número da amostra) mas mesmo assim os resultados não melhoraram significativamente.

Por forma a complementar a nossa análise dos modelos convencionais de preços hedónicos, incluímos aqui uma abordagem de econometria espacial, que nos vai permitir, com maior rigor, analisar as amenidades locais que determinam as preferências do consumidor no processo de decisão de compra de uma habitação (Marques *et al.*, 2010).

Na verdade, enquanto os estudos tradicionais aplicam o modelo de preços hedónicos, os estudos recentes apontam para o uso de modelos de econometria espacial, com o objetivo de testar a dependência espacial, como por exemplo, nos estudos de Marques *et al.* (2010), Dorantes *et al.* (2010) e Diao (2015). Quanto maior for a proximidade entre habitações (no nosso estudo, as habitações são as unidades espaciais), maior o grau de interação esperado. Dizemos que existe autocorrelação espacial quando habitações que estão espacialmente mais próximas entre elas são mais semelhantes do que habitações que estão mais distantes. Por outras palavras, ocorre dependência espacial quando observações de determinado local i dependem de outras observações situadas em outros locais j (sendo $j \neq i$). Para sabermos se existe indícios de dependência espacial para os nossos dados, vamos primeiro realizar uma análise espacial preliminar.

A matriz de peso espacial W é a matriz que tem em conta a interação entre a localização das habitações consoante o número de habitações presentes na amostra (Dorantes *et al.*, 2011). Nesse sentido, a definição do critério de vizinhança pelo qual as interações entre habitações são captadas é de primeira importância para a aplicação espacial empírica. A definição de vizinhos tem a forma analítica de matriz de pesos espacial W_{ij} , com pesos não negativos. A matriz de vizinhança espacial indica as habitações de referência (as habitações que são vizinhas umas das outras) e os seus pesos relativos. Estes pesos definem a importância relativa das outras j habitações no seu processo de interação (indicam se uma determinada habitação j e i interagem), e podem ser vistas como parte das características da habitação i .

A matriz de peso espacial pode ter a forma de contiguidade ou de distância. Nas matrizes espaciais de contiguidade, o critério de vizinhança é definido pela fronteira física entre habitações. Apesar de se encontrar na literatura espacial habitacional motivação para definir como habitações vizinhas apenas as habitações que partilham fronteira física (quer apenas de lados

- Contiguidade Torre; quer lados e cantos - Contiguidade Rainha), este não nos parece ser o critério mais adequado de vizinhança no mercado habitacional. Por isso, os resultados apresentados neste estudo têm por base uma matriz

espacial de distâncias, no qual as habitações vizinhas são definidas segundo um critério de vizinhança de distância em metros.

Por forma a ter uma ideia preliminar das dinâmicas da dependência espacial para a nossa va-

Quadro 3 – Estimação do Modelo para Área Urbana e Suburbana (OLS)

Variável	Área Urbana		Área Suburbana	
	Coefficientes Estimados	T Student	Coefficientes Estimados	T Student
Constante	4,8398	94,54626***	4,7733	125,8811***
IDADE	-0,0024	-2,6285***	-0,0059	-6,5942***
N_QUARTOS	0,0537	5,7125***	0,0503	4,0175***
AREA	0,0020	10,8430***	0,0017	6,7136***
GAR	0,0394	2,1533**	0,0801	3,5185***
TIPO	0,0141	0,4092	0,0965	2,6486***
D_CBD	0,0000149	0,5952	0,00000784	0,5137
D_HOSP	0,0000395	1,3979	0,0000291	1,5876
D_ENSINO	-0,0000123	-0,4276	-0,0000598	-2,3960**
D_PARQUE	-0,0000529	-2,3986**	0,0000259	1,2622
D_SHOPING	-0,0000389	-1,7894*	-0,0000217	-1,3216
D_METRO	0,0385	2,2279**	0,0295	1,0495
F_Bonfim	-0,0962	-2,6002***	-	-
F_Campanhã	-0,01677	-3,2524***	-	-
F_Ol_Douro			-0,0448	-1,9413*
F_Paranhos	-0,0245	-1,0184	-	-
F_Ramalde	0,0183	0,6198	-	-
F_Aldoar	0,0992	1,7592*	-	-
F_Lordelo	-0,0248	-0,6490	-	-
F_St_Marinha	-	-	0,0476	2,7122***
F_Andorinho	-	-	-0,0731	-1,7116*
Nº Observações	745		320	
R ²	0,6826		0,7323	
R ² ajustado	0,6752		0,7200	
F	91,9695		59,6018	
Prob(F)	0,0000		0,0000	
DW	2,0228		1,7267	

*** Nível de significância de 1%; ** Nível de significância de 2%; * Nível de significância de 10%.

riável dependente, usamos a estatística I de Moran (com base na matriz espacial de distâncias). Para este efeito, são usados os mesmos dados da estimação por OLS. A estatística I de Moran varia entre -1 e 1 e testa a existência de autocorrelação espacial, ou seja, o teste é realizado para ver se existe um fenómeno de aglomeração em certas áreas (estatística com valor positivo), ou se áreas geográficas estão espalhadas de forma aleatória pelo espaço (estatística com valor negativo). A estatística I de Moran apresenta um valor de 0,1675 e significativo a um nível de significância de 1%, o que indica a possibilidade da existência de efeitos espaciais de vizinhança que não são explicados por efeitos aleatórios. De forma complementar, usamos a estatística dos Indicadores Locais de Associação Espacial (Indicators of Spatial Association –

– LISA) para perceber a distribuição espacial dos fenómenos aglomerados, ou seja, a distribuição espacial dos *clusters* habitacionais. Quer a estatística I de Moran como a estatística LISA dão-nos evidência de existência de autocorrelação espacial positiva. Por isso, avançamos a seguir com a apresentação dos modelos espaciais e dos resultados das estimações espaciais.

Neste estudo usamos o *software* GeoDa para estimar os seguintes dois modelos de econometria espacial: modelo de dependência espacialmente desfasada e o modelo de dependência espacial dos erros. O modelo de dependência espacialmente desfasada é apropriado porque permite perceber em que medida o preço de uma habitação é afetado pelo preço de outras habitações localizadas na vizinhança (Dorantes *et al.*, 2010). A estrutura do modelo de dependência

espacialmente desfasada pode ser representada da seguinte forma

$$PV_i = \rho W_1 PV + X\beta + \varepsilon \quad (7)$$

em que W é a matriz espacial de pesos; $W_1 PV$ é a componente autorregressiva espacial que capta os valores médios das observações vizinhas; ρ é o coeficiente auto-regressivo espacial que capta a influência média da unidade vizinha e ε é o erro (Marques et al., 2010). Trata-se de um modelo de dependência espacialmente desfasada porque a variável dependente é desfasada espacialmente.

O modelo de dependência espacial dos erros assume que as variáveis do modelo que seguem uma distribuição espacial são omitidas, levando a que haja autocorrelação no termo de erro (Dorantes et al., 2010). Neste modelo, a dependência espacial dos erros ocorre quando o termo do erro de cada habitação está correlacionado com os valores do erro de outras habitações localizadas na vizinhança (Marques et al., 2010). A es-

trutura do Modelo de dependência espacial dos erros é dada por

$$\begin{aligned} PV &= X\beta + \varepsilon \\ \varepsilon &= PVW_2\varepsilon + \mu \end{aligned} \quad (8)$$

onde $W_2\varepsilon$ é o termo de desfasamento espacial do erro arbitrariamente escolhido; λ são os coeficientes autorregressivos estimados e μ é um vetor do erro. Trata-se de um modelo de dependência espacial de erros porque incorpora um processo espacial autorregressivo no termo de erros. As estimações dos dois modelos espaciais são apresentadas no quadro 4.

Com base nos resultados, e comparando-os aos resultados obtidos pela estimação do modelo não espacial por OLS (quadro 2), vemos que os modelos espaciais se ajustam melhor aos nossos dados; o R^2 aumentou e, mais importante, os coeficientes de dependência espacial (dados pelo Rho no SLM e pelo Lambda no SEM, 0,4049 e 0,5747, respetivamente) são ambos elevados, positivos e estatisticamente significantes.

Quadro 4: Estimação do Modelos Espaciais

Variável	Modelo de Dependência Espacialmente Desfasada		Modelo de Dependência Espacial dos Erros	
	Coeficiente Estimado	T Student	Coeficiente Estimado	T Student
Constante	2,7630	9,3298***	4,8576	139,71***
IDADE	-0,0027	-11,7801***	-0,0026	-11,4757***
N_QUARTOS	0,0518	0,0059***	0,0497	8,5378***
ÁREA	0,0020	22,2641***	0,0020	21,9623***
GAR	0,0552	5,1172***	0,0552	5,1534***
TIPO	0,0207	1,2843	0,0280	1,7354*
D_CBD	-0,00000446	-0,3596	0,0000185	-0,9760
D_HOSP	0,0000149	-1,1324	0,0000198	-0,9838
D_ENSINO	0,00000441	0,2527	-0,00000566	-0,2439
D_PARQUE	0,0000278	-2,2039**	-0,0000463	-2,4114**
D_SHOPPING	0,00000704	-0,6050	-0,0000307	-1,7259*
D_METRO	0,0263	2,0728**	0,0244	1,6990*
F_Bonfim	-0,0292	-1,0936	-0,0672	-1,9473*
F_Campanhã	-0,0680	-1,9247*	-0,1573	-3,7208***
F_Ol Douro	-0,1156	-3,5732***	-0,194	-3,8649***
F_Paranhos	-0,0088	-0,4595	-0,0245	-1,0434
F_Ramalde	0,0138	0,6032	0,0138	0,4965
F_Aldoar	0,0726	1,9506*	0,1074	2,2524**
F_Lordelo	-0,0113	-0,4145	-0,0352	-1,0430
F_Mafamude	-0,0983	-4,3033***	-0,1670	-4,904***
F_St_Marinha	-0,0547	-2,3987**	-0,1206	-3,7301***
F_Andorinho	-0,1242	-3,2549***	-0,2363	-4,8318***
Lag. Coef. (Rho)	0,4049	7,0642***		
Lag. Coef. (Lambda)			0,5747	8,45958***
Nº observações	1065		1065	
R^2	0,7133		0,7135	
Akaike Criterio	-985,5940		-979,8690	
Log likelihood	515,7970		511,9344	

*** Nível de significância de 1%; ** Nível de significância de 2%; * Nível de significância a de 10%

Em geral, os sinais apresentados em ambos os modelos são os esperados com a exceção das variáveis D_HOSP que apresenta um sinal positivo, todavia, não é estatisticamente significativa. Em relação aos coeficientes estimados relacionados com os atributos habitacionais, a variável GAR é a que produz um maior impacto no preço de uma habitação.

Relativamente à variável-chave deste estudo, a variável D_METRO, podemos dizer que esta apresenta um sinal positivo e é estatisticamente significativa em ambos os modelos. Visto que os coeficientes de dependência espacial são positivos e significativos, podemos concluir que o preço das habitações é influenciado de forma positiva pela proximidade das habitações ao Metro mais próximo. No modelo de dependência espacialmente desfasada, a proximidade das estações de Metro implica uma valorização no preço das habitações, em média, de 2,63% aproximadamente enquanto no modelo de dependência espacial dos erros implica uma valorização, em média, em cerca de 2,44%.

Em termos gerais, o R^2 , Log likelihood, Coeficiente de determinação e os critérios de Akaike info e Schwarz são muito parecidos (ambos os modelos adequam-se muito bem aos nossos dados). Além disso, ambos os modelos de correção da autocorrelação espacial apresentam resultados similares nos coeficientes.

5. CONCLUSÃO

Os nossos resultados indicam que a acessibilidade às estações de Metro produzem um impacto positivo no valor dos imóveis mais próximos. A regressão por OLS produz evidência de que as habitações mais próximas de uma estação de Metro beneficiam de um acréscimo no seu preço de, em média, 2,94%. Dividindo a amostra em área urbana e área suburbana, concluímos que as habitações situadas na área urbana têm um prémio por estarem a 400 ou menos metros de uma estação, em média, de 3,85%, enquanto as habitações da área suburbana têm um prémio, em média, de 2,95%, (mas este último coeficiente é estatisticamente insignificante).

Pela análise espacial preliminar efetuada observamos que havia indícios de dependência espacial na variável dependente e no termo de erro e, por isso, estimamos dois modelos de econometria espacial; o modelo de dependência espacialmente desfasada e o modelo de dependência dos erros. Em consequência dessa análise, os

resultados obtidos mostram que há dependência espacial (os coeficientes de dependência espacial dos modelos são altos, positivos e altamente significativos) e, mais importante do que isso, mostram que a variável de distância de uma habitação à estação de Metro é significativa (em ambos os modelos) e o seu coeficiente apresenta o sinal esperado (positivo).

Quer pelo modelo não espacial estimado por OLS, quer pelos modelos espaciais, podemos concluir que as habitações mais próximas de uma estação de Metro vêm o seu preço influenciado positivamente. Assim, as habitações abrangidas pelas áreas de influência ao longo da linha de Metro possuem um valor superior pelo facto de estarem mais próximas das estações de Metro.

Importa realçar que, contrariamente aos resultados dos estudos realizados em anos anteriores sobre o impacto do Metro do Porto, os resultados obtidos neste estudo mostram já que há um impacto positivo do Metro do Porto no preço dos imóveis e que este resultado é observável nos preços das habitações localizadas na cidade do Porto. Este resultado é importante, pois é obtido com uma amostra mais recente e maior do que em estudos anteriores e com a particularidade de termos a informação das habitações georreferenciada, o que permitiu também analisar o contributo não só da acessibilidade ao metro, mas também a outros equipamentos e infraestruturas considerando a estimação de modelos com correção para autocorrelação espacial. Comparativamente a estudos anteriores (Reis, 2011; Reis e Costa, 2011; e Pascoal, 2016) continua a não ser possível estabelecer uma relação causal positiva e significativa para proximidade a estações do Metro e preço das habitações para as áreas suburbanas. A grande novidade é a relação causal positiva e estatisticamente significativa para as habitações localizadas na cidade do Porto. Os resultados obtidos confirmam a nossa expectativa de que, à medida que o tempo passa e o Metro ganha importância na escolha modal como meio de transporte dos portuenses, a acessibilidade às estações do Metro iria contribuir positivamente para o preço das habitações. Este fenómeno pode ter sido potenciado pelo crescimento da oferta de alojamento local na cidade do Porto e a importância que assume para esta oferta turística a proximidade a transportes públicos, matéria que constitui matéria para investigação futura.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Al-Mosaind, M. A., Dueker, K. J. e Strathman, J. G. (1993), "Light-Rail Transit Stations and Property Values: A Hedonic Price Approach", *Transportation Research Record*, Vol. 1400, pp. 91-94.
- Anderson D. E., Shyr, O. F. e Fu, J. (2010), "Does high-speed rail accessibility influence residential property prices? Hedonic estimates from southern Taiwan", *Journal of Transport Geography*, Vol. 18, pp. 166-174.
- Andrade, M. e Maia, M. (2009), "The Recife Metro – The impact on urban development after 20 years", *Flux*, Nº 75, pp. 57-68.
- Bae, C. H., Jun, M. J. e Park, H. (2003), "The Impact of Seoul's subway Line 5 on residential property values", *Transport Policy*, Vol. 10, pp. 85-94.
- Court, A. T. (1939), "Hedonic price indexes with automotive examples", in *The Dynamics of Automobile Demand*, General Motors, New York, pp 98-119.
- Dai, X., Bai, X. e Xu, M. (2016), "The influence of Beijing rail transfer stations on surrounding housing prices", *Habitat International*, Vol. 55, pp. 79-88.
- Diao, M. (2015), "Selectivity, spatial autocorrelation and the valuation of transit accessibility", *Urban Studies*, Vol. 52, Nº 1, pp. 159-177.
- Dorantes, L. M., Paez, A. e Vassallo, J. M. (2011), "Analysis of House Prices to Assess Economic Impacts of New Public Transport Infrastructure: Madrid Metro Line 12", *Journal of the Transportation Research Board*, Nº 2245, pp. 131-139.
- Dubé, J., Thériault, M. e Des Rosiers, F. (2013), "Commuter rail accessibility and house values: The case of the Montreal South Shore, Canada, 1992-2009", *Transportation Research Part A*, Vol. 54, pp. 49-66.
- Forouhar, A. (2016), "Estimating the impact of metro rail stations on residential property values: evidence from Tehran", *Public Transportation*, Vol. 8, pp. 427-451.
- Forrest, D., Glen, J. e Ward, R. (1996), "The Impact of Light Rail System on the Structure of House Prices: A Hedonic Longitudinal Study", *Journal of Transport Economics and Policy*, Vol. 30, Nº 1, pp. 15-29.
- Freeman, A. M. (1979), "Hedonic Prices, Property Values and Measuring Environmental Benefits: A Survey of the Issues". *The Scandinavian Journal of Economics, Measurement in Public Choice*, Vol. 81, Nº 2, pp. 154-173.
- Goodman, A. C. (1998), "Andrew Court and the Invention of Hedonic Price Analysis", *Journal of Urban Economics*, Vol. 12, Nº 2, pp. 291-298.
- Grass, R. G. (1992), "The Estimation of Residential Property Values Around Transit Station Sites in Washington, D. C.", *Journal of Economics and Finance*, pp. 139-146.
- Griliches, Z. (1961), "Hedonic price indexes for automobiles: an econometric analysis of quality change", *National Bureau of Economic Research*, pp. 173-196.
- Halvorsen, R. e H. O. Pollakowski (1981), "Choice of Functional Form for Hedonic Price Equations", *Journal of Urban Economics*, Vol. 10, Nº 1, pp. 37.
- Hess, D. B. e T, M. Almeida (2007), "Impact of Proximity to Light Rail Rapid Transit on Station-area Property Values in Buffalo, New York", *Urban Studies (Routledge)*, Vol 44, Nº 5/6, pp. 1041-1068.
- Lancaster, K. (1966), "A New Approach to Consumer Theory", *The Journal of Political Economy*, Vol. 74, Nº 2, pp. 132-157.
- Li, S., Yang, J., Qin, P. e Chonabayashi, S. (2015), "Wheels of Fortune: Subway Expansion and Property Values in Beijing", *Environment for Development*, pp. 15-30.
- Marques, J., Castro, E. e Bhattacharjee, A. (2010), "A localização urbana na valorização residencial: Modelos de autocorrelação espacial". *15ª Conferência da APDR*. Cabo Verde.
- Martinez, L. e Viegas, J. (2012), "The value capture potential of the Lisbon subway", *Journal of Transport and Land Use*, Vol. 5, Nº 1, pp. 65-82.
- Metro do Porto (2017), "Indicadores Metro", em www.metrodoporto.pt
- Pagliara, F. e Papa, E. (2011), "Urban rail systems investments: an analysis of the impacts on property values and residents' location", *Journal of Transport Geography*, Vol. 19, pp. 200-211.
- Pan, Q. (2013), "The impacts of an urban light rail system on residential property values: A case study of the Houston METRORail transit line". *Transportation Planning Technology*, Vol. 36, Nº 2, pp.145-169.
- Papon, F., Nguyen-Luong, D. e Boucq, E.

(2013), “Should any new light rail line provide real estate gains, or not? The case of the T3 line in Paris”. *13th World Conference on Transport Research*. Rio de Janeiro, Brazil. 15-18 July.

Pascoal, A. (2016), *Análise territorial do impacto da rede de Metro do Porto*. Faculdade de Ciências e Tecnologia. Dissertação de Mestrado em Engenharia Civil, Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade de Coimbra.

Pinho, F. (1992), *Funções Hedónicas de Preços para o Mercado de Habitação: Aplicação às cidades do Porto e Aveiro*. Porto. Universidade do Porto. Dissertação de Mestrado em Economia.

Reis, C. (2011), *O impacto do Metro do Porto na valorização imobiliária*. Porto. Universidade do Porto. Dissertação de Mestrado em Economia.

Reis, C. e J. S Costa (2011), O Impacto do Metro do Porto na Valorização Imobiliária, *1ª Conferência de Planeamento Regional e Urbano, 11º Workshop APDR Território, Mercado*

Imobiliário e Habitação, U. Aveiro, 11 de Novembro.

Rosen, S. (1974), “Hedonic Prices and Implicit Markets: Product Differentiation in Pure Competition”, *The Journal of Political Economy*, Vol. 82, Nº 1, pp. 34-55.

Sun, H., Wang, Y. e Li Q. (2016), “The Impact of Subway Lines on Residential Property Values in Tianjin: An Empirical Study Based on Hedonic Pricing Model”, *Hindawi Publishing Corporation*.

Teixeira, M., Villamandos, N. e Ocerin, J. (2010), “Fatores formadores do preço da habitação em Portugal: Uma abordagem hedónica”. Artigo apresentado no VIII Colóquio Ibérico de Estudos Rurais. Cáceres.

Zhang, X. e Jiang, Y. (2014), “An empirical study of the impact of metro station proximity on property value in the case of Nanjing, China”, *Asian Development Policy Review*, Vol. 2, Nº 4, pp. 61-71.

Anexo- Matriz das Correlações

	PV	IDADE	N_QUARTOS	AREA	GAR	TIPO	D_CBD	D_HOSP	D_ENSINO	D_PARQUE	D_SHOPPING	D_METRO	F_Bonfim	F_Campanhã	F_Ol_Douro	F_Paranhos	F_Ramalde	F_Aldoar	F_Lordelo	F_Mafamude	F_St_Marinha	F_Andorinho
PV	1	-0,02	0,54	0,74	0,23	0,28	0,16	0,15	-0,12	0,04	0,05	-0,01	-0,04	-0,05	-0,08	0,00	0,03	0,22	0,05	-0,10	-0,07	-0,06
IDADE	-0,02	1	0,24	0,16	-0,07	0,51	-0,08	0,07	-0,13	-0,07	-0,13	0,01	0,22	0,06	-0,06	-0,11	-0,05	0,02	0,03	-0,06	-0,03	-0,03
N_QUARTOS	0,54	0,24	1	0,71	0,13	0,41	0,10	0,11	-0,09	0,05	0,04	-0,04	0,01	-0,05	-0,02	-0,04	0,04	0,10	0,01	0,00	-0,08	0,01
AREA	0,74	0,16	0,71	1	0,21	0,49	0,10	0,09	-0,06	0,07	0,00	-0,07	-0,02	-0,03	-0,01	-0,05	0,01	0,07	0,02	-0,01	-0,02	0,00
GAR	0,23	-0,07	0,13	0,21	1	0,03	-0,06	-0,09	-0,01	-0,01	-0,10	-0,02	0,00	-0,02	-0,02	-0,07	-0,02	-0,03	-0,01	0,00	0,05	-0,03
TIPO	0,28	0,51	0,41	0,49	0,03	1	0,09	0,16	-0,05	0,01	0,03	-0,06	0,05	0,09	0,02	-0,01	-0,10	0,10	0,00	-0,02	-0,03	0,02
D_CBD	0,16	-0,08	0,10	0,10	-0,06	0,09	1	0,70	0,45	0,67	0,77	-0,42	-0,26	0,07	-0,04	-0,03	0,35	0,52	0,08	-0,17	-0,20	0,11
D_HOSP	0,15	0,07	0,11	0,09	-0,09	0,16	0,70	1	0,22	0,18	0,60	-0,32	0,06	0,32	0,12	-0,22	0,06	0,60	0,07	-0,11	-0,19	-0,02
D_ENSINO	-0,12	-0,13	-0,09	-0,06	-0,01	-0,05	0,45	0,22	1	0,55	0,39	-0,32	-0,17	0,07	0,11	-0,18	0,34	0,01	0,01	0,00	0,00	0,14
D_PARQUE	0,04	-0,07	0,05	0,07	-0,01	0,01	0,67	0,18	0,55	1	0,45	-0,31	-0,27	-0,09	-0,02	-0,02	0,53	0,11	-0,12	-0,14	-0,13	0,16
D_SHOPPING	0,05	-0,13	0,04	0,00	-0,10	0,03	0,77	0,60	0,39	0,45	1	-0,25	-0,20	-0,11	0,12	-0,03	0,27	0,54	-0,07	-0,08	-0,23	0,24
D_METRO	-0,01	0,01	-0,04	-0,07	-0,02	-0,06	-0,42	-0,32	-0,32	-0,31	-0,25	1	0,03	0,02	-0,13	0,23	-0,06	-0,15	-0,17	0,04	-0,16	-0,09
F_Bonfim	-0,04	0,22	0,01	-0,02	0,00	0,05	-0,26	0,06	-0,17	-0,27	-0,20	0,03	1	-0,06	-0,06	-0,15	-0,11	-0,07	-0,07	-0,10	-0,10	-0,04
F_Campanhã	-0,05	0,06	-0,05	-0,03	-0,02	0,09	0,07	0,32	0,07	-0,09	-0,11	0,02	-0,06	1	-0,05	-0,12	-0,09	-0,05	-0,06	-0,08	-0,08	-0,04
F_Ol_Douro	-0,08	-0,06	-0,02	-0,01	-0,02	0,02	-0,04	0,12	0,11	-0,02	0,12	-0,13	-0,06	-0,05	1	-0,11	-0,08	-0,05	-0,05	-0,07	-0,08	-0,03
F_Paranhos	0,00	-0,11	-0,04	-0,05	-0,07	-0,01	-0,03	-0,22	-0,18	-0,02	-0,03	0,23	-0,15	-0,12	-0,11	1	-0,21	-0,13	-0,14	-0,19	-0,20	-0,08
F_Ramalde	0,03	-0,05	0,04	0,01	-0,02	-0,10	0,35	0,06	0,34	0,53	0,27	-0,06	-0,11	-0,09	-0,08	-0,21	1	-0,10	-0,11	-0,14	-0,15	-0,06
F_Aldoar	0,22	0,02	0,10	0,07	-0,03	0,10	0,52	0,60	0,01	0,11	0,54	-0,15	-0,07	-0,05	-0,05	-0,13	-0,10	1	-0,06	-0,09	-0,09	-0,04
F_Lordelo	0,05	0,03	0,01	0,02	-0,01	0,00	0,08	0,07	0,01	-0,12	-0,07	-0,17	-0,07	-0,06	-0,05	-0,14	-0,11	-0,06	1	-0,10	-0,10	-0,04
F_Mafamude	-0,10	-0,06	0,00	-0,01	0,00	-0,02	-0,17	-0,11	0,00	-0,14	-0,08	0,04	-0,10	-0,08	-0,07	-0,19	-0,14	-0,09	-0,10	1	-0,13	-0,06
F_St_Marinha	-0,07	-0,03	-0,08	-0,02	0,05	-0,03	-0,20	-0,19	0,00	-0,13	-0,23	-0,16	-0,10	-0,08	-0,08	-0,20	-0,15	-0,09	-0,10	-0,13	1	-0,06
F_Andorinho	-0,06	-0,03	0,01	0,00	-0,03	0,02	0,11	-0,02	0,14	0,16	0,24	-0,03	-0,04	-0,04	-0,03	-0,08	-0,06	-0,04	-0,04	-0,06	-0,06	1

Agricultura Urbana em Portugal: Constrangimentos e Oportunidades Para Uma Política Pública Alimentar

Urban Agriculture in Portugal: constraints and drivers to a food public policy

Cecília Delgado

ceciliadelgado@fcsb.unl.pt; cmndelgado@gmail.com

CICS.NOVA – Centro Interdisciplinar de Ciências Sociais da FCSH NOVA - Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa

Resumo/ Abstract

Compreender se existe em Portugal uma conjuntura propícia à formulação, implementação e institucionalização de políticas alimentares e de que modo as práticas de Agricultura Urbana existentes podem potenciar esse processo são as questões examinadas neste artigo. A análise é suportada num inquérito a 16 autarquias locais que identificou áreas de constrangimento e potenciadoras ao desenvolvimento das iniciativas locais. Argumenta-se que a literatura é omissa em relação ao contributo da sociedade civil na formulação e desenvolvimento das políticas alimentares. A relativa fragilidade da sociedade civil Portuguesa comparativamente a outros países pode explicar porque ainda não foram formuladas políticas públicas à escala local em Portugal. Este argumento é ilustrado através de dois estudos de caso internacionais, Toronto e Paris. Os resultados confirmam um conjunto de oportunidades à escala nacional e local, não obstante as debilidades existentes. Tomando como referência os exemplos internacionais, sugere-se uma maior intervenção da academia na capacitação e inclusão dos atores relevantes na formulação, implementação e institucionalização de políticas alimentares em Portugal.

Palavras-chave: Agricultura Urbana; Políticas Públicas Alimentares; Sistema Alimentar Sociedade Civil; Portugal

Códigos JEL: R58; Q180; H70

This paper explores first to what extent Portugal created an enabling environment for the formulation, implementation and institutionalization of a food policy in Portugal and second to what extent current Urban Agriculture practices enhance the shift from practices to food policy. In order to identify constraints and drivers for local initiatives to upscale, a survey was carried out with 16 local authorities. The paper argues that civil society contribution to the formulation and implementation of a food policy is insufficiently highlighted in the literature. Portuguese civil society relative weakness when compared with other countries might explain why no local food policies have been formulated yet. This argument is illustrated by two international study-cases, Toronto and Paris. Results from the survey are showing drivers at the national and local levels, regardless of existing constraints. Based on the international cases, it is suggested that strong intervention from academia is required in order to capacitate and include relevant food actors on formulation, implementation and institutionalization of food policies in Portugal.

Keywords: Urban Agriculture; Public Food Policies; Food System; Civil Society; Portugal

JEL Codes: R58; Q180; H70

1. INTRODUÇÃO

Defende-se que Portugal atravessa um ponto de viragem impar, da visão da Agricultura Urbana - AU como resposta à mitigação da pobreza (Cabannes and Raposo, 2013) para um país vibrante de iniciativas que trespassam os mais diversos setores e atores do sistema alimentar. Um cenário facilitador que transpõe escalas territoriais. À escala nacional evidenciam-se, por exemplo: a Estratégia Integrada para a Promoção da Alimentação Saudável (2018) da Direção Geral de Saúde; a Estratégia e Plano de Ação de Combate ao Desperdício Alimentar (2017) coordenada pelo Gabinete de Planeamento, Políticas e Administração Geral; a Estratégia Nacional para a Agricultura Biológica e Plano de Ação (2018); o Estatuto da Pequena Agricultura Familiar (2018); o Conselho Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional (2018), uma plataforma interministerial que prevê a participação da sociedade civil, do setor académico e do setor empresarial; a plataforma nacional Alimentar Cidades Sustentáveis (2018), uma plataforma de discussão e disseminação de informação que pretende agregar todos os atores e setores do Sistema Alimentar nacional, coordenada pela academia e a administração central e local. À escala municipal sobressaem, por exemplo: as Estratégias Municipais de Adaptação e Mitigação às Alterações Climáticas¹, elaboradas por 27 autarquias; os programas de fornecimento de produtos locais aos refeitórios escolares, desenvolvidos por conjunto limitado, mas promissor, de autarquias locais; as hortas urbanas ainda que focadas numa perspetiva de mitigação da pobreza e recreação (Delgado, 2017), implementadas por um número considerável de autarquias locais Portuguesas (DGT, 2016). Por último, registou-se um aumento significativo na participação das autarquias Portuguesas em redes internacionais como, por exemplo, a *CityFood*² network, a BioRegiões³, ou no Pacto de Milão⁴.

Em síntese, existe um esforço significativo no desenvolvimento de políticas setoriais, como as políticas agrícola, educativa, social, ambien-

tal e de saúde. Contudo, a coordenação e implementação das ações necessárias não tem sido fácil, com a prossecução de políticas avulsas e ações pouco coordenadas entre os vários ministérios, direções-gerais, organismos públicos e privados (Ferreira, 2018).

Perante o cenário animador de iniciativas a decorrer atualmente com o envolvimento de um número expressivo de atores do Sistema Alimentar nacional, o principal contributo deste artigo é perceber se: Existe em Portugal uma conjuntura propícia à formulação, implementação e institucionalização de políticas alimentares? E de que modo as práticas de Agricultura Urbana existentes podem potenciar este processo?

Para estabelecer o quadro teórico de pesquisa adotámos a seguinte definição de Agricultura Urbana - AU, Sistema Alimentar - SA, e Política Alimentar - PA, não obstante o reconhecimento de outras definições aportadas pela literatura:

“Agricultura Urbana é uma atividade localizada dentro (urbano) ou à margem (periurbano) de uma cidade ou zona metropolitana, que produz, processa e distribui uma diversidade de alimentos e não alimentos, reutilizando ou usando recursos humanos e materiais, produtos e serviços, que existem nas áreas urbanas ou imediatamente circundantes (periurbano), que por sua vez, fornece esses recursos humanos e materiais, produtos e serviços, em larga medida para a área urbana.” (Mougeot, 2000)

Por conseguinte, a AU é uma componente do SA aqui entendido como:

“(...) todos os elementos (ambiente, pessoas, contributos, processos, infraestruturas, instituições, etc.) e atividades relacionadas com a produção, processamento, distribuição, preparação e consumo de alimentos, e os resultados dessas atividades, incluindo os seus impactos sociais económicos e ambientais (...) e o desperdício alimentar e as perdas no contexto do sistema alimentar.” (MUFPP, 2015)

E nesse sentido participa mas não exclui outras atividades que contribuem para a formulação de uma política alimentar compreendida

¹ Informação adicional em <https://www.quercus.pt/comunicados/2017/fevereiro/5151-estrategias-municipais-de-adaptacao-as-alteracoes-climaticas-de-27-autarquias-portuguesas-ja-estao-online>. Acesso em Abril 2019

² Informação adicional em <http://old.iclei.org/index.php?id=1348>. Acesso em Abril 2019

Fazem parte da rede internacional CityFood as cidades de Braga, Torres Vedras e Cascais. Link: <http://old.iclei.org/index.php?id=1348>. Acesso em Abril 2019

³ Informação adicional em <http://www.ecoregion.info/>. Fazem parte desta rede internacional o concelho de Idanha-a-Nova e seis autarquias da Comunidade Intermunicipal do Alto Tâmega. Acesso em Abril 2019

⁴ Já assinaram o Pacto de Milão as cidades do Funchal e Torres Vedras <http://www.milanurbanfoodpolicypact.org/signatory-cities/>. Acesso em Abril 2019

como:

“(...) a soma das ações desenvolvidas pelos atores do sistema alimentar, que afetam a forma como os alimentos são produzidos, processados, distribuídos, adquiridos, valorizados ou subvalorizados. Uma política alimentar não implica a obrigatoriedade de legislação podendo limitar-se ao conjunto de atividades que impactam o sistema alimentar, nomeadamente: uma agenda; um conjunto de decisões políticas; um processo incluindo a sua implementação e avaliação” (MUFPP, 2015) *que moldam as ações do governo* (Paarlberg, 2013)

Para responder às perguntas de pesquisa baseamo-nos no questionário ministrado às autarquias locais Portuguesas no âmbito do convite para participação destas na sessão de trabalho com os peritos da fundação RUAF⁵ em Lisboa (Abril de 2018). Do questionário faziam parte as seguintes perguntas: 1) Quais os projetos / programas de AU ou relacionados com a alimentação (incluindo luta contra o desperdício alimentar) que estão em curso na sua autarquia; 2) O que queriam aprender (na sessão de trabalho)?; 3) Qual é na sua opinião, a maior dificuldade encontrada no âmbito do desenvolvimento dos projetos/programas de AU e alimentação na sua autarquia? 4) Razões para o sucesso alcançado, até à data.

Sem detrimento da importância dos restantes atores do SA, justifica-se a primazia atribuída às autarquias locais porque estas exercem um papel central na definição das políticas alimentares necessárias à sustentabilidade das iniciativas existentes, são instrumentais na facilitação de mecanismos multi-atores e multissetoriais, são parte interessada no desenvolvimento de uma estratégia alimentar que promova a coesão social e territorial dos seus territórios e, podem agilizar o acesso à terra e ao espaço, seja através dos Planos Diretores Municipais, ou da criação de bancos de terra.

Fundamentando-nos nas respostas recebidas ao questionário, o primeiro contributo deste artigo é: compreender as práticas existentes (áreas de atividade); as necessidades de aprendizagem manifestadas pelos técnicos municipais (áreas de capacitação); as limitações (áreas de constrangimento); e os fatores de sucesso (áreas facilitadoras). Os resultados serão triangulados

com outras fontes, nomeadamente, a observação empírica e a literatura existente. Como segundo contributo pretende-se propor estratégias para a integração da AU no SA em Portugal, suportadas na literatura existente e nos ensinamentos das práticas internacionais.

Como contributo para o corpo teórico argumentamos que a literatura internacional respeitante aos fatores facilitadores do desenvolvimento de políticas alimentares (Cunto et al., 2017; IPES-FOOD, 2017; RUAF-ICLEI, 2013) não enfatiza a contribuição da sociedade civil⁶, como grupo que influencia e “dá corpo” às políticas alimentares. Em concordância com Seyfang e Haxeltine (2012) defendemos que a sociedade civil desempenha um papel preponderante na resposta aos desafios do desenvolvimento sustentável das sociedades em transição. Para reforçar o nosso argumento usaremos como referência dois exemplos internacionais, Toronto (Canadá) e Paris (França)⁷. Considerando que a sociedade civil Portuguesa é frágil e vive afastada dos objetivos e da aplicação das políticas públicas (Cidadania Social ONG, 2018; Franco et al., 2018) importa perceber quais serão as ferramentas adequadas à mudança de escala no contexto nacional. Nos capítulos dedicados à discussão dos resultados e conclusões esperamos responder a esta questão.

Em síntese, no capítulo 1 apresenta-se um breve enquadramento da AU em Portugal, desde o início do século XX à atualidade. No capítulo 2 caracterizam-se os fatores que potenciam o desenvolvimento de políticas alimentares, através da revisão da literatura internacional. No capítulo 3 sublinha-se, o papel da sociedade civil no fortalecimento dos SAs fundamentado em dois estudos de caso internacionais, Toronto e Paris, e simultaneamente contextualiza-se a sociedade civil Portuguesa na esfera internacional e Europeia. A metodologia e caracterização da amostragem são descritas no capítulo 4. Após a apresentação dos resultados no capítulo 5, os capítulos 6 e 7 são dedicadas à discussão e conclusões.

2. A AU EM PORTUGAL UM FENÓMENO RECENTE E EMERGENTE

O longo período ditatorial em Portugal (1933 - 1974) explica a natureza diversa da AU

⁵ RUAF is a global partnership on sustainable Urban Agriculture and Food Systems. Informação adicional em <https://www.ruaf.org/>. Acesso em Abril 2019

⁶ Abordaremos no capítulo 3 a definição adotada neste texto de sociedade civil.

⁷ A relevância destes dois exemplos será explicitada nos capítulos 2 e 3.

nacional, comparativamente aos países da Europa Ocidental⁸. Para estas diferenças contribuiu também: uma urbanização tardia, fundamentalmente ocorrida a partir dos anos 80 (Teixeira, 1993); uma sociedade civil pouco robusta (Franco et al., 2008); uma administração pública rígida e hierarquizada (Rego, 2018); Portugal não fazer parte da Federação Internacional “*Coin de Terre et Jardins Familiaux*” que agrega as Associações Nacionais de “*Allotment Gardens*” de 13 países Europeus desde 1926 (Delgado, 2017).

A integração de Portugal na União Europeia (1986) implicou mudanças significativas na estrutura social Portuguesa, incluindo, mas não só, a densificação das zonas urbanas que ditaram uma redução da representatividade do 1.º setor (agrícola) na estrutura laboral do país. Manteve-se, no entanto, uma prática informal agrícola, e de génese ilegal, nas áreas urbanas e periurbanas das grandes metrópoles sendo impossível quantificar o seu contributo para o SA por falta de dados disponíveis. A aposta no setor agrícola reaparece no início do século XXI, notavelmente através de programas da União Europeia, tais como o Leader⁺ (2000 – 2006) que apoiaram o PROVE⁹ (PROVE, 2017), um programa nacional emblemático de circuitos curtos de comercialização que visa aproximar os produtores rurais e periurbanos dos consumidores urbanos. A temática emerge na academia através da participação Portuguesa em projetos de investigação Europeia como a *Cost Action – Allotments Garden in European Cities* (2012-2016) ou a *Cost Action – Urban Agriculture in Europe* (2012 – 2016), e mais recentemente a *Cost Action Implementing nature based solutions for creating a resourceful circular city* (2018 - 2022). Simultaneamente, a crise económica que marcou o país entre 2008 e 2012, desencadeou iniciativas municipais significativas de hortas urbanas (Almeida, 2012; Cancela, 2014; Delgado, 2017; Gonçalves, 2014; Pinto, 2007; Rodrigues, 2012; Santos, 2011; Saraiva, 2011) e iniciativas à escala nacional de doação de alimentos, entre as quais os Bancos Alimentares (FBA, 2018) e o Programa RE-FOOD¹⁰ (RE - FOOD, 2017). Em síntese, existe um vasto conjunto de iniciativas no âmbito da temática da AU e da Alimentação sem que exista

uma visão sistémica das ações, setores e atores envolvidos.

Contudo, na generalidade, o conceito de AU permaneceu afastado do debate nacional e da academia, com duas pontuais exceções, o 1.º encontro internacional sobre Agricultura Urbana e Periurbana em Portugal coordenado pelo Município do Seixal em 2011 (Lança, 2011), e a sessão de trabalho “AU como componente de cidades mais resilientes” realizada em Abril de 2018 em Portugal, tendo como convidados os peritos da Fundação RUAF e a participação de um conjunto de autarquias locais Portuguesas envolvidas em processos de AU. O limitado debate e interação entre setores e atores nomeadamente, entre a academia, sociedade civil, técnicos, produtores, agricultores, consumidores, comerciantes e o poder político, poderá explicar a limitada penetração de conceitos emergentes na sociedade Portuguesa como a AU e o SA. Pode igualmente explicar as diferenças encontradas entre a perceção do AU em Portugal e as definições internacionais. De acordo com Delgado (2018) a AU em Portugal caracteriza-se por: 1) uma distinção “Portuguesa” entre Agricultura Urbana” e “Agricultura Periurbana”, baseada na localização no perímetro urbano ou no perímetro periurbano, que não coincide com as definições internacionais. Esta distinção espacial contraria e dificulta a integração da AU como parte do SA cidade-região (Cabannes et al., 2017), mais aberto territorialmente; 2) um grande ênfase na compreensão da AU quase exclusivamente como produção alimentar orientada para consumo próprio, sem significativa consideração pelas restantes etapas, e.g. processamento, distribuição, etc. Esta compreensão é limitadora à integração da AU como parte do SA; 3) reduzida consideração por outras componentes da AU, como a criação de animais ou produtos não alimentares. Este entendimento está em desacordo com as definições internacionais e limita os possíveis contributos da AU para o SA; 4) a AU não é percebida como uma componente do SA. Consequentemente não integra os recursos do sistema, nomeadamente o desperdício alimentar, matérias primas não alimentares, e.g. composto, ou mão de obra urbana. Novamente, em oposição aos conceitos internacionais; 5) finalmente, a AU na sua quase exclusiva vertente de produção alimentar apresenta-se bastante

⁸ E próximo de países como Espanha e Itália, com ditaduras tardias.

⁹ Informação adicional em <http://www.prove.com.pt/www/> Acesso em Abril 2019

¹⁰ Informação adicional em <https://www.re-food.org/pt>. Acesso em Abril 2019

presa à perspetiva social, i.e., mitigação da pobreza. Consequentemente, a AU não é valorizada na sua vertente económica, fator chave na configuração de um SA que contribua para o desenvolvimento económico do seu território e que lhe confira sustentabilidade a longo prazo.

3. POTENCIAR O DESENVOLVIMENTO DE POLÍTICAS ALIMENTARES: LIÇÕES A PARTIR DO CONTEXTO INTERNACIONAL

De acordo com a literatura existente, onde se destacam os trabalhos produzidos pelo IPES – FOOD (2017), a RUAF – ICLEI (2013) e pela Comissão Europeia (Cunto et al., 2017), há um conjunto de fatores facilitadores que potenciam o desenvolvimento de políticas alimentares¹¹, nomeadamente: 1) governança¹² horizontal favorável, e.g. através de um grupo interdepartamental que congregue todas as atividades relacionadas; 2) existência de processos participativos, de modo a garantir que as partes são ouvidas e os conflitos são sanados; 3) terem sido identificadas, mapeadas e avaliadas as iniciativas locais existentes, incluindo as iniciativas da sociedade civil de forma a transformar as melhores práticas em programas e políticas; 4) haver vontade e compromisso político para implementar e institucionalizar as iniciativas; 5) existir financiamento para os desenvolvimento das iniciativas; 6) estar assegurada fluidez e coerência na governança vertical, de modo a evitar eventuais discordâncias entre políticas .

O relatório *Food in Cities* (Cunto et al., 2017) aborda a problemática no contexto Europeu¹³. Este documento reforça os fatores facilitadores listados nas publicações anteriormente citadas e alerta para a existência de um conjunto de fatores inibidores, tais como: 1) não existir integração do tema entre departamentos municipais; 2) falta de clarificação na divisão de competências entre os vários níveis administrativos - autarquias locais, áreas metropolitanas ou associações intermunicipais e governo central; 3) falta de governança multiníveis e coerência política; 4) falta de ligação entre a investigação, a prática e as políticas; finalmente, 5) a

difícil inclusão dos atores críticos do SA, nomeadamente as associações de cidadãos.

3.1 Como facilitar a ligação entre os atores do SA e garantir a inclusão dos atores críticos?

As experiências internacionais fornecem uma possível resposta para a inclusão dos atores críticos no desenvolvimento de políticas alimentares. Na cidade de Knoxville, Estados Unidos (Harper et al., 2009) um grupo de atores do SA fundou em 1982 o primeiro Conselho Alimentar¹⁴ - CA mundial. A estrutura e funcionamento de cada CA são contexto dependentes, mas genericamente podemos entender um CA como:

“Um conjunto organizado de atores que representam a diversidade dos setores envolvidos no sistema alimentar. Este grupo de atores contribui para o desenvolvimento de políticas alimentares através da análise do sistema alimentar existente e da proposta de recomendações” (BFPC, 2018). Idealmente o grupo inclui participantes das cinco etapas do sistema alimentar i.e., produção, consumo, processamento, distribuição e desperdício. Inclui também ativistas na luta contra-a-fome e justiça alimentar, academia, organizações não governamentais, cidadãos, agricultores, vendedores, chefes de cozinha, trabalhadores e representantes dos setores de processamento e da distribuição alimentar (Harper et al., 2009).

De acordo com Harper et al. (2009), os CAs exercem quatro funções essenciais ao bom funcionamento dos SAs: servem como fóruns para discussão; facilitam a coordenação entre setores do SA; avaliam e influenciam as políticas; concebem e suportam programas e serviços que respondem às necessidades locais.

Existam atualmente mais de 400 CAs no Canadá e nos Estados Unidos (Sussman and Bassarab, 2017). O CA de Toronto iniciado em 1991 (Forster et al., 2016; Mulligan et al., 2018) foi eleito uma das melhores práticas de governança alimentar mundiais pelo Pacto de Milão, no conjunto dos 30 CAs ativos nas 180 cidades signatárias do Pacto. A coordenação do CA,

¹¹ Ver definição de Política Pública na Introdução deste texto.

¹²De acordo com o Dicionário Porto Editora entende-se por Governança “forma de governar baseada no equilíbrio entre o Estado, a sociedade civil e o mercado, ao nível local, nacional e internacional”. Embora ténue existe uma clara distinção em relação ao uso da palavra governação, entendida como o ato ou poder de

governar (através do) exercício dos poderes de administração e orientação dos diversos setores de um Estado.

¹³ Tendo Lisboa como um dos cinco estudos de caso.

¹⁴ Em Inglês *Food Policy Council*. Nossa tradução livre para Português como Conselho Alimentar - CA.

composto por 30 membros¹⁵, é realizada por um funcionário da cidade de Toronto que preside o CA de modo independente. Fitzgerald and Morgan (2014) classifica o CA de Toronto como de afiliação mista, porque resulta de um processo de articulação entre a sociedade civil e a administração local, em contraste com os CAs que resultam exclusivamente de iniciativas da sociedade civil ou governamentais.

Resumindo, os CAs são instrumentais para o desenvolvimento de políticas alimentares porque representam um modelo de governança horizontal e intersectorial, facilitam os processos participativos, colaboram no mapeamento das iniciativas existentes e fomentam a transformação das melhores práticas em programas e políticas. No entanto, embora os CAs se tenham tornado relativamente comuns nos Estados Unidos e Canadá a sua continuidade no tempo permanece um desafio pela falta de suporte financeiro, dificuldade em manter o interesse e o envolvimento dos membros em permanência, e difícil representação de todos os atores do SA. (Fitzgerald and Morgan, 2014; Sussman and Bassarab, 2017). Em síntese, a resiliência dos CAs, depende de um equilíbrio entre a capacidade interventiva da sociedade civil e a existência de vontade e compromisso político, que assegure fluidez, coerência governamental, e financiamento.

4. A participação da sociedade civil no fortalecimento dos Sistemas Alimentares

A identificação e a defesa de causas públicas são funções habitualmente exercidas pela sociedade civil, aqui entendida como:

“Um conjunto vasto de organizações não-governamentais e sem fins lucrativos, que expressam os interesses e valores dos seus membros ou das comunidades onde se integram, baseados em princípios éticos, culturais, políticos, religiosos e filantrópicos (...) que integra um vasto conjunto de organizações: grupos comunitários; organizações não governamentais; associações de trabalhadores; grupos indígenas;

organizações de caridade; organizações baseadas na fé; associações profissionais e fundações” (European Center for Not-for-profit Law, 2016).

A cidade de Toronto ilustra o contributo da sociedade civil para a construção de um SA robusto, através da participação da sociedade civil simultaneamente no CA e na viabilização dos projetos previstos na Estratégia Alimentar da cidade (Toronto Public Health, 2018). A afirmação pode ser ilustrada pela ONG *FoodShare*¹⁶ (FoodShare, 2018) fundada nos anos 80 do século XX. Esta ONG é parceira da cidade na implementação da Estratégia Alimentar e participa no CA de Toronto. Como parceira da cidade é responsável por várias iniciativas, onde se inclui o projeto piloto *Mobile Good - Food Market* (figura 1), um camião que percorre as zonas mais desfavorecidas garantindo produtos hortícolas frescos às populações carenciadas (“Mobile Good Food Markets” 2018). Outro exemplo, a ONG local *StopCommunity*¹⁷ (The Stop, 2018) administra os mercados urbanos, como o *Toronto StopMarket* (figura 2) onde produtores locais abastecem os consumidores urbanos, coordena um conjunto de iniciativas relacionadas com a AU e a Alimentação, e simultaneamente participa no CA.

O princípio aplica-se igualmente na cidade de Paris. O município de Paris estabeleceu como meta política alcançar 100 hectares verdes até 2020 (*Objectif 100 hectares*)¹⁸, dos quais 30 hectares dedicados à AU. No âmbito desta meta a *Aeromate*¹⁹ (figura 3) produz hortícolas no telhado do centro da saúde dos funcionários da rede ferroviária Francesa. O acesso ao espaço foi viabilizado pelo programa *Parisculteurs*²⁰, contudo o *business plan* e o financiamento são da responsabilidade do empreendedor, i.e., da sociedade civil. A *Ville Fertile*²¹ – no Parque de Vincennes (figura 4) é outro espaço disponibilizado pela autarquia de Paris para cultivo de produtos hortícolas, o qual é gerido pela sociedade civil. O grupo que administra a iniciativa encarrega-se semanalmente de abrir o espaço a vistas da população, e a organizar a venda dos produtos hortícolas.

¹⁵ Em Toronto os membros do CA não podem exercer mais do que 2 mandatos, em que cada mandato corresponde a 4 anos. No entanto, cada CA define as suas regras de funcionamento.

¹⁶ Informação adicional em <https://foodshare.net/>. Acesso em Abril 2019

¹⁷ Informação adicional em <https://www.thestop.org/>. Acesso em Abril 2019

¹⁸ Informação adicional em <http://www.parisculteurs.paris/fr/charte-100-hectares/>. Acesso em Abril 2019

¹⁹ Informação adicional em <https://aeromate.fr/>. Acesso em Abril 2019

²⁰ O programa *Parisculteurs* integra um conjunto de ações destinadas a cumprir o Objetivo 100 Hectares. Ver link: <http://www.parisculteurs.paris/>. Acesso em Abril 2019

²¹ Informação adicional em <http://www.vilefertile.paris/>. Acesso em Abril 2019

Figuras 1 e 2 - Mobile good - food market e Stopmarket (Toronto, Canada)



Créditos: Autor (2018)

Figuras 3 e 4 - Aeromate e Ville Fertile (Paris, França)



Créditos: Autor (2018)

Toronto e Paris são dois exemplos paradigmáticos do contributo da sociedade civil para o fortalecimento dos SAs, seja como empreendedores ou como ativistas nos CAs. Há um conjunto de fatores que ajudam a explicar este contexto, e que serão analisados na sessão seguinte.

4.1. A sociedade civil Portuguesa numa perspetiva comparada

O estudo “O setor não lucrativo Português numa perspetiva comparada” (Franco et al., 2008) demonstra que a percentagem da população ativa em organizações da sociedade civil em Portugal (terceiro setor) é inferior à média dos 38 países da amostra²². Valores de 2008 revelam que na Holanda 14,4% da população ativa trabalhava no terceiro setor (corresponde ao valor mais elevado do conjunto dos 38 países da

amostra), no Canadá este valor corresponde a 11,1%, e na França a 7,6%. O valor médio nos países desenvolvidos era de 7,6%. Em Portugal 4,0% da população ativa trabalhava no terceiro setor no mesmo período, o que revela a escassa representatividade do setor. Mais, refere Franco et al (2008), o sector enfrentava dois grandes desafios, a escassez de financiamento, sendo a aposta na diversificação de fontes identificada como fundamental à sua sobrevivência, e a limitada competência na área, notavelmente falta de trabalhadores qualificados em gestão e marketing.

O relatório “*Europeans’s Engagement in Participatory Democracy*” (TNS Political & Social, 2013) demonstra que o nível de confiança da sociedade civil Portuguesa - PT em relação aos atores do SA é inferior à média da União Europeia – UE, e.g.: organizações de

²² Países que participaram no estudo: Holanda, Canadá, Bélgica, Irlanda, Estados Unidos, Reino Unido, Israel, França, Noruega, Suécia, Austrália, Alemanha, Finlândia, Áustria, Argentina, Espanha, Japão, Portugal, Itália, África do Sul, Egito, Peru, República

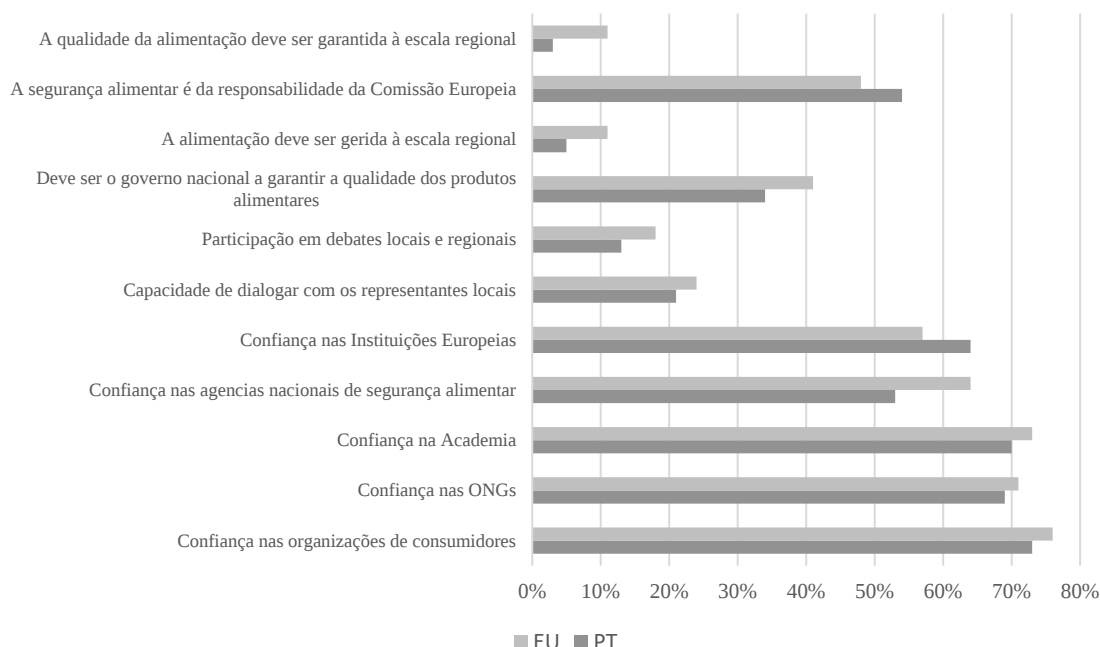
da Coreia, Colômbia, Uganda, Quênia, Tanzânia, República Checa, Filipinas, Brasil Marrocos, Índia, Hungria, Paquistão, Eslováquia, Polónia, Roménia, México.

consumidores (PT 73% vs. UE 76%); ONGs, (PT 69% vs. UE 71%); academia (PT 70% vs. UE 73%); agências nacionais de segurança alimentar (PT 53% vs. UE 64%). Porém, a sociedade civil Portuguesa manifesta-se mais confiante nas Instituições Europeias do que a média da UE (PT 64% vs. UE 57%). O mesmo relatório (TNS Political & Social, 2013) revela que a sociedade civil Portuguesa tem dificuldade em dialogar com os seus representantes locais (PT 21% vs. UE 24%) e participar em debates locais e regionais (PT 13% vs. UE 18%).

O relatório “*Opinion & Social: Food – related risks*” (TNS Opinion & Social, 2010) ilustra a fraca mobilização dos Portugueses em relação

às políticas alimentares, e.g.: em Portugal 34% da população considera que deve ser o governo nacional a garantir a boa qualidade dos produtos alimentares, sendo a média da UE de 41%; 5% dos Portugueses opina que o tópico deve ser gerido à escala regional contra 11% de média da UE; 54% dos Portugueses considera que a segurança alimentar é da responsabilidade da Comissão Europeia em oposição à média de 48% da UE; 3% dos Portugueses considera que a boa qualidade dos produtos alimentares deve ser garantida à escala regional, comparativamente à média de 11% da UE. O quadro 1, baseado nos dois relatórios citados, ilustra graficamente as diferenças encontradas.

Quadro 1 – Comparação entre Portugal e a UE relativamente às temáticas da participação e da alimentação



Fonte: *Europeans' Engagement in Participatory Democracy* (2013) e *Opinion & Social: Food – related risks* (2010); Elaboração: Autor (2019)

Em síntese, a sociedade civil Portuguesa apresenta níveis de participação cívica inferior aos seus congéneres Europeus, especialmente no que se refere ao território de proximidade, i.e., diálogo com os seus representantes locais e a participação em debates locais. Estes resultados apontam para uma debilidade da governança local que pode dificultar a implementação de estruturas de diálogo entre a sociedade civil e as autarquias locais, como são exemplo as estruturas dos CAs. Simultaneamente, o nível de confiança entre atores do SA é baixo, o que agudiza essa dificuldade. Finalmente a “excessiva” confiança e dependência da UE pode explicar a

fraca mobilização à escala local relativamente à temática.

5. METODOLOGIA – UM RETRATO A PARTIR DAS AUTARQUIAS LOCAIS

Foram enviados 34 questionários a um conjunto de autarquias locais selecionadas a partir da base de dados fornecida pela Direcção-Geral de Agricultura e Desenvolvimento Local - Divisão da Diversificação da Atividade Agrícola, Formação e Associativismo (DGADR, 2018) e ainda o mapeamento da AU em Portugal

(Delgado, 2017). O questionário era composto por quatro perguntas de resposta aberta. O questionário foi enviado por email em Março de 2018, juntamente com o convite para participação na sessão de trabalho com os peritos da fundação RUAF em Lisboa (Abril de 2018). Foi dirigido aos presidentes das autarquias locais, ou diretamente aos técnicos dos departamentos envolvidos. Foram recebidas até ao dia 15 de Abril de 2018, 17 respostas correspondentes a 15 municípios e uma junta de freguesia. O município de Lisboa preencheu dois questionários provenientes de diferentes pelouros, o Pelouro do Ambiente, Estrutura Verde, Clima e Energia (atual legislatura) e o Pelouro dos Direitos Sociais (anterior legislatura). As respostas foram analisadas e catalogadas por tópicos através de um processo de análise de conteúdo (Richard, 2005, Bardin, 2008). Eventuais divergências ou lacunas entre as respostas e as práticas existentes nas autarquias locais, em resultado das respostas que nos foram enviadas, não foram consideradas na nossa análise por extrapolarem o objetivo deste artigo.

A pergunta 1 pretendia estabelecer o “estado

da arte” da autarquia local. As perguntas 2, 3 e 4 foram direcionadas para a compreensão dos processos, incluindo fatores inibidores e de sucesso.

Pergunta 1 - Quais os projetos / programas de AU ou relacionados com a alimentação (incluindo luta contra o desperdício alimentar) que estão em curso na sua autarquia - permitia caracterizar as práticas existentes (áreas de atividade).

Pergunta 2 - O que queriam aprender (no evento)? – permitia caracterizar as necessidades de aprendizagem manifestadas pelos técnicos municipais (áreas de aprendizagem).

Pergunta 3 - Qual é na sua opinião, a maior dificuldade encontrada no âmbito do desenvolvimento dos projetos / programas de AU e alimentação na sua autarquia? – permitia caracterizar as limitações (áreas de constrangimento).

Pergunta 4 - Razões para o sucesso alcançado - permitia caracterizar os fatores de sucesso (áreas facilitadoras).

O Quadro 2 apresenta uma breve caracterização sociodemográfica das autarquias que responderam ao questionário, a figura 5 ilustra a sua localização territorial.

Quadro 2 – Listagem e caracterização das autarquias locais que responderam ao questionário

Autarquia Local	Até 150 mil ha-	Mais de 150 mil habitantes	Habitantes (2011 ²³)	Localização
1. Lisboa			547.733	Lisboa
2. Cascais			206.479	AML
3. Loures			205.054	AML
4. Amadora			175.136	AML
5. Almada			174.030	AML
6. Seixal			158.269	AML
7. Moita			66.029	AML
8. Palmela			62.831	AML
9. Sesimbra			49.500	AML
10. Alvalade *			31.812	Lisboa
11. Braga			181.494	Região Norte
12. Famalicão			133.832	Região Norte
13. Funchal			111.892	RAM
14. Torres Vedras			79.465	Região Oeste
15. Évora			56.596	Região Sul
16. Montemor o			17.437	Região Sul

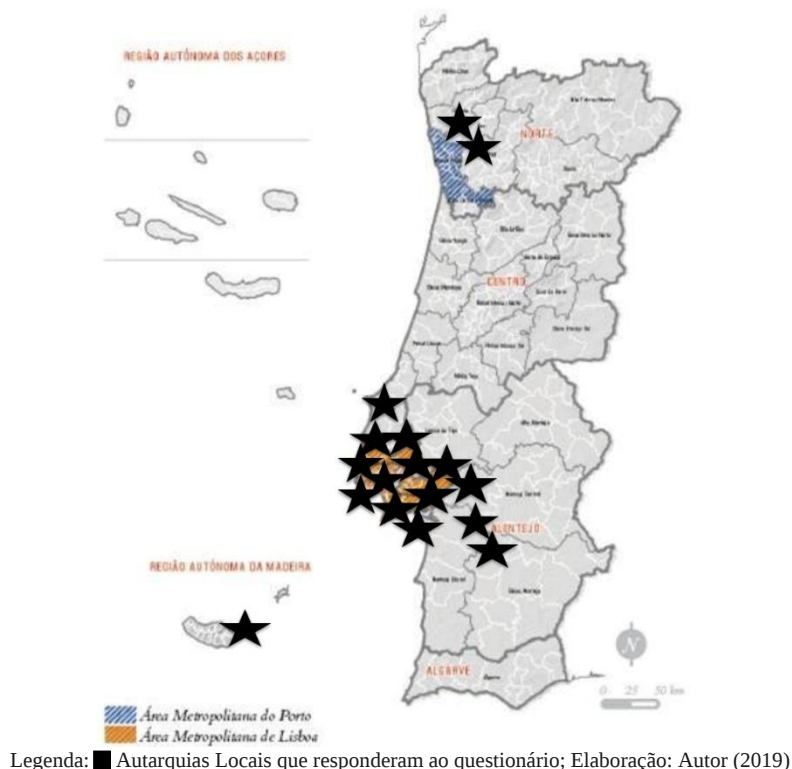
Legenda: AML – Área Metropolitana de Lisboa; RAM – Região Autónoma da Madeira; * Freguesia da cidade de Lisboa; Elaboração: Autor (2019); Fonte: INE (2011)

²³ Fonte: Instituto Nacional de Estatística – INE Censo 2011

O município de Lisboa destaca-se como o mais populoso, e único com mais de meio milhão de habitantes. Das 16 autarquias locais (15 municípios e 1 freguesia), sete apresentam uma população superior a 150 mil habitantes, duas localizam-se no intervalo entre 100 mil e 150 mil habitantes, e sete apresentam uma população inferior a 100 mil habitantes. O somatório

da população dos 15 municípios que responderam ao questionário totaliza 2,2 milhões de habitantes,²⁴ e correspondente aproximadamente a 25% da população Portuguesa (10,5 milhões, INE, 2011). Assim, embora não representativa, estamos perante uma amostragem significativa da população nacional.

Figura 5 - Localização das autarquias locais que responderam ao questionário



A figura 5 evidencia a forte representatividade das autarquias da Área Metropolitana de Lisboa - AML, i.e., 10/16 do total das autarquias que responderam ao questionário, estando em linha com a literatura existente. De acordo com Delgado (2017) a AU em Portugal localiza-se essencialmente nas duas áreas metropolitanas, com supremacia da AML.

6. Resultados – As práticas, os constrangimentos, e as aprendizagens

Apresentam-se os resultados correspondentes às quatro perguntas que compunham o questionário.

6.1. Áreas de atividade (pergunta 1):

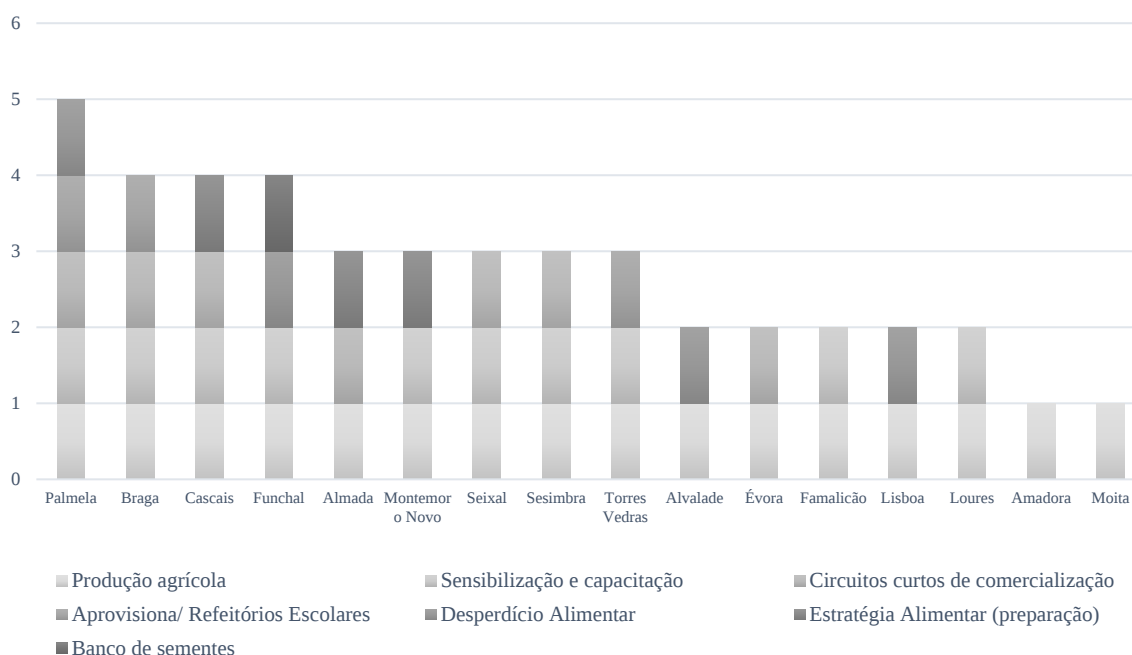
A totalidade das autarquias locais respondeu à primeira pergunta. A catalogação das respostas permitiu observar o seguinte: Produção – dezasseis autarquias locais referiram estar a trabalhar a dimensão produtiva da AU na vertente da produção para consumo próprio, ou pedagógico; Sensibilização e capacitação - dez autarquias referiram estar a desenvolver projetos de sensibilização e capacitação nas vertentes da produção biológica e no âmbito da alimentação saudável; Circuitos curtos de comercialização - sete autarquias referiram estar a apoiar o desenvolvimento de iniciativas de distribuição e venda de produtos hortícolas através de circuitos curtos de comercialização ou mercados de

²⁴ Não contabilizamos a população da freguesia de Alvalade porque está inscrita na população da cidade de Lisboa.

produtores; Desperdício alimentar - cinco autarquias locais (três autarquias e uma junta de freguesia) referiram estar a colaborar com projetos de luta contra o desperdício alimentar; Aproveitamento dos refeitórios escolares - três autarquias mencionaram estar envolvidas em

projetos piloto de aprovisionamento dos refeitórios escolares; Estratégia alimentar - três das dezasseis autarquias locais referiram estar, ou pretender, desenvolver uma estratégia alimentar; Banco de sementes - um município referiu estar a desenvolver um banco de sementes.

Quadro 3 – Síntese das atividades listadas pelas autarquias locais no questionário



Elaboração: Autor (2019)

O quadro 3 ilustra as áreas de atividade listadas por cada uma das 16 autarquias no questionário. Evidenciam-se as iniciativas no âmbito da produção agrícola para consumo próprio e a sensibilização e capacitação. Os resultados estão em concordância com a literatura existente, i.e. destacando a componente produtiva da AU em Portugal (Almeida, 2012; Cancela, 2014; Delgado, 2017; Gonçalves, 2014; Pinto, 2007; Rodrigues, 2012; Santos, 2011; Saraiva, 2011).

6.2. Abordagens multissetoriais e multiatores

No conjunto das dezasseis autarquias locais analisadas, quatro referiram estar a trabalhar entre quatro a cinco áreas simultaneamente. Um conjunto de dez, mencionou estar a trabalhar três a duas áreas de atividade (ver quadro 3). Estes resultados comprovam que, embora incipiente, começa a existir uma abordagem mul-

tissetorial da AU em Portugal. Por outro lado, a referência aos “Circuitos curtos de comercialização” e “Desperdício Alimentar” por parte de algumas autarquias demonstra o reconhecimento das atividades desenvolvidas por outros atores do sistema alimentar no território. Nestas atividades, por norma, o envolvimento das autarquias locais corresponde à cedência de espaço para a realização das atividades. Por exemplo, os espaços de refrigeração, armazenamento e doação do programa RE-FOOD são frequentemente cedidos pelas Juntas de Freguesia ou organizações locais. Em síntese, verifica-se o início de uma visão multissetorial e multiatores.

6.3. Áreas com potencial de aprendizagem (pergunta 2):

Treze autarquias²⁵ responderam à questão. A catalogação das respostas permitiu observar o

²⁵ Três autarquias não especificaram o que queriam aprender.

seguinte: Fontes de financiamento – oito autarquias, o que corresponde a metade da amostragem, queriam aprender sobre fontes de financiamento; Boas - práticas – quatro autarquias manifestaram vontade de aprofundar o conhecimento sobre outras iniciativas; Gestão das hortas urbanas – três autarquias declararam interesse em aprofundar o tema; Economia circular - três autarquias manifestaram interesse em aprender sobre esta temática; Por fim, uma ou duas autarquias locais listaram outras temáticas nomeadamente, ferramentas para trabalhar a sensibilização e capacitação, legislação, formas de dinamização de processos participativos.

6.4. Áreas de constrangimento (pergunta 3):

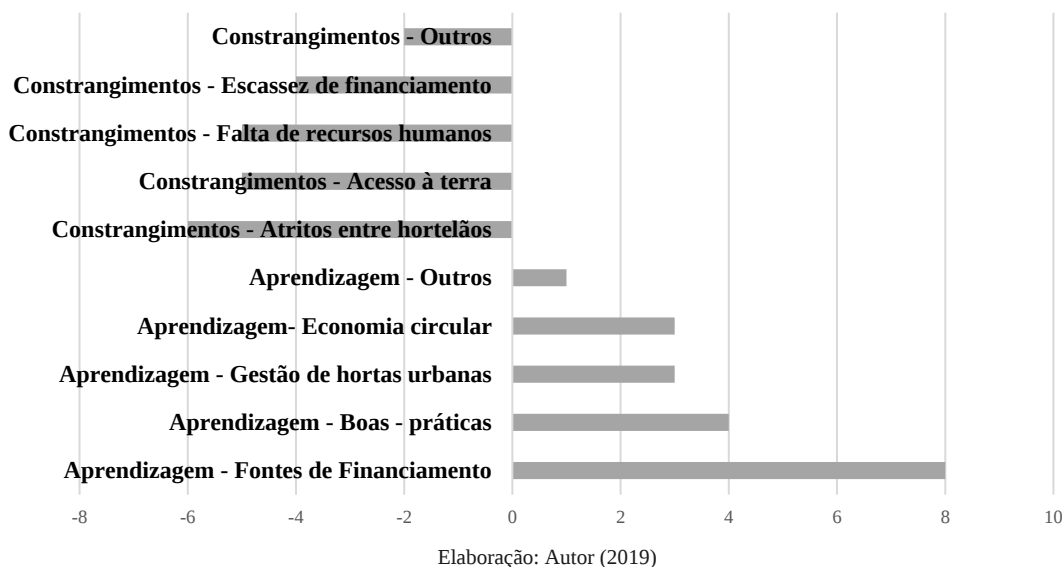
Todas as autarquias responderam à questão. A catalogação das respostas permitiu observar o seguinte: Atritos entre hortelãos – seis autarquias referiram como principal constrangimento a gestão dos conflitos entre hortelãos; Acesso à terra - para cinco autarquias a maior dificuldade corresponde à falta de acesso à terra o que impede a expansão das hortas urbanas municipais; Falta de recursos humanos - o mesmo número de autarquias mencionou a falta de recursos humanos para desenvolver as iniciativas; Escassez de financiamento - quatro autarquias referiram a escassez de financiamento

como constrangimento; Por fim, refira-se um conjunto de áreas avulsas mencionadas por uma ou duas autarquias locais - falta de autonomia por parte das equipas técnicas para dar continuidade aos projetos, reduzida competência das autarquias na matéria, a temática estar fora da agenda política, legislação desadequada ou inexistente, e falta de vontade e sensibilidade dos atores do SA.

6.5. Áreas de aprendizagem e constrangimentos

O quadro 4 agrega as áreas com potencial de aprendizagem e as áreas de constrangimento referidas pelas autarquias locais. Da leitura do quadro destaca-se o financiamento, mencionado por oito autarquias no âmbito das temáticas sobre as quais gostariam de aprender, e por quatro autarquias com área de constrangimento. Este resultado cumulativo demonstra a relevância da temática no contexto nacional, naturalmente como um dos constrangimentos à formulação, implementação e institucionalização de políticas públicas em Portugal. Resulta igualmente evidente que os atritos entre hortelão e a gestão das hortas urbanas são temas relevantes para as autarquias, o que comprova por um lado a hegemonia da atividade - produção para consumo próprio e, por outro lado, a falta de capacitação dos técnicos para gerir conflitos.

Quadro 4 – Síntese das áreas de constrangimento e de aprendizagem mencionadas pelas autarquias locais



Por fim mencione-se como positiva a vontade de aprendizagem manifestada pelos técnicos autárquicos, e.g. aprender sobre outras boas

práticas ou economia circular, etc., o que augura perspectivas importantes no âmbito da capacitação dos atores do SA.

6.5. Áreas facilitadoras (pergunta 4):

Catorze autarquias locais²⁶ responderam à questão. A catalogação das respostas permitiu observar o seguinte: Cinco autarquias, o que corresponde a mais do um terço das respostas, referem cumulativamente quatro fatores facilitadores - existir vontade e dinamismo dos técnicos, bom conhecimento do terreno por parte das equipas municipais, existir articulação entre atores, existir mobilização da sociedade civil; três autarquias apontaram como fatores facilitadores existir uma abordagem sistémica, transversal e integrada, existir sensibilização e capacitação das comunidades. Por fim, duas autarquias destacaram como fatores facilitadores, existir “vontade política” e experiências de “partilha de boas práticas”.

7. DISCUSSÃO – CONTRIBUTOS PARA DESENVOLVER UMA POLÍTICA PÚBLICA ALIMENTAR EM PORTUGAL

Os resultados obtidos ilustram práticas de AU maioritariamente associadas às hortas urbanas com enfoque na produção alimentar para consumo próprio. Este resultado está em concordância com a literatura sobre a temática em Portugal (Cabannes and Raposo, 2013; Delgado, 2017, 2018; Ferreira et al., 2018;

Nova et al., 2018). No quotidiano, os obstáculos vivenciados pelos técnicos municipais correspondem à gestão das hortas, i.e., interação com os hortelãos, e a falta de acesso à terra que impede a expansão das iniciativas similares.

Contudo, existe um potencial de práticas multissetoriais que merece ser sublinhado, i.e., nove das 16 autarquias locais referem estar a trabalhar simultaneamente três temas. Este resultado demonstra que estamos perante uma alteração de paradigma – da visão linear da AU para uma visão da AU como parte do SA. Por outro lado, embora os resultados revelem um limitado reconhecimento das práticas lideradas por outros atores e setores do SA existem iniciativas no terreno, i.e., os programas PROVE, RE-FOOD e os Bancos Alimentares, implementados em 13 das 16 autarquias locais²⁷ da amostragem. Este resultado confirma que as iniciativas existem no terreno, independentemente da ainda frágil ligação entre atores.

7.1. Áreas de constrangimento e facilitadoras – Contributo 1

O quadro 5 descreve o conjunto de fatores facilitadores e inibidores à integração da AU numa política alimentar em Portugal resultante da catalogação das respostas obtidas.

Quadro 5 – Fatores facilitadores e inibidores à mudança de escala – âmbito local

	Facilitador à mudança de escala	Inibidor à mudança de escala
LOCAL - 16 Autarquias locais	- Equipas técnicas comprometidas e interessadas - Bom conhecimento “do terreno” e dos atores de proximidade - Vontade por parte das equipas técnicas em aprender e.g. economia circular, financiamento, etc. - Vontade de conhecer outras práticas nacionais e internacionais - Forte e consistente emergência da AU (vertente produtiva) liderada pelas autarquias locais - Pronúncia de uma visão multissetorial da AU	- Recursos financeiros limitados - Falta de ligação às redes nacionais e internacionais - Enquadramento legislativo pouco favorável - Dificuldade na gestão dos conflitos entre hortelãos - Falta de acesso à terra - Escassez de recursos humanos - Limitada autonomia das equipas técnicas - Reduzida competência das autarquias locais na temática - A temática não estar na agenda política - Falta de vontade e sensibilidade dos atores do SA - Visão tendencialmente setorial e mono-atorial

Elaboração: Autor (2019)

A análise dos fatores facilitadores ilustra um enorme potencial de aprendizagem por parte dos técnicos locais que são comprometidos, interessados e manifestam vontade em alargar o seu conhecimento sobre a o tema. Porém, a leitura dos fatores inibidores evidencia a reduzida capacidade interventiva das equipas técnicas

locais, presas a modelos de governança verticalizada e em silos. Isto significa que uma política pública facilitadora será tão mais assertiva quanto transversal, incluindo, mas não exclusivamente, a capacitação dos técnicos e dos políticos locais.

²⁶ Dois autarquias alegaram não ter elementos suficientes para o fazer

²⁷ Com exceção de três autarquias - Amadora, Funchal e Famalicão)

O quadro 6 ilustra outros fatores facilitadores e inibidores à mudança de escala numa perspetiva nacional. A listagem agrega a contextualização nacional efetuada na primeira parte deste artigo. Sobressaem um conjunto de fatores favoráveis, tais como os programas e estratégias que estão a ser desenvolvidas pelo Ministério da

Educação, Ministério da Saúde e Ministério da Agricultura, Florestas e Desenvolvimento Rural, (XIII Legislatura), entre outros. Evidencia-se um cenário favorável à mudança de escala por parte do setor público e da administração local, mas também da sociedade civil que é um agente fundamental no fortalecimento dos SAs.

Quadro 6 – Fatores facilitadores e inibidores à mudança de escala – âmbito nacional

		Facilitador da mudança de escala	Inibidores da mudança de escala
Externos - Nacional	Governo central e local	- Programas e estratégias nacionais no âmbito da alimentação saudável, biológica, desperdício alimentar, agricultura familiar, etc. - Empenho do Ministério da Educação e da Saúde no desenvolvimento de projetos locais de alimentação saudável - Pronúncio de uma nova política científica próxima dos desafios sociais - Existir um Conselho Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional - Estar em preparação a Lei de Bases do Direito Humano à Alimentação e Nutrição Adequadas - Interesse em fazer parte das redes internacionais, e.g. Pacto de Milão, CityFood network e BioRegiões	- Limitada sensibilidade e comprometimento político, em resultado da associação da temática à agricultura rural, ou mitigação da pobreza em período de crise, etc. - Visão sectorial e mono-atoral da AU - Não existir uma estrutura horizontal de governança favorável, seja interdepartamental ou multi-atores e multissetoriais. - Escassez de processos participativos que possam minimizar conflitos. - Falta de clarificação na divisão de competências entre os vários níveis administrativos - Falta de governança multiníveis e coerência política - Forte dependência das políticas Europeias - Falta de acesso à terra maioritariamente privada. - Escassa capacidade financeira - Reduzida ligação às redes internacionais, o que dificulta a aprendizagem coletiva e o acesso a fontes de financiamento
	Sociedade Civil	- Emergência de iniciativas, por parte do terceiro setor - Vontade de partilhar informação e boas práticas por parte dos atores do SA - Forte sensibilidade para os circuitos curtos de comercialização e manutenção de uma agricultura de proximidade - Existirem lideranças no terreno com potencial para dinamizar os processos - Haver sensibilidade para a temática das alterações climáticas	- Sociedade civil frágil com um nível de empreendedorismo ainda reduzido - Um terceiro setor pouco representativo em relação à população ativa - Reduzida confiança entre os atores do SA - Pouca confiança na governança de proximidade - Falta de cultura de rede entre atores - Falta de capacitação dos atores - Falta de escala, e.g. muitas iniciativas atomizadas, dificultando a construção de massa crítica - Dominância da visão sectorial da AU - Limitado acesso à terra, maioritariamente privada

Elaboração: Autor (2019)

A análise dos fatores inibidores evidencia como fator crítico - uma sociedade civil pouco empoderada, pouco participativa, com falta de cultura de rede e descrente nas instâncias governamentais de proximidade.

Estes resultados são importantes porque reforçam o nosso entendimento de que as políticas alimentares devem priorizar: 1) o processo de capacitação dos atores do SA, com especial destaque para a sociedade civil e os decisores políticos; 2) a ligação entre atores do SA através de CAs, abertos a toda a comunidade incluindo as iniciativas e movimentos da sociedade civil.

7.2. Estratégias para acelerar a mudança de escala – Contributo 2

As lições aprendidas a partir das boas práticas internacionais demonstram que um SA vibrante resulta de iniciativas multi-atores e multissectoriais, e simultaneamente uma política facilitadora, seja esta uma estratégia alimentar, e.g. *Toronto Food Strategy* (Toronto Public Health, 2018) ou um programa como o *Paris-culteur*, em Paris. Contudo, os atores responsáveis por dar corpo a estas políticas emergem da sociedade civil. São agentes da mudança que

pertencem a redes como os CAs (Toronto) ou a *Association Française d'Agriculture Urbaine Professionnelle* (AFAUP, 2018)²⁸ (Paris). Representam a sociedade civil, mas são também profissionais extremamente capacitados, empreendedores e habituados a uma cultura de rede que interage de forma fluida com o setor social, a administração local, o setor privado e a academia.

Como garantir a capacitação dos atores do SA? Em Toronto, a *Ryerson University* fundou em 1994 o *Centre for Studies in Food Security*²⁹ (Ryerson University, 2018) que promove a segurança alimentar através da investigação, disseminação, educação, profissionalização e trabalho com as comunidades. O *Centre for Studies in Food Security* engloba um telhado produtivo onde são cultivados produtos hortícolas vendidos em cabazes à população e no mercado de rua da universidade (Ryerson University, 2018). Em Paris, o *Institut National de la Recherche Agronomique*³⁰, foi pioneiro na experimentação de telhados produtivos, e foi também o embrião da AFAUP (AFAUP, 2018), à data a única associação de AU na Europa.

O que está a acontecer em Portugal? Existe um esforço significativo do Ministério da Ciência Tecnologia e Ensino Superior para conjugar as capacidades e os interesses da comunidade científica com as necessidades dos cidadãos, das empresas, e das organizações civis (FCT and Ciência Viva, 2018). Uma estratégia em concordância com as linhas internacionais, que irá contribuir, admite-se, para que a breve prazo a academia Portuguesa seja um ator instrumental na ligação e capacitação dos atores do SA.

8. CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

Retomando as perguntas de pesquisa: Existe em Portugal uma conjuntura propícia à formulação, implementação e institucionalização de políticas alimentares? E de que modo as práticas de Agricultura Urbana existentes podem potenciar este processo? O quadro atual evidência um conjunto de constrangimentos, nomeadamente: 1) o diálogo entre a sociedade civil Portuguesa e os seus representantes locais é reduzida (TNS

Political & Social, 2013); 2) o nível de confiança entre atores do SA é diminuto (TNS Political & Social, 2013); 3) há falta de ligação entre a investigação, a prática e as políticas (Cunto et al., 2017); 4) é difícil estabelecer parcerias entre os atores críticos do SA (Cunto et al., 2017); 5) o terceiro setor em Portugal é pouco representativo, e com limitada capacitação e falta de financiamento adequado (Franco et al., 2008); 6) os constrangimentos são extensíveis ao governo central e local, ainda pouco comprometido com a temática, pouco habituado a estruturas horizontais de governança e com limitados recursos financeiros.

Contudo, Portugal vive um período extremamente favorável à formulação, implementação e institucionalização de políticas públicas alimentares. Destacamos alguns fatores que confirmam o referido: 1) as práticas de AU desenvolvidas pelas autarquias locais Portuguesas pronunciam uma visão sistémica da AU; 2) há um conjunto fértil de iniciativas de AU no terreno lideradas por diferentes atores e representativas dos diferentes setores, que complementam as práticas de AU desenvolvidas pelas autarquias locais; 3) as equipas técnicas municipais são comprometidas e interessadas na temática e fundamentalmente estão disponíveis para aprender e partilhar conhecimento; 4) existem estratégias e planos nacionais, nomeadamente no âmbito da Alimentação Saudável, da Agricultura Biológica ou o Estatuto da Agricultura Familiar, o que demonstra que a temática emerge como parte da agenda política nacional; 5) a academia está sensível à urgência de trabalhar com e para a sociedade civil, em resultado da nova política científica nacional (FCT and Ciência Viva, 2018); 6) estão a emergir iniciativas de fortalecimento e capacitação dos atores implicados na sustentabilidade dos SAs, numa perspetiva multissetorial e multi-atores, como a plataforma nacional Alimentar Cidades Sustentáveis³¹.

Comprova-se igualmente o nosso argumento - os exemplos empíricos das cidades de Toronto e Paris e a forte presença e capacitação do terceiro setor no Canadá e na França, comparativamente à realidade Portuguesa (Franco et al., 2008) levam-nos a concluir que a sociedade civil desempenha um papel fundamental,

²⁸ Informação adicional em <http://www.afaup.org/>. Acesso em Abril 2019

²⁹ Informação adicional em <https://www.ryerson.ca/foodsecurity/>. Acesso em Abril 2019

³⁰ Informação adicional em <http://www.inra.fr/>. Acesso em Abril 2019

³¹ Ver <http://bit.ly/AlimentarCidadesSustentaveis> . Acesso em Maio 2019.

complementar aos governos e autarquias locais, na resposta aos desafios do desenvolvimento sustentável das sociedades em transição, não obstante o contributo dos restantes fatores facilitadores evidenciados pela literatura existente (Cunto et al., 2017; IPES-FOOD, 2017; RUAF-ICLEI, 2013).

Em conclusão, os resultados são suficientes para afirmar que existe uma conjuntura favorável que deve ser encarado como uma oportunidade para a formulação, implementação e institucionalização de políticas alimentares em Portugal, à escala local e nacional. Contudo há que cumulativamente empoderar a sociedade civil para que esta seja proactiva no processo. Para o fazer, com base nos dois estudos de caso internacionais apresentados, defendemos a centralidade da academia. Assim, cabe à academia um papel fundamental na capacitação dos atores do sistema alimentar nos temas facilitadoras listadas, no capítulo 2, deste artigo i.e.: a governança horizontal através da sensibilização dos diferentes departamentos que dentro das autarquias trabalham as atividades da agricultura e da

alimentação; os processos participativos, nomeadamente como instrumento de resolução dos conflitos quotidianos entre hortelãos, mencionados pelos técnicos municipais; a identificação e mapeamento das iniciativas locais existentes desenvolvidas por outros atores, onde se inclui a sociedade civil, de forma a alargar a compreensão do SA para além das iniciativas coordenadas pelas autarquias locais; formação direcionada ao acesso a fontes de financiamento nacionais e internacionais, essenciais para garantir a sustentabilidade a curto e médio prazo das iniciativas.

Por último, será também uma das funções da academia, facilitar a constituição de CAs, no seio das autarquias locais, fomentando a inclusão dos atores críticos do Sistema Alimentar numa ótica de colaboração entre a investigação, o poder político e a sociedade civil, capaz de contribuir para o desenvolvimento de políticas alimentares através da análise do sistema alimentar existente e da proposta de recomendações suportadas no território.

REFERENCIAS

AFAUP, 2018. AFAUP – Association Française d’Agriculture Urbaine Professionnelle. URL <http://www.afaup.org/> (acedido em Novembro 2018).

Almeida, T., 2012. Horticultura Social no Estabelecimento Regional de Setúbal. Revista da Associação Portuguesa de Horticultura. N. 110, 39–42.

BFPC, B., 2018. Bristol Food Policy Council - Bristol Good Food. Bristol Food Policy Council. URL <https://bristolfoodpolicycouncil.org/about/> (acedido em Novembro 2018).

Bardin, L., 2008. Análise de Conteúdo. Edições 70. Lisboa. Portugal

Cabannes, Y., Marocchino, C., Fonseca, J., 2017. City Region, Food Systems as Human - Centered Planning. ISOCARP 13, 75–83.

Cabannes, Y., Raposo, I., 2013. Peri-urban agriculture, social inclusion of migrant population and Right to the City. City Analysis of Urban Trends, Culture, Theory, Policy, Action. 17:2, 235–250.

Cancela, J., 2014. A agricultura urbana na operacionalização da estrutura ecológica municipal. O estudo de caso do Parque Agrícola da Alta de Lisboa. Tese de Doutoramento não publicada. Faculdade de Arquitetura da

Universidade de Lisboa.

CNCDA, 2017. Estratégia Nacional e Plano de Ação de Combate ao Desperdício Alimentar. Portugal. URL <http://www.gpp.pt/imagens/MaisGPP/Iniciativas/CNCDA/ENCDA.pdf> (acedido em Maio 2019).

Cunto, A. de, Tegoni, C., Sonnino, R., Michel, C., Lajili-Djala, F., 2017. Food in Cities: study on innovation for a sustainable and healthy production, delivery, and consumption of food in cities. European Commission. URL https://ec.europa.eu/research/openvision/pdf/rise/food_in_cities.pdf (acedido em Maio 2019).

Delgado, C., 2018. Contrasting practices and perceptions of urban agriculture in Portugal. International Journal of Urban Sustainability and Development. 10, 170–185. URL <https://doi.org/10.1080/19463138.2018.1481069> (acedido em Maio 2019)

Delgado, C., 2017. Mapping urban agriculture in Portugal: Lessons from practice and their relevance for European post-crisis contexts. Moravian Geographical Reports. 3, 139–153.

DGADR, 2018. Rede Rural Nacional - Rede Rural Nacional. URL <http://www.rederural.gov.pt/> (acedido em Novembro 2018).

DGT, 2016. Relatório Nacional Habitat III. Lisboa. Portugal URL http://habitatiii.dgterritorio.pt/sites/default/files/UN_HabitatIII_RelatorioNacional_Consulta_Publica.pdf (acedido em Maio 2019)

European Center for Not-for-profit Law, 2016. Civil participation in decision-making processes. An overview of Standards and Practices in Council of Europe Member States. URL <https://rm.coe.int/civil-participation-in-decision-making-processes-an-overview-of-standa/1680701801> (acedido em Maio 2019)

FBA, 2018. Quem Somos [WWW Document]. Federação dos Bancos Alimentares. URL [/quem-somos/](http://quem-somos/) (acedido Dezembro 2018).

FCT, Ciência Viva, 2018. Mais Ciência, Melhor Sociedade. URL https://www.fct.pt/noticias/index.phtml.pt?id=378&/2018/10/Mais_Ci%C3%Aancia,_Melhor_Sociedade (acedido em Maio 2019)

Ferreira, A., Guilherme, R., Ferreira, C., Oliveira, M. de, 2018. Urban agriculture, a tool towards more resilient urban communities? Current Opinion in Environmental Science & Health, V. 5, 93–97. <https://doi.org/10.1016/j.coesh.2018.06.004>

Ferreira, P., 2018. Segurança Alimentar e Nutricional e Desenvolvimento. Portugal. URL http://www.fecong.org/pdf/publicacoes/Estudo_Seguranca_Alimentar.pdf (acedido em Maio 2019)

Fitzgerald, N., Morgan, K., 2014. A Food Policy Council Guide for Extension Professionals. Journal of Extension - Sharing Knowledge, Enriching Extension. 52. URL <https://joe.org/joe/2014april/a6.php> (acedido em Maio 2019)

FoodShare, 2018. FoodShare [WWW Document]. FoodShare. URL <https://foodshare.net/> (acedido em Novembro 2018).

Forster, T., Egal, F., Renting, H., Dubbeling, M., 2016. Milan Urban Food Policy Pact. Selected Good Practices from Cities. URL https://www.ruaf.org/sites/default/files/MUFPP_SelectedGoodPractices-fromCities.pdf (acedido Maio 2019)

Franco, R.C., Sokolowski, Hairel, Salamon, 2008. O sector não lucrativo português numa perspectiva comparada, Universidade Católica Portuguesa e Johns Hopkins University. URL https://www.akdn.org/sites/akdn/files/Publications/2008_portugal_nonprofitsector.pdf (acedido Maio 2019)

FRUTA FEIA CRL, 2017. Fruta Feia I Gente Bonita Come Fruta Feia [WWW Document].

Gonçalves, R., 2014. Hortas Urbanas: Estudo de Caso de Lisboa. Tese de Mestrado não publicada. Instituto Superior de Agronomia da Universidade de Lisboa.

Harper, A., Annie Shattuck, Eric Holt-Giménez, Alison Alkon, Frances Lambrick, 2009. Food Policy Councils: Lessons Learned. Food First, Oklands, Canada. Institute for Food and Development Policy.

IPES-FOOD, 2017. What makes urban food policy happen? Insights from five case studies. URL http://www.ipes-food.org/_img/upload/files/Cities_execsummary.pdf (acedido em Maio 2019)

Lança, S., 2011. Congresso internacional agricultura urbana e sustentabilidade - Conteúdos para a promoção do encontro, in: Câmara Municipal do Seixal (Ed.), . Presented at the Congresso internacional agricultura urbana e sustentabilidade, Câmara Municipal do Seixal, p. 242.

Mobile Good Food Markets, 2018. FoodShare. URL <https://foodshare.net/program/mobile/> (acedido em Maio 2019).

Mougeot, L., 2000. Urban agriculture: Definition, presence, potential and risks. International Development Report. Cities Feeding People Series. N. 31. URL <https://idl-bnc-idrc.dspacedirect.org/bitstream/handle/10625/26429/117785.pdf?sequence=12> (acedido em Maio 2019)

MUFPP, 2015. Milan Urban Food Policy Pact - Glossary [WWW Document]. URL <http://www.milanurbanfoodpolicypact.org/glossary/> (acedido em Maio 2019)

Mulligan, K., Archbold, J., Baker, L.E., Elton, S., Cole, D.C., 2018. Toronto Municipal Staff and Policy-makers' Views on Urban Agriculture and Health. Journal of Agriculture Food Systems and Community Development. 8, 133–156. <https://doi.org/10.5304/jaf-scd.2018.08B.001>

Nova, P., Pinto, E., Chaves, B., Silva, M., 2018. Growing Health and Quality of Life: Benefits of Urban Organic Community Gardens. Journal of Nutrition Health and Food Sciences. 6, 1–7. <https://doi.org/10.15226/jnhfs.2018.001124>

Paarlberg, R., 2013. Food Politics: What Everyone Needs to Know, Second Edition. ed, What Everyone Needs to Know. Oxford University Press, Oxford, New York.

Pinto, R., 2007. Hortas Urbanas: Espaços para o Desenvolvimento Sustentável de Braga. Tese de Mestrado não publicada. Universidade do Minho - Escola de Engenharia.

PROVE, 2017. PROVE - Promover e vender [WWW Document].

RE - FOOD, 2017. Re-Food - Organização de Apoio Social [WWW Document].

Richard, L., 2005. Handling Qualitative Data: A practical guide. Thousand Oaks, CA, US: Sage Publications, Inc.

Rodrigues, S., 2012. Um modelo para a implementação de redes de hortas urbanas. Tese de Mestrado não publicada. Instituto Politécnico de Viana do Castelo.

RUAF-ICLEI, 2013. Cityfood: Linking cities on urban agriculture and urban food systems. URL http://resilient-cities.iclei.org/fileadmin/sites/resilient-cities/files/Full_papers/RUFS_2013_CITYFOOD_12pages_FINAL_hq.pdf (acedido Maio 2019)

Ryerson University, 2018. Centre for Studies in Food Security [WWW Document]. Ryerson Univ. URL <https://www.ryerson.ca/foodsecurity/> (acedido Dezembro 2018).

Santos, F., 2011. Hortas Urbanas de iniciativa comunitária - Participação e Desenvolvimento: dois casos de estudo. Tese de Mestrado não publicada. ISCTE. Lisboa

Saraiva, R.C., 2011. As Hortas Urbanas na reconfiguração física, social e ambiental de Oeiras. Tese de Mestrado não publicada. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas. Universidade

Nova de Lisboa.

Seyfang, G., Haxeltine, A., 2012. Growing Grassroots Innovations: Exploring the Role of Community-Based Initiatives in Governing Sustainable Energy Transitions. *Environment and Planning Communities Governance Policy* 30, 381–400. <https://doi.org/10.1068/c10222>

Sussman, L., Bassarab, K., 2017. Food Policy Council Report 2016. URL https://assets.jhsph.edu/clf/mod_clfResource/doc/FPC%20Report%202016_Final.pdf (acedido Maio 2019)

Teixeira, M., 1993. A história urbana em Portugal. *Desenvolvimentos recentes. Análise Social*. XXVIII, 371–390. Lisboa. Portugal

The Stop, 2018. About The Stop. Stop Community Food Cent. URL <http://thestop.org/about-us/about-the-stop/> (acedido em Maio 2019).

TNS Opinion & Social, 2010. Food-related risks. URL http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/archives/ebs/ebs_354_en.pdf (acedido em Maio 2019)

TNS Political & Social, 2013. European' Engagement in Participatory Democracy. URL http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/flash/fl_373_en.pdf (acedido em Maio 2019)

Toronto Public Health, 2018. Toronto Food Strategy 2018 Report. URL <https://www.toronto.ca/legdocs/mmis/2018/hl/bgrd/back-groundfile-118079.pdf> (acedido em Maio 2019)

Desenvolvimento Sustentável em Moçambique 2001-2014: Evolução ou Retrocesso¹

Sustainable Development in Mozambique 2001-2014: Evulution or Throwback

Martinho Julião Maxilhaieie

martinhomachaieie@gmail.com

Assistente Estagiário no Departamento de Ciências de Terra e Ambiente, Universidade Rovuma –
Cabo Delgado, Moçambique

Ima Célia Guimarães Vieira

ima@museu-goeldi.br

Doutora em Ecologia pela University Of Stirling, Professora na Universidade Federal do Pará (UFPA), Programa de Pós-Graduação em Ciências Ambientais e Pesquisadora titular do Museu Paraense Emilio Goeldi, Belém, PA, Brasil.

Resumo/ Abstract

O objectivo desta pesquisa é analisar os estágios e os avanços para o alcance das metas de Desenvolvimento Sustentável em Moçambique, no período de 2001 a 2014, através da aplicação do Barômetro de Sustentabilidade (BS), método de análise bidimensional, que inclui dois subsistemas, o humano e o ambiental, apartir dos quais são calculados os índices sintéticos, conhecidos por "índice de bem-estar ambiental e humano". O estudo consistiu em levantamento bibliográfico, em que foram selecionados 40 indicadores: 16 sociais, 4 económicos, 5 institucionais e 15 ambientais. Os resultados mostraram que Moçambique está no nível "potencialmente insustentável", em 2014, em comparação com a condição "insustentável, 2001", o que demonstra pouco progresso na obtenção de bem-estar socioeconómico e ambiental. Isto indicia a impossibilidade de atingir as metas dos ODMs definidas até 2015.

The purpose of this research is to analyse the steps and progress towards the goals of Sustainable Development in the Mozambican territory, in the period from 2001 to 2014, through the application of the Sustainability Barometer (SB). The SB is a method of two-dimensional analysis that includes two subsystems, the human and the environmental, and it is from these subsystems that synthetic indices called the "environmental and human welfare index" are calculated. The study consisted of a bibliographical survey, where 40 indicators were selected. From this number, 16 were social indicators, 4 economic, 5 institutional and 15 were environmental indicators. The results revealed that Mozambique is at a "Potentially Unsustainable" level, in 2014, compared to the "unsustainable condition", in 2001, showing little progress in achieving socio-economic and environmental well-being, which indicates the fragility in meeting the MDG targets, set by 2015.

¹ Este Artigo é parte da Dissertação orientada pela Prof.^a Dr^a Ima Célia Guimarães Vieira para obtenção do título de Mestre em Ciências Ambientais pela Universidade Federal do Pará –Brasil, Instituto de Geociência – Programa de Pós-Graduação em Ciências Ambientais, através do convênio CNPq/MCTIC-Mz (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico), em parceria com o Ministério de Ciência e Tecnologia de Moçambique, Museu Paraense Emilio Goeldi e a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária.

Palavras-chave: desenvolvimento sustentável; indicadores de sustentabilidade, Moçambique

Códigos JEL: R580 e R130

Keywords: Sustainable Development; Mozambican Sustainability Indicators

JEL Codes: R580 e R130

1. INTRODUÇÃO

O discurso sobre Desenvolvimento Sustentável (DS) provém de um longo processo histórico de reavaliação crítica da relação existente entre a sociedade civil e seu meio natural. O conceito surge para enfrentar a crise ecológica e responder à necessidade de harmonizar os processos ambientais com os socioeconómicos, maximizando a produção dos ecossistemas para favorecer as necessidades humanas presentes e futuras (Camargo, 2003).

Hoje, falar de desenvolvimento significa melhorar a qualidade de vida através da educação, saúde, liberdade, etc., qualidades, compatíveis com a preservação ambiental. A ênfase na sustentabilidade diz respeito ao esforço político em busca do desenvolvimento futuro (Maria, 2010).

Neste âmbito, pode considerar-se que o projecto do DS ganha destaque com o resultado do Relatório Brundtlan, de 1987, intitulado “*Our Common Future*”. Este documento definia desenvolvimento sustentável como “[...] o encontro das necessidades do presente sem comprometer a sobrevivência das gerações futuras” (McMichael, 1996). O conceito foi ainda reconhecido e consolidado durante a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento, Rio-92. Nesta conferência foram fixadas as bases para o alcance do desenvolvimento sustentável, formalizando direitos e obrigações através da Agenda 21, (Marchand e Tourneau, 2014).

Portanto, uma das recomendações importantes da Conferência Rio-92 foi a realização de esforços para o desenvolvimento de mecanismos que permitam acompanhar os avanços na adoção da Agenda 21. Nesta direcção, e visando oferecer uma perspectiva menos retórica para a discussão, Sachs (2002), Guimarães (1997) e Bellen (2005) chamam a atenção para a necessidade de compreender as dimensões e critérios da sustentabilidade, tais como a sustentabilidade social, cultural, ecológica, ambiental, territorial, económica, e política nacional e internacional.

Segundo os autores, uma das formas de operacionalizar esses critérios é por meio de indica-

dores.

É importante ressaltar que o Capítulo 40 da Agenda 21 (iniciativa proposta na Declaração da Conferência do Rio de Janeiro) recomenda a implementação de indicadores e mecanismos para avaliação do desenvolvimento sustentável. Este capítulo é referente também à “Tomada de Decisões” e menciona a necessidade de melhorar a disponibilidade de informação e a redução da diferença em matéria de dados. Assim, localmente, é necessário conhecer o tipo de informações disponíveis, indicando os estados e as tendências das variáveis sócio-económicas, de degradação dos recursos naturais e de ecossistema (Guimarães e Feichas, 2009).

Sendo um imperativo a operacionalização da Agenda 21, e sob uma visão futurista, questões relacionadas com o DS foram assumidas como agenda pelo Governo Moçambicano. Portanto, umas das prioridades nacionais definidas, no pós-Rio+10 (Johanesburgo - África do sul, 2002) foi a implementação da Agenda 21”, sobre monitorização e acompanhamento das metas dos Objetivos do Desenvolvimento do Milénio (ODM). Estas metas ligadas à paz, segurança e desenvolvimento, congregam áreas do ambiente, dos direitos humanos, da democracia, e da boa governação, que deveriam ser alcançados em 2015 (PNUD:2010).

Foi neste contexto que começaram a aparecer propostas metodológicas mais robustas, com o objectivo de acompanhar a implementação da “Agenda 21”. Uma das propostas de sistemas de indicadores internacionais adoptadas na mensuração de políticas públicas de DS, e promoção de uma visão equilibrada entre aspectos humanos e ecossistémicos é o Barómetro de Sustentabilidade (BS).

O BS foi concebido por R. Prescott-Allen (1997), patrocinado pela União Internacional para Conservação da Natureza (IUCN), em que, em relação ao bem-estar da população e dos ecossistemas (2001), se avaliaram e se compararam 180 países. No *ranking* das avaliações e das comparações, Moçambique ocupou a posição 155, ou seja, com o índice baixo ou insustentável na escala do BS (Prescott, 2001b).

Os números apresentados nesta avaliação evidenciaram níveis muito alto de pobreza,

associados à elevada precariedade no acesso ao bem-estar social em Moçambique em diferentes categorias, como saúde, educação, bens e serviços, renda, emprego, entre outros indicadores (Prescott, 2001b). Este resultado pode ser justificado por um conjunto de factores que influenciaram de forma significativa no desenvolvimento do país, tais como a introdução de novas reformas políticas, económicas e sociais no pós-independência (1975).

Após a instabilidade política que o país viveu, a sociedade moçambicana estava em processo de recuperação com a assinatura do AGP² (1992). Nos anos seguintes, Moçambique foi afectado por uma das mais severas secas e cheias do século 20, tornando a população ainda mais vulnerável (Boom, 2011).

No quadro desta situação, reconhecendo-se o cenário crítico que o país atravessava, e tendo em conta a necessidade de melhorar as condições sócio-económica (dando ênfase à redução da pobreza e à promoção do desenvolvimento económico inclusivo), foi introduzido um conjunto de estratégias a médio e a longo prazos, em 2007, conhecidas por Estratégia Ambiental para o Desenvolvimento Sustentável de Moçambique - EADS-Moç³ (PNUD:2010).

Outro aspecto relevante foi o facto de Moçambique ser alvo de muita procura em recursos naturais, acompanhado por um grau de investimento nacional robusto em capital interno e externo. Este período pode ser descrito como impactante no campo sócio-económico, institucional e ambiental.

Assim sendo, as questões acima descritas remetem-nos para a necessidade de reavaliar os IDS (pelo método do BS) nos dois momentos em comparação: 2001 e 2014, visando analisar os estágios e os avanços rumo ao alcance das metas de DS.

2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

2.1. Desenvolvimento Sustentável e suas dimensões

A transformação do conceito de desenvolvimento, ligado, principalmente, à ideia de

crescimento económico, para a de desenvolvimento sustentável (com a incorporação de diferentes dimensões, como social, institucional, económica e ecológica) evidenciou a necessidade de construir ferramentas que procurassem mensurar adequadamente este processo (Bellen, 2005).

A necessidade de acoplar um conjunto de dimensões para mensurar o DS vem sendo referenciada em vários estudos, embora pouco expressos, devido às ferramentas utilizadas na mensuração do DS, avaliadas como metodologias limitadas na aplicação das dimensões reconhecidas na “Agenda 21”.

Para Sachs (2002), o termo “Desenvolvimento Sustentável” é, muitas vezes, utilizado apenas para expressar sustentabilidade ambiental ou viabilidade económica. Mas existem outras dimensões que devem ser consideradas, como a social, a cultural, a ecológica, a ambiental, a territorial, a económica, a política nacional e a política internacional.

Capra (2002) inclui nesta análise também as dimensões moral e espiritual. A posição de agregar dimensões e indicadores rumo ao acompanhamento do DS foi apoiada e reforçada pelas nações presentes na reunião das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável, realizada no Rio de Janeiro (Rio+10 e 20).

Na Conferência Rio + 10 e 20 ficou confirmado que o progresso de uma sociedade implica necessariamente integrar as quatro ou mais dimensões que constituem prioridade, a saber: desenvolvimento económico, incluindo o fim da extrema pobreza, inclusão social, sustentabilidade ambiental e boa-governança, o que inclui a paz e a segurança às sociedades, (PNUD:2013), como atesta a Figura 1.

Portanto, uma falha numa das áreas (sustentabilidade ambiental ou igualdade de género) pode afectar tanto no progresso das outras quanto na erradicação da pobreza, na governança e na segurança. Isto pode facilmente interferir negativamente no progresso dos objetivos económicos, sociais e ambientais, ou seja, em toda a cadeia de valor.

² AGP -Acordo Geral da Paz em Moçambique, em 1992

³ EADS-Moç – Estratégia Ambiental para o Desenvolvimento Sustentável de Moçambique, bem como o Plano de Acção de Adaptação às Mudanças Climáticas, do Controle e Combate à Erosão de Solos, Queimadas Descontroladas. Foram ainda concluídos o Inventário Florestal Nacional e criou-se a Unidade do

Meio Ambiente, além da elaboração da Estratégia para a Gestão Ambiental no setor de Energia, em que se incorporou uma componente ambiental nos planos de atividades de outros setores governamentais, como a Agricultura, Obras Públicas, Habitação, Saúde, Turismo, Pescas, Energia e Indústria, entre outros (MPD, 2010)

Figura 1. Relações entre Desenvolvimento e Sustentabilidade.



Fonte: adaptado de PNUD (2013)

2.2 Desafios de medir Indicadores de Sustentabilidade no Contexto Internacional

A complexidade do desenvolvimento sustentável requer um sistema elaborado de informações para transformar o conceito abstrato em uma realidade operacional para a tomada de decisão. Os indicadores de sustentabilidade são ferramentas fundamentais nesse processo, elementos importantes para o monitoramento e controle de sistemas complexos (Meadows, 1998).

Estes indicadores subsidiam a forma como a sociedade planifica as suas acções, avalia suas estratégias, e incorpora o processo de aprendizagem e tomada de decisão. Basicamente, são sinais de eventos, informações que apontam as características ou o que está ocorrendo com o sistema, podendo ser uma variável ou uma função de variáveis (Siena, 2002). Acima de tudo, são importantes para comunicar ou informar acerca do progresso em direcção a uma determinada meta, como, por exemplo, o desenvolvimento sustentável. Mas podem ser entendidos também como um recurso que deixa mais compreensível uma tendência ou fenómeno que não seja imediatamente detectável.

A outra propriedade fundamental dos indicadores é a retro-actividade: os indicadores devem provocar reflexões sobre as situações avaliadas, auxiliando na definição de estratégias em diferentes níveis de decisão e, se possível, com participação de diferentes autores da sociedade (Levrel, 2006). Neste âmbito, os indicadores não são e nem devem ser vistos como soluções para todas as dificuldades que envolvem a sustentabilidade, seja na sua avaliação, seja na sua operacionalização.

A este respeito, Fernandes (2004) clarifica que os indicadores cumprem sua função. Estes indicam os caminhos para a avaliação, para a discussão e a para a percepção da sustentabilidade, cabendo a quem os utiliza realizar as demais etapas.

De acordo com Benetti (2006), um indicador é uma ferramenta desenvolvida para obter informações referentes a uma dada realidade, tendo como traço principal a capacidade de sintetizar um conjunto complexo de informações, restando apenas o significado essencial dos aspectos analisados.

Embora representem ferramentas fundamentais para a avaliação de um dado sistema, os indicadores de sustentabilidade apresentam fragilidades referentes ao seu processo de escolha e utilização.

Para constituírem alternativas válidas para descrever a sustentabilidade de uma sociedade, é necessário atentar no seu alcance real e no significado do indicador (Siche *et al.*, 2007). Ademais, a seleção inadequada deste instrumento conduz a um sistema com problemas, por representar ferramenta central do processo decisório (Meadows, 1998). Neste sentido, Veiga (2010) recomenda que a avaliação, mensuração e monitoramento da sustentabilidade sejam embasados em conjuntos bem elaborados de indicadores. Em sua visão, fica muito difícil fundir as dimensões do desenvolvimento sustentável num índice sintético.

2.3 Ferramentas de Mensuração da Sustentabilidade em Moçambique

Desde o final dos anos 90, especificamente, após a Conferência Mundial sobre o Meio

Ambiente e Desenvolvimento, diversos indicadores e índices vêm sendo propostos para substituir o PIB e seus defeitos no cálculo de índice, tentando abordar as diferentes dimensões da sustentabilidade em Moçambique. São metodologias reconhecidas internacionalmente, focadas, basicamente, na análise integrada de sistemas de indicadores, e algumas dessas ferramentas já foram testadas e divulgadas internacionalmente. Índice de Progresso Genuíno, Pegada Ecológica, Painel de Sustentabilidade (PS), Índice de Sustentabilidade Ambiental, Índice de Desempenho Ambiental e Barômetro da Sustentabilidade -BS (Antunes, 2015), são alguns exemplos.

Todas as ferramentas expostas possuem um peso importante na construção dos índices. Estas metodologias apresentam um conjunto de pontos fortes e fracos. Há factores limitantes que influenciam no procedimento do uso do método na vertente de inclusão das dimensões/indicadores, aliando à questão da escala de desempenho no cálculo de índices.

O BS é o método indicado para o presente estudo por ser bastante completo e versátil, apresentando uma arquitetura muito aberta, de fácil percepção tanto para os grupos de interesse quanto para os órgãos decisores.

2.4. A Ferramenta Barômetro da Sustentabilidade

O BS é uma ferramenta desenvolvida a partir de 1997 por especialistas ligados aos Institutos União Internacional para Conservação da Natureza (IUCN) e ao Centro Internacional de Pesquisa para o Desenvolvimento – IDRC, sendo adoptado como método oficial de avaliação de sustentabilidade do IUCN. Tem como seu principal pesquisador e realizador Robert Prescott-Allen que, ao analisar os modelos de medição da sustentabilidade da década de 90, concluiu que a maioria utilizava a monetarização (como a unidade comum) eficiente como denominador comum de medidas referentes ao comércio e ao mercado (Prestes *et al.*, 2012).

Segundo Prescott (1999a), o método de avaliação desenvolvido pelo IUCN preconiza que a sustentabilidade seja uma combinação entre o bem-estar humano e o bem-estar ambiental, em que cada sistema é composto por um conjunto

infinito de elementos (poluição dos rios, enchentes, pobreza, fome, escolaridade, etc.) que, por sua vez, são derivados de diversas dimensões (institucional, económica, água, terra, etc.).

O sistema humano trata da condição na qual todos os membros da sociedade são capazes de determinar, satisfazer as suas necessidades e desfrutar de uma variedade de escolhas. Nesta percepção, o ambiental é definido como uma circunstância em que o ecossistema pode manter a sua diversidade e a qualidade, portanto, a sua capacidade de apoiar as pessoas e as demais formas de vida, o que inclui o potencial de adaptação à mudança (IUCN, 2003).

Neste âmbito, os especialistas ligados a IUCN avançam numa hipótese de que o Desenvolvimento Sustentável se dá a partir da combinação do bem-estar humano com o bem-estar ecológico. Essa hipótese é defendida na metáfora do “Ovo do Bem-Estar”, segundo a qual:

Desenvolvimento sustentável é igual (=) a bem-estar humano mais (+) bem-estar do ecossistema. Assim, como um ovo só é bom se a clara e a gema estão boas, então a sociedade está bem e sustentável somente se as pessoas e os ecossistemas estiverem bem. Ou seja, as pessoas dependem do ecossistema que os rodeia e os apoia, como o branco, “clara”, de um ovo rodeia e apoia a gema. Ao mesmo tempo, um ecossistema saudável não é compensatório se as pessoas forem vítimas da pobreza, miséria, violência ou da opressão. Assim, como um ovo está bom se a gema e a clara estão boas, uma sociedade sustentável necessita que as pessoas e o ecossistema estejam equilibrados⁴.

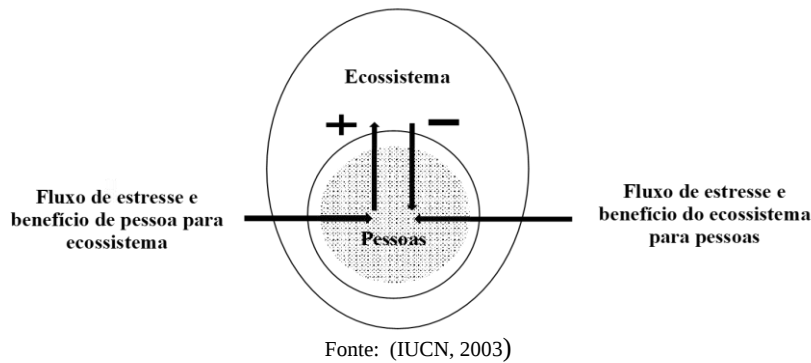
A figura 2 permite visualizar a hipótese colocada pelo grupo de especialistas.

Na figura 2 verifica-se que o método considera o bem-estar humano e o ecossistema como mutuamente importantes. Esta escolha justifica-se porque num sistema com três dimensões, a importância atribuída às pessoas é duas vezes maior que a do ecossistema, por um lado. Por outro, num sistema de quatro dimensões (adoptado pelas Nações Unidas) a importância é três vezes maior (Prescott-Allen, 1999a).

Sobre o mesmo assunto, Siena e Costa (2008) explicam que em outras metodologias são atribuídas importâncias desproporcionais ora para aspectos económicos ora para aspectos ambientais.

⁴ IUCN, 2003 apud PRESTES, GARCÍAS e LIMA (2012: 4).

Figura 2. O Ovo do Bem-Estar, igualdade de tratamento entre pessoas e ecossistema.



Assim, para os formuladores do método, o bem-estar humano é uma condição na qual todos os membros da sociedade são hábeis em escolher e satisfazer suas necessidades e ter uma ampla gama de possibilidades para realizar seu potencial.

De acordo com os autores, o bem-estar do ecossistema é definido como a manutenção das condições da diversidade e da qualidade, conservando sua capacidade de suporte à vida humana e a outros seres e a adaptar-se.

Umas das principais características do BS é a combinação de diferentes indicadores com medidas específicas, utilizadas de forma conjunta e integrada por meio de escalas de desempenho (Kronemberger *et al*, 2008). Para obter uma visão mais clara do conjunto e da direcção em que se move uma sociedade, em termos de interacção meio-ambiente e sociedade, os indicadores devem ser combinados de maneira coerente, sendo o potencial benefício do BS a representação das características que mais revelam o estado geral do sistema, a partir da escolha de indicadores que retratam adequadamente o estado do meio-ambiente e da sociedade (IUCN, 2003).

A escala de *performance* é graduada de 0 (pior desempenho) a 100 pontos (melhor desempenho), variando da faixa considerada insustentável à sustentável. A primeira (“mau”) é classificada entre 0-20 pontos, representada pela cor vermelha. A de 21-40 pontos, considerada quase insustentável (“pobre”), é representada pela cor rosa. A de 41-60 pontos é a faixa intermediária (“médio”), representada pela cor amarelo. 61-80 pontos é a faixa considerada próxima à sustentável (“bom”), representada pela cor azul. A de 81-100 pontos é considerada sustentável (“muito bom” ou excelente), representada pela cor verde.

Uma vez determinado o critério de *performance*, o usuário deverá ajustá-lo especificamente para o desempenho de cada indicador, definindo os vários níveis de distância entre a *performance* ideal e a pior (Prescott, 1999a).

Os valores de *performance* de cada indicador são posteriormente agregados a fim de representar a dimensão com um único valor. Os critérios permitem que as medidas do indicador sejam marcadas numa escala de cinco faixas. Estas faixas correspondem ao BS (Prescott, 2001b).

Assim, o conceito de escala de *performance* é uma das características fundamentais desta ferramenta. É através da combinação dos indicadores que o Barómetro mostra seus resultados por meio de índices. Estes índices são exibidos na ferramenta através de uma *interface* gráfica, procurando facilitar a compreensão e dar um quadro geral do estado do meio-ambiente e da sociedade.

2.5 A aplicação do BS no contexto internacional

O BS foi desenvolvido na perspectiva de medir a sustentabilidade nos países, regiões, municípios ou a nível local. É importante considerar alguns marcos históricos da aplicação da ferramenta no nível global.

Os primeiros registros, em 1994, foram realizados no Centro-Oeste da Índia, região de Dasudi, distrito de Tumkur, no Estado de Karnataka, cujo foco da pesquisa foi a degradação do solo. Uma segunda aplicação foi novamente realizada cinco anos depois, no mesmo local, testando a eficácia das medidas adoptadas a partir dos resultados obtidos em 1995 (Prestes *et al.*, 2012).

Em Julho de 1998, o BS foi aplicado na pro

víncia de Masvingo, no Zimbabwe (África Austral) e teve como ponto de referência alguns temas retirados da Agenda 21: situação da pobreza e conflitos entre sistema de governo moderno e tradicional – uma análise que procurou demonstrar as possibilidades de combinação entre conservação da biodiversidade, bacias hidrográficas e desenvolvimento humano (Prescott-Allen, 2001b).

Após alguns resultados satisfatórios na escala local e regional, a abordagem ganha maior expressão até ao ponto de ser proposta no nível internacional, revelando-se um modelo importante para mensuração de indicadores de desenvolvimento sustentável. Em 2001, enfrentaria assim o seu maior desafio, com a avaliação de diversas nações simultaneamente, uma vez que os estudos pioneiros analisaram somente regiões específicas dentro da nação (Prestes *et al.*,

2012).

Considerado o estudo mais relevante de Prescott-Allen (com a ferramenta até ao momento), o Relatório “Bem-estar das Nações” compara os países em relação à condição de sustentabilidade. O estudo resultou na publicação do livro *O Bem-estar das Nações*, em 2001 (Menezes, 2014), onde foram avaliados 180 países, divididos em 4 continentes e 14 regiões. Nesta pesquisa, foram selecionados 36 indicadores do sistema humano (saúde, população, escolaridade, criminalidade, etc.), e 51 indicadores do sistema ambiental (qualidade da água, erosão do solo, etc.). Os índices gerados sugerem um *ranking* geral das nações em relação ao seu grau de sustentabilidade, no qual Moçambique ocupou a posição 155º entre os 178 países avaliados, de acordo com a tabela 1 (Prescott-Allen, 2001b).

Tabela 1. Resultados do BS aplicado a diferentes países da SADC

Barómetro de Sustentabilidade no Contexto Internacional						
Posição	Países	Índices do Bem-estar das Nações				
		HWI	EWI	ESI	WI	WSI
35	Botswana	34	68	32	51.0	1.06
45	Maurícia	54	44	56	49.0	0.96
75	Namíbia	34	54	46	44.1	0.76
88	Malawi	22	62	38	42.0	0.58
94	Lesoto	24	57	43	40.5	0.56
104	Suazilândia	24	54	46	39.0	0.51
105	Zimbabwe	23	55	45	39.0	39.0
123	Angola	8	67	33	37.0	0.24
124	Madagascar	24	50	50	37.0	0.43
136	África do Sul	43	27	73	35.0	0.59
155	Moçambique	11	55	45	33.0	0.24
161	Comores	20	44	56	32.0	0.3
170	Zâmbia	16	43	57	29.5	0.28

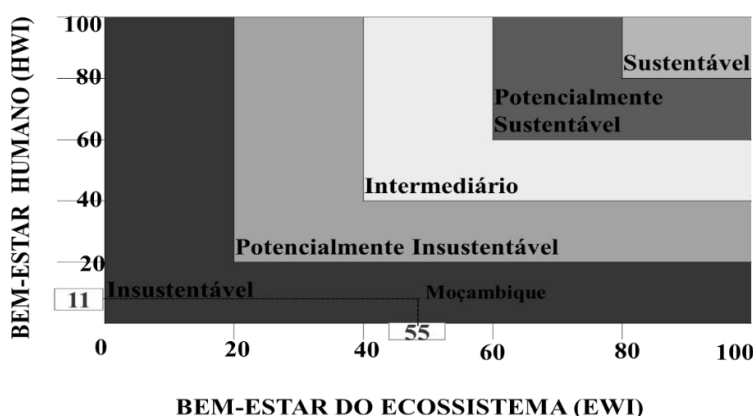
Fonte: Prescott-Allen, 2001b.

No BS aplicado aos países da SADC foi avaliada a *performance* integrando os cinco índices que completam o ciclo da condição de sustentabilidade, definidos pelo sistema onde se integra: Bem-Estar Humano (HWI); Índice do Bem-Estar ecossistêmico (EWI); Estresse Sofrido pelo Ambiente (ESI), Índice Geral de Sustentabilidade (WI). Por fim, foi gerado o Índice de Estresse Ambiental – WSI (Prescott, 1999a).

Quanto ao bem-estar humano (que integra a dimensão sócio-económica e institucional),

com 11 pontos, é considerado uma *performance* insustentável na escala do BS (IUCN, 2003).

Relativamente ao sistema do bem-estar ecossistêmico, a classificação foi bem melhor, atingindo um índice de cinquenta e cinco (55) pontos, uma escala intermediária ou médio na ferramenta do BS. No entanto, a relação feita entre HWI e o ESI possibilitou gerar o Índice Geral de Sustentabilidade (WI), que considera Moçambique um país insustentável ou pobre, que obteve um *ranking* de 33 pontos na avaliação feita, em 2001, pela IUCN (veja-se figura 3).

Figura 3. Apresentação gráfica bidimensional do BS em Moçambique (2001)

Fonte: IUCN, 2001.

Assim, passados treze (13) anos após a avaliação no contexto global feita em 2001, no caso Moçambicano, há que considerar a evolução que o cenário sócio-económico e no âmbito da conservação e preservação ambiental terá sofrido, pelo que urge a necessidade de mensuração dos indicadores de desenvolvimento sustentável através da aplicação do BS, partindo-se da hipótese sugerida no trabalho segundo a qual, no período de 2014, Moçambique alcançaria uma condição mais próxima à sustentabilidade Potencialmente Sustentável ou Intermediária.

Para o presente estudo, o desenvolvimento sustentável consiste na modificação da biosfera e na aplicação de seus recursos, para atender às necessidades humanas e aumentar a qualidade de vida (Sachs, 2002). Isto acontece quando o crescimento económico promove justiça e oportunidades para todos os seres, sem privilégio de algumas espécies, sem destruir os recursos naturais finitos e sem ultrapassar a capacidade de carga do sistema.

3 MATERIAIS E MÉTODOS

3.1. Características da Área de estudo

A avaliação dos IDS foi feita à escala nacional, isto é, no território Moçambicano, localizado no sudeste do continente africano, astronômicamente localizado entre os paralelos 10°27' e 26°56' de Latitude Sul, e entre 30°12' e 40° 51' de Longitude Leste (Figura 4).

Moçambique é banhado a Leste pelo Oceano Índico, a Norte faz fronteira com Tanzânia e, a Noroeste, com o Malawi e a Zâmbia. A Oeste, a fronteira é com Zimbabwe, África do Sul e o Reino de Nswatini (então Reino da Swazilândia) e, a Sul, com a África do Sul (Muchangos, 999).

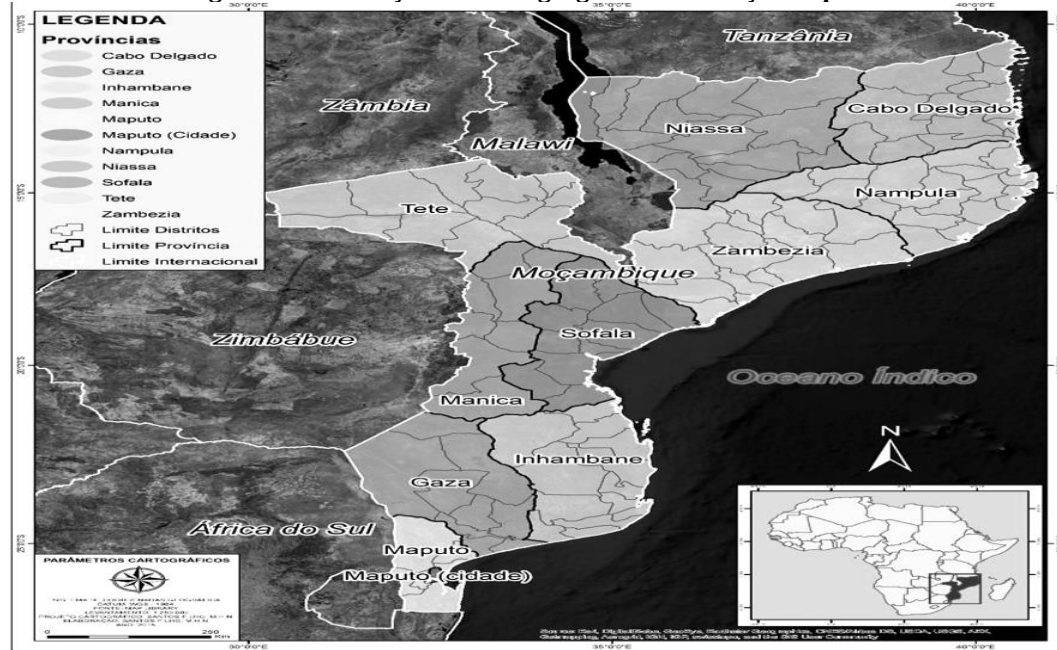
Situado na zona intertropical (hemisfério sul), climatologicamente, Moçambique apresenta uma área de clima tropical, com duas estações: a quente e húmida (Outubro a Março) e a estação fria e seca (Abril a Setembro), como ilustra a figura 4.

Até 1974, O território foi colónia portuguesa, uma parcela administrativa do ultramar (na teoria colonial) sub a égide do Estado colonial, em conluio com as autoridades tradicionais (regulados e regidorias), como referem Rocha e Zavale (2015), indicando que os africanos, com o estatuto de assimilado, estavam organizados em conselhos. Mais acrescentam que, após independência, em 1975, conforme consagrado na Constituição da República Popular de Moçambique, o país abulio a dualidade administrativa, entre zonas predominantemente rurais e urbanas, por orientação política saída do Conselho de Ministros, de 9 de Junho do 1975. Citando “(Trindade, 2003: 120)”

a orientação política perfilhada aquando da independência era contrária às estruturas legadas pelo colonialismo, pelo que havia a necessidade de “revolucionar o aparelho do Estado”. Esta ideia constituiu uma das principais tarefas levadas a cabo pelo governo da FRELIMO, para o qual a dualidade administrativa do modelo colonial deveria ser abandonada, enquanto se instituiu um novo conceito, as aldeias comunais, como estratégia política de desenvolvimento rural.

Em 1990, foi aprovada a nova Constituição da República, que introduziu mudanças políticas profundas, como o pluralismo político e a existência de autonomias locais, e também económicas, nomeadamente, pelo abandono do sistema de economia planificada, e pela consagração da economia de mercado.

Figura 4. Localização e limites geográficos de Moçambique



Fonte: autores.

O novo texto constitucional estabeleceu a separação dos órgãos do poder local, que passaram a ser dotados de personalidade jurídica própria face ao aparelho administrativo central (Rocha e Zavale, 2015).

Em maio de 1992, na sequência das mudanças constitucionais, o governo aprovou o Programa de Reforma dos Órgãos Locais (PROL), que tinha por objetivo reformular o sistema de administração local do Estado e sua transformação em órgãos locais com personalidade jurídica própria, dotados de autonomia administrativa e financeira. Em consequência, foi aprovada a Lei 3/94, de 13 de setembro, que estabelece a “[...]institucionalização dos distritos municipais e representando o primeiro instrumento normativo de descentralização” (Trindade, 2003: 122). ”.

Estes instrumentos jurídicos introduzidos permitiram que, em 2003, fossem aprovados vários textos legislativos destinados a acelerar o processo de consolidação dos municípios, e introduzir alterações significativas à lei 2/1997, as quais procuram designar as autarquias como poder local, em oposição ao poder central desconcentrado. Assim sendo, a lei 1/2008 permitia avançar para o estabelecimento de novos municípios. Numa primeira fase, foram implementados 33 municípios: 23, nas cidades, e 10, nas 68 vilas.

Em abril de 2008, foram criados mais 10 municípios e, em 15 de Maio de 2013, o Conselho de Ministros propôs à Assembleia da República a introdução de mais dez novos municípios (vide tabela 2)

Os resultados do último Censo da População (2017) indicam que residem em Moçambique cerca de 27.909.798 habitantes, sendo 13.348.446 do sexo masculino, correspondente a 48%, e 14.561.352 do sexo feminino, equivalente a 52%. Com uma densidade populacional, variando entre 12 (Niassa) e 175 (Gaza) habitantes/km², a cidade de Maputo tem uma densidade de 3.206 habitantes/km².

Importa sublinhar que da população moçambicana que vive na zona rural a maioria dedica-se à atividade agropecuária, grande fonte de renda das famílias. Como considera “Mafavisse e Clemente (2016: 4)” “Moçambique [...] é um país essencialmente agrário, pois significativa maioria da sua população se dedica às atividades agropecuárias”.

Outra atividade que ocupa muitos moçambicanos, principalmente os residentes no litoral de Moçambique, é a pesca, atividade que pode ser encontrada em populações residentes ao longo dos principais rios que atravessam o país e nas proximidades dos lagos.

Em síntese, a tabela 2 apresenta o panorama sociodemográfico e económico do país entre 2001 e 2014.

Tabela 2: Total de municípios de Moçambique (cidades e vilas), até 2014

Provincial	Capital Provincial	Municípios		Total: Municípios (Cidades e Vilas)
		Cidades ⁵	Vilas	
Cabo Delgado	Pemba	Pemba (I°) ² - C e Montepuez (I°) – D	Mocímboa da Praia (I°), Mueda (II°) ³ e Chiúre (III°) ⁴	5
Niassa	Lichinga	Lichinga (I°) - C e Cuamba (I°) – D	Metangula (I°), Marrupa (II°) e Mandimba (III°)	5
Nampula	Nampula	Nampula (I°), - B Angoche (I°) - C, Ilha de Moçambique (I°) - C e Nacala (Porto) - (I°) – C	Monapo (I°), Ribáuê (II°) e Malema (III°)	7
Zambézia	Quelimane	Quelimane (I°) - C, Gúrué (I°) - D e Mocuba (I°) – D	Milange (I°), Alto Molócuê (II°), Maganja da Costa (III°)	6
Manica	Chimoio	Chimoio (I°) - C e Manica (I°) – D	Catandica (I°), Gondola (II°) e Sassundenga (III°)	5
Sofala	Beira	Beira (I°) - B e Dondo (I°) – D	Marromeu (I°), Gorongosa (II°) e Nhamatanda (III°)	5
Tete	Tete	Tete (I°)- C	Moatize (I°), Ulógué (II°) e Nhamayábuê (III°)	4
Inhambane	Inhambane	Inhambane (I°) - C e Maxixe (I°) – D	Vilankulo (I°), Massinga (II°) e Quissico (Zavala). (III°)	5
Gaza	Xai-Xai	Xai-Xai (I°) - C, Chibuto (I°) - D e Chókwê (I°) – D	Mandlakazi (I°), Macia (II°) e Praia do Bilene (III°)	6
Maputo	Maputo	Matola (I°)- B	Manhiça (I°), Namaacha (II°) e Boane (III°)	4
Cidade de Maputo	Cidade de Maputo	Maputo (I°)- A		1
Total Municípios				53

Fonte: Rocha e Zavale (2015).

Tabela 3. Informações sociodemográficas e económicas de Moçambique.

População de Moçambique		Quadro Social		Quadro Económico	
		Esperança de vida a nascença (2001)	42	Crescimento real do PIB (2001)	8,4
2007	20.579.265	Esperança de vida a nascença (2014)	53, 5	Taxa de Crescimento do PIB (2014)	7,4
2014	25.041.922	Densidade populacional hab./km² (2001)	23,6	Taxa de Inflação (2001)	15
2017	27.909.798	Densidade populacional hab./km² (2014)	31,3	Taxa de Inflação (2014)	3,1
Homens	13.348.446	Mortalidade infantil (2001)	139,2	IDH (2001)	0,356
Mulheres	14.561.352	Mortalidade infantil (2014)	80,9	IDH (2014)	0,416
População Urbana	8.766.777	Taxa de crescimento populacional 2001 %	1,3		
População Rural	18.361.753	Taxa de crescimento populacional 2014 %	2,4		
		Linha da pobreza nacional 2001 %	69,4		
		Linha da pobreza nacional 2014 %	49		

Fonte: INE (2019)

No que concerne à sustentabilidade ambiental, há que se considerar alguns avanços significativos na abordagem da questão dos recursos

naturais a nível territorial. No entanto, umas das prioridades nacionais a serem definidas após a reunião do Rio-92 foi a criação do órgão que

⁵Cidades Moçambicanas: são classificadas em quatro categorias de acordo com o decreto-lei n.º 14/76, refletindo o seu tamanho, desenvolvimento e importância. A cidade de Maputo é a única cidade do nível A; Beira e Nampula são as únicas do nível B. Nível C é utilizado para as outras capitais e cidades de importância regional. Nível D implica só importância local. (Rocha e Zavale, 2015)

coordenava as ações ambientais (MICOA⁶), em 1994. Este órgão tinha a missão de planificar e gerir o ambiente a nível nacional e procurar conservar-lo.

Em face dos compromissos de garantia da conservação da biodiversidade e da contribuição para a gestão sustentável dos ecossistemas, foram aprovadas, em 1999, as Leis de Terra, de Florestas e Fauna Bravia, e a Lei do Ambiente. Estas estabelecem as diretivas de enquadramento de áreas destinadas à conservação (Siteo e Mausse, 2008).

Siteo e Mausse (2008) esclarecem que, com criação do quadro jurídico ambiental em moçambique, a conservação da natureza ganhou uma nova dinâmica: os objectivos iniciais das áreas de conservação foram ajustados à conservação da diversidade biológica das florestas, passando pela implementação de sistemas comunitários de manejo, adaptáveis e sustentáveis, implementadas pelas comunidades locais. Portanto, a concepção sobre a sustentabilidade foi significativa na perspectiva de formulação de políticas públicas e consolidação de um estratégia de desenvolvimento sustentável nacional inclusivo. Foi nesse âmbito, que o governo moçambicano e parceiros de cooperação internacional aprovaram, em 2007, a Estratégia Ambiental para o Desenvolvimento Sustentável de Moçambique (EADS-Moçm).

4. METODOLOGIA

O processo de montagem do BS de Moçambique para os dois períodos em avaliação, 2001 e 2014, compreendeu a quatro fases operacionais:

4.1 Seleção dos Indicadores para o BS em Moçambique (2001 e 2014)

O processo de selecção dos indicadores foi com base no estudo feito pelo Instituto Nacional de Conservação da Natureza (IUCN), publicado em 2001.

A pesquisa analisou o nível de sustentabilidade à escala internacional, em 180 países, aplicando a ferramenta do BS. O método foi construído levando em consideração oitenta e sete (87) indicadores: trinta e seis (36) do sistema humano (saúde, população, escolaridade, criminalidade, etc.) e cinquenta e um (51)

indicadores do sistema ambiental (qualidade da água, erosão solo, etc.) (Prescott-Allen, 2001b), conforme *anexo1*.

Porém, não foi possível seleccionar todos os 87 indicadores referenciados no estudo feito pelo IUCN, em 2001, devido à ausência, em Moçambique, de dados consistentes para montagem do BS para o ano de 2014, especificamente, os da dimensão institucional (criminalidade), económico e ambiental (qualidade do ar, poluição das águas, recursos hídricos).

Assim, os indicadores escolhidos para compor o BS em Moçambique totalizaram um universo de 40, organizados em dois subsistemas: vinte e cinco (25) do Bem-Estar Humano (BEH) e quinze (15) do Bem-Estar Ambiental (BEA). Cada um dos sistemas foi dividido em quatro dimensões (social; económica; institucional; ambiental) e, finalmente, subdividido em onze temas. Para a sociedade, ou sistema humano, consideraram-se os temas: população e saúde, conhecimento e cultura, economia, serviços, boa-governança. Para o meio ambiente, tem-se como temas: terra, ar, proteção da biodiversidade, recursos hídricos/pescas e participação de fontes renováveis na oferta de energia (*Anexo 2*).

4.1.2. Obtenção de Dados

Para a montagem do BS, para os períodos em análise (2001 e 2014), foi necessário recorrer a fontes bibliográficas e a plataformas de informações de instituições de órgãos nacionais e internacionais.

Os documentos que forneceram uma base de dados (a nível nacional) são os seguintes: Indicadores Sociodemográficos do Instituto Nacional de Estatística de Moçambique (INE), relatórios e estudos apresentados pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), que tutela e monitoriza os oito (8) objetivos de Desenvolvimento do Milénio (ODM).

É de referir que o INE – Moçambique apenas faz o levantamento de indicadores e de dados socio-demográficos e económicos do país. Assim, para completar alguns indicadores da dimensão institucional e ambiental foi necessário buscar algumas pesquisas e publicações feitas por universidades, centros de pesquisa e por organizações não-governamentais que operam em

⁶ MICOA-Ministério para Coordenação de Acção Ambiental - Moçambique

Moçambique, tais como: plataforma do Programa para Redução de Emissões do Desmatamento, Degradação Florestal e Aumento dos Estoques de Carbono (REDD+), uma convenção do quadro das Nações Unidas para as Mudanças Climáticas, e o Fundo Mundial para a Natureza (WWF), Organização das Nações Unidas para a Alimentação e Agricultura (FAO).

4.2 Escalas de Desempenho utilizados para construção do BS de Moçambique em 2001 e 2014

A primeira etapa para construção da Escala de Desempenho Nacional (EDN) foi a determinação dos valores de referência, ou seja, os limites inferiores e superiores do padrão estabelecido. A determinação desses valores foi realizada de forma que representasse valores condizentes com a realidade moçambicana e no contexto da SADC, segundo o critério definido no estudo comparativo realizado pela IUCN, em 2001 (*Anexo1*). Isto evitou que fossem utilizados valores determinados internacionalmente e em contextos muito diferentes.

A Escala de Desempenho Nacional do território moçambicano (EDN), associada à escala do BS, foi dividida em cinco intervalos, definidos por valores que representam condições, variando de insustentável a sustentável (0-100) (Prescott, 2001). A partir dos valores de referência foi construída a Escala de Desempenho Nacional, obtida por meio de um escalonamento em 5 faixas, entre os valores do limite inferior e superior, para que pudesse ser correlacionada com as 5 faixas da escala do Barómetro Geral. A Escala de Desempenho Nacional e o valor de cada uma das faixas podem ser observados nas tabelas do *anexo 3*.

4.3 Transposição do Valor de Desempenho na Escala Nacional (EDN) para a Escala do Barómetro (BS) (2001 e 2014).

Como não é possível fazer uma agregação com os indicadores em escalas tão diversas, a técnica proposta pelo barómetro é transpor os valores encontrados para uma escala de 0 a 100, dividida em 5 faixas, conforme Tabela 4.

Tabela 4. Conversão do indicador “Acesso a fonte de água melhorada”, Escala Local para Escala BS 2001.

EBS	0 – 20	21 – 40	41 – 60	61 – 80	81 – 100
	Insustentável	Potencialmente insustentável	Intermediário	Potencialmente Sustentável	Sustentável
EBN	35-45	46-50	51-65	66-90	91-100
Valor Real	Nacional = 37,3				

Onde EBS= Escala do Barómetro da Sustentabilidade e EBN= Escala do Barómetro Nacional

Escala BS conceito, escala local, valor real - Moçambique.

Fonte: OMS (2000)

Montada a escala do Barómetro Nacional (EBN), foi necessário converter o valor do indicador “Acesso à fonte de água melhorada” na

escala local para a escala BS, através de interpolação linear simples, aplicando a fórmula seguinte:

$$BSx = \left\{ \left[\left(\frac{(DNA - DNx) \times (BSA - BSP)}{(DNA - DNP)} \right) \right] \times (-1) \right\} + BSA$$

Onde:

BSx: Valor na escala BS

DNA: Limite anterior na escala Nacional (intervalo que contém x)

DNx: Valor real do indicador na escala Nacional

BSA: Limite anterior na escala BS (intervalo que contém x)

BSP: Limite posterior na escala BS (intervalo que contém x)

DNP: Limite posterior na escala Nacional (intervalo que contém x) .

4.4. Elaboração do índice para cada dimensão e representação gráfica do BS em Moçambique (2001 e 2014)

Encontrado o valor de cada indicador dentro da Escala do Barómetro, fez-se uma média aritmética para cada índice temático, dos sistemas “bem-estar humano” e “bem-estar Ambiental”, conforme as equações 2 e 3. Os indicadores receberam pesos iguais na obtenção do índice por tema por serem considerados, neste trabalho, igualmente importantes na caracterização da situação em cada tema.

$$ITS = \sum_{i=1}^N IDS_N / N \quad (2)$$

$$BEH = \sum_{i=1}^N VBH_i / N \quad (3)$$

$$BEA = \sum_{i=1}^N VBA_i / N \quad (4)$$

Onde:

ITS – Índice Temático de Sustentabilidade

BEH – Índice de Bem Estar Humano

BEA – Índice de Bem Estar Ambiental

VBH --Valor na Escala do Barómetro

IDS_N – Indicadores de Desenvolvimento

Sustentável Nacional

N – Número Total de Indicadores

i – Indicador.

Os índices calculados para os dois eixos sistematizados foram *plotados* num gráfico bidimensional, onde cada eixo está dividido em faixas da escala do BSN.

O encontro entre a posição do índice de bem-estar humano e o índice de bem-estar ambiental, representa a posição de Moçambique no BS nos dois períodos em avaliação (2001 e 2014), na perspectiva de comparar o grau de alcance das metas do DS. Os dados são obtidos pelas equações 5 e 6 médias, em relação ao padrão estabelecido, como denota o gráfico do BSE.

$$BSM_{2001} = \frac{BEH + BEA}{2} \quad (5)$$

$$BSM_{2014} = \frac{BEH + BEA}{2} \quad (6)$$

Onde:

BSM – Barómetro de Sustentabilidade em Moçambique

5. RESULTADOS E DISCUSSÃO

5.1 Barómetro de Sustentabilidade em Moçambique (2001 e 2014)

Bem-Estar Humano

A Dimensão Social é composta por dezasseis indicadores, associados em três eixos

temáticos: população, saúde, conhecimento, cultura e equidade. Por sua vez, estes apresentaram uma *performance* significativa para o período de 2014, comparando com a classificação “insustentável”, alcançada no ano 2001 (Tabela 5).

Observando os resultados da tabela 5, verifica-se que os temas “conhecimento e cultura” apresentam melhor *performance* nos três índices temáticos em avaliação, que compõem a dimensão social para o ano 2014. Estes resultados são considerados positivos porque tendem a alcançar as metas de sustentabilidade definidas no documento dos ODM. Portanto, nota-se um avanço nos indicadores “taxa líquida de escolarização nível fundamental em %” e “taxa alfabetização”, que alcançaram um desempenho na faixa “potencialmente insustentável e intermediário”, no intervalo de 2001 e 2014, na escala do BS. Porém, o grau de satisfação observado nos dois índices anteriores não se fez sentir para a variável “taxa líquida de escolarização (secundária) em %”, considerado como o pior resultado para o presente eixo temático, em ambos os períodos em avaliação.

Adiante, identificaram-se sinais de melhoria no desempenho para os temas “saúde” e “população”, em 2014, em indicadores “esperança de vida ao nascer, prevalência de crianças com baixo peso ao nascer e população com insuficiência de alimentos.

Apesar dos avanços significativos nos diversos indicadores acima citados, estes não se traduzem no bem-estar da saúde materna, isto é, os níveis de “desnutrição crónicas em crianças menores de 5” continuam elevados. Os valores apresentados indicam que o Moçambique está longe de alcançar a condição imposta pelo ODM, para 2015: redução de 30%. É evidente que os esforços do país no combate à insegurança não têm tido resultados tão rápidos como seria necessário para o cumprimento da meta.

Os quatro indicadores que apresentam piores índices de sustentabilidade no presente eixo temático para os dois períodos em avaliação (2001 e 2014) são: mortalidade infantil, acesso à água, saneamento e energia elétrica.

Embora o indicador, “mortalidade infantil” tenha reduzido ou registado progressos na actualidade ao nível nacional, este indicador ainda representa uma condição insustentável ou quase na faixa potencialmente insustentável, com um valor de 19 pontos, em 2014, na escala do BS. Isto lembra que, para o presente indicador, foi

estabelecido uma meta nacional fixada em 60 por 1000 até 2015 (PNUD, 2010).

Associando-se ao argumento anterior, pode avançar-se com base nos resultados do BS que

a maior parte da população moçambicana não têm acesso a água, energia e ao provimento de serviços do saneamento.

Tabela 5. Indicadores e dos seus respectivos temas da Dimensão Social na escala do Barômetro da Sustentabilidade em Moçambique 2001 e 2014.

Tema	Indicadores Nacionais	Grau dos indicadores Nacionais		Grau dos Temas Índices Temáticos		Situação do Tema em relação ao desenvolvimento Sustentável	
		2001	2014	2001	2014	2001	2014
Saúde População	Esperança de vida ao nascer	16	31	13,3	30	Insustentável	Potencialmente insustentável
	Mortalidade infantil (per 1000)	13	19				
	Taxa de fertilidade total (crianças/mulheres)	17	28				
	População com insuficiência de alimentos %	18	41				
	Prevalência de crianças com baixo peso ao nascer.	16	64				
	Subnutrição crónica em crianças menores de 5 anos (%)	12	29				
	Acesso à fonte de água melhorada %	15	21				
	População com acesso ao saneamento melhorado %	4	8				
	Acesso à energia elétrica (% da população)	3	10				
Conhecimento e Cultura	Taxa líquida de escolarização (nível fundamental) %	28	82	18	44	Insustentável	Intermediário
	Taxa líquida de escolarização (Secundária) %	1	11				
	Taxa de alfabetização	25	37				
Equidade	Diferença média entre as taxas de escolarização feminina masculina (%)	9	20	29	27	Potencialmente insustentável	Potencialmente insustentável
	Linha da pobreza % da população	17	21				
	Desigualdade de renda	31	24				
	Assentos ocupados por mulheres no parlamento %	28	40				

Fonte: autores

Para a mesma dimensão social, mensurou-se o tema “Equidade Social”, considerado um dos principais objetivos do DS, associado a vários quesitos: rendimento, educação, saúde, trabalho.

Esta dimensão obteve uma posição “potencialmente insustentável” em ambos os períodos, com maior pontuação para o ano de 2014, em comparação com o *ranking* de 2001 na escala do BS. Este resultado retrata, no geral, uma desaceleração no âmbito de igualdade social em Moçambique. O país está longe de alcançar a meta estabelecida no ODM. No entanto, os indicadores de equidade com melhor desempenho estão relacionados com “assentos ocupados por mulheres no parlamento em %”, que se

classifica na faixa de 40 pontos “potencialmente insustentável”, ou seja, um faixa muito próximo de alcançar nível intermediário, demonstrando, assim, uma tendência rumo à sustentabilidade no âmbito de participação da mulher na tomada de decisão.

Na dimensão económica, a avaliação feita mostra que Moçambique apresentou um bom desempenho na faixa “Intermediária” no ano 2014, de acordo com o BS (tabela 5). Este resultado evidencia o pulsar da economia, caracterizada como emergente, que procura mecanismos de implementação e consolidação de um modelo de desenvolvimento mais eficiente, que se traduz no bem-estar da sociedade. Esta análise evidencia essa tendência desafiadora no

sector económico nos próximos tempos, o que passa necessariamente pela introdução de reformas nas políticas públicas ligadas ao investimento nas áreas pilares, como agricultura e indústria, criação de emprego, melhoria e/ou

controlo da inflação e aumento do PIB *per capita*, e capitalização dos recursos financeiros, para baixar os altos índices da dívida pública que, segundo FMI, já se revelam insustentáveis.

Quadro 6. Graus dos Indicadores e dos seus respectivos temas da Dimensão Económica na escala do Barómetro da Sustentabilidade em Moçambique (2001 e 2014).

Tema	Indicadores Nacionais	Grau dos indicadores Nacionais		Grau dos Temas Índices Temáticos		Situação do Tema em relação ao desenvolvimento Sustentável	
		2001	2014	2001	2014	2001	2014
Económico	PIB – Produto Interno Bruto Per Capita (USD)	3	7	29,5	40,5	Potencialmente insustentável	Intermediário
	Taxa de inflação	35	79				
	Taxa de desocupação ou desemprego %	48	38				
	Dívida pública % PIB	2	38				

Fonte: autores

Quanto ao subsistema humano, mensurou-se a dimensão institucional, que representa um dos sectores que acompanha todos os processos decisórios, na implementação das políticas públicas do desenvolvimento sustentável inclusivo,

composto por dois eixos temáticos: “Serviços” e “Boa governança”.

A primeira apresentou desempenhos piores, portanto, “potencialmente insustentável”, para o segundo eixo na escala do BS, nos dois períodos em avaliação.

Quadro 7. Graus dos Indicadores e dos seus respectivos temas da Dimensão Institucional na escala do Barómetro da Sustentabilidade em Moçambique (2001 e 2014).

Tema	Indicadores Nacionais	Grau dos indicadores Nacionais		Grau dos Temas Índices Temáticos		Situação do Tema em relação ao desenvolvimento Sustentável	
		2001	2014	2001	2014	2001	2014
Serviços	Linhas telefónicas por 100 pessoas/população	0	1	0	1	Insustentável	Insustentável
	Usuários de Internet por 10. 000 pessoas	0	1				
Boa Governança	Nível de democracia	60	38	27,75	33	Potencialmente Insustentável	Potencialmente insustentável
	Índice de percepção de corrupção %	27	31				
	Índice de liberdade de imprensa	24	30				

Fonte: autores

No geral, para o tema Serviços, o indicador mais crítico foi o “acesso à internet”, que apresentou um desempenho péssimo na escala do BS. Este indicador representa os níveis baixos de acesso a este serviço em Moçambique.

No que tange à “Boa Governança”, este tema apresentou indicadores similares aos anteriores. Os “índice de percepção de corrupção em %” e o “nível de democracia ou de governança” sinalizaram um grau “potencialmente insustentável”. Portanto, o país não cresceu nestes aspectos. Os índices de corrupção são elevadís-

simos, um indicador da má-governança em Moçambique.

A estes eixos foi associado o “índice de liberdade de imprensa”, indicador que leva em conta características como pluralidade de meios de comunicação, independência dos *media*, transparência governamental, legislação e abusos contra jornalistas. O resultado alcançado para os dois períodos em comparação, foi fixado na faixa “potencialmente insustentável”. Estes valores reflectem o baixo índice de acesso à informação e a divulgação desta pelos *media*. Ou

seja, este indicador é muito dependente dos outros analisados no presente eixo temático. Uma maior transparência e aumento dos níveis de boa-governança, democracia e participação da sociedade civil nas tomadas de decisão podem melhorar e influenciar o desempenho da classe jornalística, no exercício das suas funções, com maior liberdade e tranquilidade, na divulgação de informação com mais qualidade para diferentes grupos sociais.

O Bem-Estar Ambiental

O Bem-estar Ambiental é uma condição para a diversidade e qualidade de vida, “(...) é um

suporte para as pessoas e outras formas de vida, um potencial de adaptação e provisão de uma enorme gama de escolhas e oportunidades para o futuro “(Allen, 2001b: 59)”.

No global, o presente subsistema obteve níveis de sustentabilidade que variam de intermediário a potencialmente sustentável para os dois períodos em comparação na escala do BS. Os melhores desempenhos foram obtidos em quatro temas: recursos hídricos/pesca, terra, ar e protecção de biodiversidade (áreas protegidas em %).

Quadro 8. Graus dos Indicadores e dos seus respectivos temas da Dimensão Ambiental na escala do Barómetro da Sustentabilidade em Moçambique (2001 e 2014).

Tema	Indicadores Nacionais	Grau dos indicadores Nacionais		Grau dos Temas Índices Temáticos		Situação do Tema em relação ao desenvolvimento Sustentável	
		2001	2014	2001	2014	2001	2014
Ar	Consumo de substâncias que destroem a camada de ozono	100	99	67	67	Potencialmente Sustentável	Potencialmente Sustentável
	Emissões de dióxido de carbono por pessoa	100	100				
	Queimadas e Incêndios florestais. (Nº de focos de calor por 1.000km² ao ano)	2	2				
Terra	Cobertura florestal %	68	51	56	51	Intermediário	Intermediário
	Desflorestamento em floresta nativa %	40	39				
	Terra em uso na agricultura (000 há)	73,6	67				
	Área cultivada irrigada %	15	6				
	Índice de produção de alimentos per capita	92	89				
Proteção de Biodiversidade	Áreas Protegidas %	41	61	44	38	Intermediário	Intermediário
	Caça furtiva em áreas protegidas (Paquidermes/elefantes)	47	15				
Recursos hídricos /pesca	Produção do pescado nas águas do interior e no mar (1.000 t)	85	75	82	86	Sustentável	Potencialmente Sustentável
	Comercialização de produtos pesqueiros (exportação em milhões USS)	79	97				
Participação de fontes renováveis na oferta de energia	Consumo de energia por pessoa (Kg)	5	5	4	3	Insustentável	Insustentável
	População dependente de combustíveis sólidos (biomassa %)	5	2				
	Energia renovável painéis solares (% da população)	1	2				

Fonte: autores

Apesar da classificação satisfatória observada, na maioria dos índices temáticos, alguns indicadores apresentaram níveis problemáticos de ponto de vista de sustentabilidade. O caso do indicador “queimadas e incêndios florestais (por 1.000km² ao ano)”, que se relaciona com o tema “Ar”, foi classificado na faixa “insustentável” para os dois períodos (2001 e 2014) na escala do BS. Estes valores ilustram o cenário negativo de queimadas descontroladas, especificamente em áreas de ecossistema frágeis. Portanto, este fenómeno é influenciado por diversos factores de ordem humana, já que mais de 70% da população Moçambicana vive em zonas rurais e 93% dependem directa ou indirectamente dos recursos naturais, o que causa uma extrema procura destes (Saket, 2000).

As queimadas insustentáveis têm efeito desagradáveis na dinâmica ambiental e, no âmbito degradação das florestas, estas afectam os processos de estabelecimento e crescimento das árvores. Estas práticas têm contribuído negativamente para o funcionamento do ecossistema na componente do ciclo biogeoquímico, e na emissão de várias partículas sólidas que contribuem para a poluição da atmosfera.

Terra

O tema “Terra” mereceu de uma análise profunda no presente subsistema. Os indicadores geraram um resultado intermediário nos dois períodos em avaliação na escala do BS. O indicador “% de cobertura florestal” obteve desempenho “potencialmente sustentável” e “intermediário” para os dois períodos (2001 e 2014), respectivamente. Com este dado, pode dizer-se que Moçambique apresenta uma área considerável de florestas naturais e outras formações lenhosas. Esta questão está relacionada com o mecanismo de exploração dos recursos e com a forma como se realiza a conservação e a perpetuação destes a médio e longo prazos.

Em Moçambique, estudos reportam a ocorrência de exploração ilegal de florestas e a falta de dados fiáveis sobre a madeira exportada (Ribeiro e Nhabanga, 2009). Segundo a Agência de Investigação Ambiental, o EIA (2014), índice de extracção ilegal subiu assustadoramente para 93% nos últimos 10 anos. É importante considerar que o impacto directo da exploração de madeiras podem levar o país ao desmatamento. A combinação da exploração florestal com agricultura é o exemplo disso: muitas famílias habitam e cultivam no interior das áreas produtivas, o que acelera esta conversão.

Em geral, as causas indirectas de desmatamento estão ligadas também à maneira como a sociedade interage com os recursos florestais. Isto dá um potencial para que, através de mudança de políticas, se melhore esta relação para a redução do desmatamento e da degradação florestal.

Apesar das taxas de desmatamento e de degradação florestal serem elevadas em algumas regiões, e o facto de a mudança de cobertura florestal ser acompanhada de mudança na composição de espécies florestais, pouco se sabe do seu impacto sobre as comunidades rurais que vivem dentro ou perto das florestas. Hoje, o debate em Moçambique se centraliza no quesito sobre as populações que vivem em zonas rurais dependendo dos recursos naturais (Filipe, 2008).

Em Moçambique, o fenómeno das mudanças climáticas já tem impacto directo para as populações e para a economia. O aumento da frequência e da intensidade dos eventos extremos tem sido associado às mudanças climáticas.

Protecção de Biodiversidade

Outro eixo que interliga os dois e faz a parte do ecossistema florestal, associado ao quadro da convenção internacional sobre protecção da biodiversidade, é o indicador “caça furtiva”. Este eixo apresentou índice críticos para o ano 2014. Por exemplo, a população de elefantes está cada vez mais ameaçada de extinção.

Os dados mais recentes indicam que, em Moçambique, a população de paquidermes se reduziu significativamente de 22.300 para 10.800, o que equivale a 48% (MITADER, 2015). O modelo apresentado na figura 5 mostra a tendência de redução da população de elefantes no país no período de 1974 a 2014.

Participação de fontes renováveis na oferta de energia

Neste ponto, foi mensurado o tema ligado à energia, ou seja, “participação de fontes renováveis na oferta de energia”, que alcançou os piores índices na dimensão ambiental, classificados como insustentáveis na escala do BS, para os dois períodos em avaliação. Este desempenho demonstra o cenário de dependência total da “% da biomassa sólida” como a principal fonte de energia em Moçambique especificamente nas zonas rurais. A prática coloca em risco a continuidade do próprio recurso.

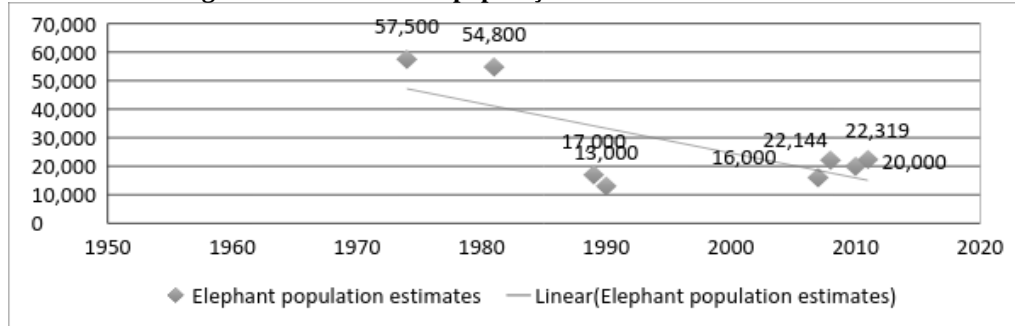
A pressão sobre o recurso concorre (a médio ou a longo prazos) para uma possível degrada

ção florestal, sendo preocupante, neste quesito, o nível de sustentabilidade da exploração do recurso (lenha e carvão), associada à falta de uma política pública de geração de energias renováveis, a médio ou a longo prazo, capaz de capitalizar as potencialidades que o país tem no âmbito de novas fontes de energias, que

poderiam reduzir significativamente a pressão sobre a biomassa.

Numa visão geral, moçambique ainda está longe de introduzir as fontes alternativas como a energia solar, principalmente em zonas rurais. Portanto, até hoje não há uma acção significativa e proativa para a implementação efectiva.

Figura 5. Estimativa da população de elefantes 1974 – 2014.



Fonte: Ntumi *et al* 2009, e atualizado e modificado pelos autores, com dados mais recentes de contagens aéreas do último Censo de elefantes (2014).

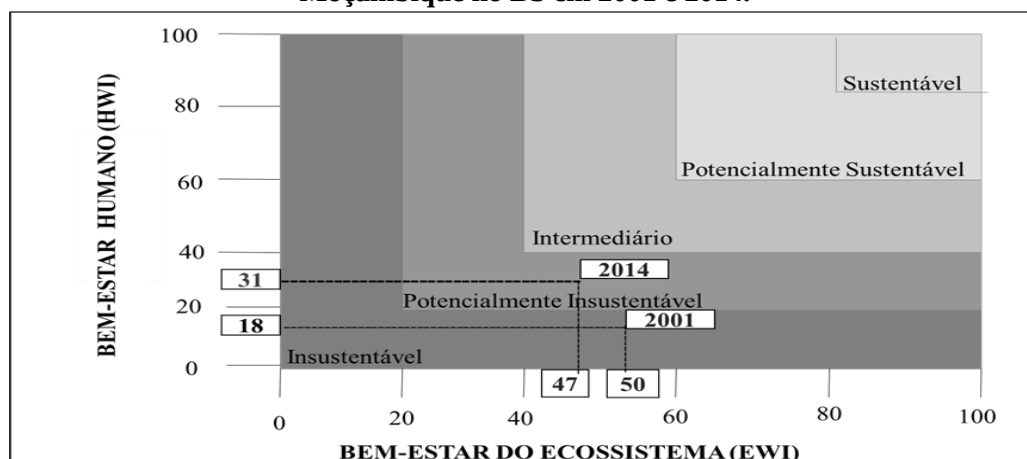
5.1. Avaliação do Barómetro de Sustentabilidade em Moçambique (2001 e 2014)

A caracterização da condição de desenvolvimento sustentável tem sido possível por meio do uso de indicadores, com o entendimento de que o sistema social é composto pelo meio ambiente e pela sociedade. Por conta disso, deve

haver um equilíbrio e uma maior interligação entre os aspectos que compõem o desenvolvimento (Bermejo, 2001).

Neste estudo, foram utilizadas quatro (4) dimensões, transformadas em onze (11) índices temáticos, que, por sua vez, foram associados a dois grandes sistemas, o humano e o ambiental, e, finalmente, representados em um gráfico bidimensional (Figuras 6).

Figura 6. Gráfico bidimensional do barómetro da Sustentabilidade evidenciando a posição de Moçambique no BS em 2001 e 2014.



Fonte: autores

Relativamente ao sistema humano, o BS de Moçambique apresentou um grau “potencialmente insustentável ou pobre” (31) para o período de 2014, e uma classificação “insustentável

ou mau” no ano de 2001, com uma média de (18) pontos.

Contrariamente ao sistema humano, o ambiental definiu um nível “Intermediário” para dois

períodos em comparação, relativamente melhor para o ano 2000, fixando um índice de (50) e (47) pontos, em 2014.

Numa análise holística, os resultados da pesquisa indicam uma condição de sustentabilidade ligeiramente melhor para o ano de 2014, em comparação com o grau alcançado na avaliação feita em 2001, na escala do BS.

Com esta leitura, para que o país avance em direcção à sustentabilidade do bem-estar humano e alcance as metas definidas nos ODM, é necessário um maior engajamento em alguns sectores da dimensão social, principalmente, na melhoria das condições de saúde (redução da taxa de mortalidade infantil), que passa, necessariamente, pela melhoria da rede sanitária, pela qualificação de mais recursos humanos, e sensibilização e actualização das comunidades sobre boas práticas sanitárias.

Ainda na estrutura social moçambicana, os serviços básicos (abastecimento de água, eletricidade e rede sanitária) mostraram-se deficientes e necessitam de mais investimentos, pelo que urge introduzir políticas de incentivo à produção alimentar e à produtividade do sector familiar, com diversificação produtiva e das fontes de rendimento, para mitigar a problemática da subnutrição a nível nacional.

Para o tema “conhecimento e cultura” é imperioso que haja maior expansão do ensino nos diferentes subsistemas (médio e técnico profissional), sobretudo nas zonas rurais, e melhoria de qualidade de ensino e da sua provisão à população.

Outros sectores que merecem uma maior organização e investimento (a médio e a longo prazos) são o económico e o institucional, com maior comprometimento com os elementos de política económica, para que a economia e a sociedade avancem na redução da pobreza e das desigualdades.

A paz e o clima de confiança entre os actores políticos são essenciais para o crescimento e desenvolvimento, supondo mais democracia e liberdades dos direitos dos cidadãos.

A questão de emprego e a criação de estratégias continuadas e coerentes de incentivos para a indução do empreendedorismo de pequenas e médias empresas devem responder às procuras essenciais dos mais pobres. Importa que se criem empregos e auto-empregos, e que se retenha a acumulação e se faça o reinvestimento em locais de produção, através de políticas que assegurem, incentivem e apoiem o desenvolvimento local e integrado.

Uma das áreas de grande relevância que merece maior atenção é a ambiental. Os dados do gráfico bidimensional mostram que o nível de conservação dos recursos tende a baixar, e se espera um cenário bastante crítico nos próximos anos, caso não haja maior intervenção na conservação dos recursos de que o território dispõe.

A falta de instrumentos legais tem efeitos directos na pressão sobre os recursos naturais, colocando em risco a própria conservação, através de prática clandestinas. Por exemplo, os incêndios florestais, os desmatamentos e a degradação florestal, a caça ilegal de animais em vias de extinção e uso insustentável da terra têm avançado de forma galopante.

Mediante a realidade observada nesta dimensão, importa estabelecer acções proativas que possam reverter o cenário de uso insustentável dos recursos através da fortificação institucional a nível nacional.

A formação e qualificação dos quadros com objectivo de melhorar o processo de monitorização e de fiscalização das áreas de conservação, e a socialização e orientação das comunidades para a observância da Lei são importantes para o alcance desse objectivo.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objectivo geral proposto neste trabalho foi analisar os estágios e avanços rumo ao alcance das metas de DS em Moçambique, no período de 2001 e 2014, com recurso ao método BS.

O BS foi desenvolvido com um foco interdisciplinar, envolvendo questões económicas, sociais, ambientais e político-institucionais a nível nacional. O trabalho forneceu um panorama completo da sustentabilidade. Além disso, forneceu também informações comparativas sobre os estágios rumo ao alcance das metas dos ODM, no intervalo de 2001 e 2014.

Portanto, os índices do BS retratados a partir de uma perspectiva bidimensional do DS mostraram que Moçambique, apesar de apresentar um desempenho melhor em 2014 comparativamente com 2001, ainda está numa posição “Potencialmente Insustentável”. Este cenário demonstra pouco avanço no alcance das metas no intervalo de treze anos. Neste âmbito, é importante repensar nos novos modelos de desenvolvimento sócio-económico, capitalizando (de forma sustentável) as potencialidades dos recursos naturais de que o país dispõe, para elevar e traduzir na qualidade de vida e bem-estar humano.

Assim, os resultados aqui apresentados não reflectem a totalidade da condição do bem-estar da sociedade moçambicana: a ausência de dados condicionou a selecção de indicadores, o que não permitiu incluir indicadores relacionados com criminalidade, capacidade institucional e renda, bem como indicadores da dimensão ambiental (qualidade do ar e da água, erosão, recursos hídricos, entre outros).

Tecnicamente, houve lacunas na definição e montagem de escalas de desempenho, por ser um processo muito complexo, principalmente na questão de estabelecimento dos limites mais apropriados para cada indicador, valores a serem tolerados pela dimensão económica ou institucional, pela população ou pela economia (afirmando o que é sustentável, ou não).

A maioria das escalas determinadas pelos especialistas do IUCN não se enquadram com o período temporal em avaliação, por um lado. Por outro, algumas dessas escalas foram definidas sem se tomar em consideração a realidade sócio-económica dos países (principalmente, dos países em via de desenvolvimento). Por-

tanto, o que é sustentável para uma população rural pode não ser para a urbana. Existem questões omissas resultantes dos relacionamentos entre os factores do desenvolvimento.

A limitação observada na montagem de escalas de desempenho mostrou o quão é difícil alcançar resultados reais no país que sejam positivos em todas as quatro dimensões ao mesmo tempo, o que revelaria uma condição de “equilíbrio”.

Apesar dessas adversidades observadas pela metodologia, ela foi considerada adequada, fácil de utilizar e muito comunicativa, o que possibilita fazer uma leitura sobre os estágios e metas estabelecidas no âmbito de desenvolvimento sustentável.

No caso de Moçambique, percebe-se que a maioria das metas estabelecidas no âmbito de desenvolvimento sustentável (ODM) (definidas até 2015) não foi alcançada.

Em suma, a temática sobre indicadores e ferramentas de sustentabilidade em Moçambique é complexa. Ela está no processo de discussão, construção e consolidação

REFERÊNCIAS

Antunes, M.A (2015). *A Dinâmica da População no Desenvolvimento de Moçambique*. Centro de Pesquisa e Estudos Sociais (CPES), Lisboa pp. 53.

Bellen, M.H (2004). *Desenvolvimento Sustentável: uma descrição das principais ferramentas de avaliação*. *Ambiente & Sociedade*, Vol 7, pp.2-22.

Benetti, L.B (2006). *Avaliação do índice de desenvolvimento sustentável do município de Lages (SC) através do método do Painel de Sustentabilidade*. Tese de Doutorado em Engenharia Ambiental Universidade Federal Santa Catarina, Florianópolis.

Boom, B.V (2011). *Análise da Pobreza em Moçambique (1997,2003,2009)*. Centre for World Food Studies da VU University Amsterdam, Maputo.

Bermejo, R. (2001). *Economía Sostenible: principios, conceptos e instrumentos*. Bakeaz, Bilbao.

Camargo, A. (2003). *Governacao para o seculo 21*. Sextante, Rio de Janeiro.

Cândido, M.C.A (2010). *Desenvolvimento Sustentável e Pobreza no Contexto da*

Globalização: O caso de Moçambique. Dissertação de Mestrado em Ciência Política e Relações Internacionais, Universidade Nova de Lisboa, Lisboa.

Capra, F. (2002). *Conexões ocultas – ciência para uma vida sustentável*. Cultrix, São Paulo.

Fernandes, L.A (2004). *The Meaning of Sustainability: Searching for Agrienviromental Indicators*. University of Manchester-Institute for development policy and management, Manchester.

Filipe, C.M (2008). *Mudança na Composição de Espécies na Região do Corredor da Beira*. DEF/UEM, Maputo.

Guimarães, R.P., e Feichas, S.A (2009). *Desafios na construção de indicadores de Sustentabilidade*. *Ambiente & Sociedade*, Vol. VII, n 2, pp. 307-327.

INE (Instituto Nacional de Estatística De Moçambique). (2019). *Quarto (IV) Recenseamento Geral da População e Habitação 2017*. Resultados definitivos do país, Maputo.

INE (2015). *Anuário Estatístico 2014-Moçambique*. Instituto Nacional de Estatística

de Moçambique (INE), Maputo.

INE (2015). *Inquérito aos Orçamentos Familiares*. Instituto Nacional de Estatística-Moçambique, Maputo.

INE (1999). *Segundo Recenseamento Geral da População e Habitação 1997*. Resultados definitivos do país, Maputo.

INE (2009). *Terceiro Recenseamento Geral da População e Habitação 2007*. Resultados definitivos do país, Maputo.

IUCN (Internacional for Conservation of Nature and Natural). (2003). *Resources Assessing northern areas progress towards sustainability*. Baseline report, Paquistão Programme.

Kronemberger, D.M.P., Clevelario Junior, J., Nascimento, J.A.S., Collares, J.E.R., e Silva, L.C.D (2008). *Desenvolvimento Sustentável no Brasil: uma análise a partir da aplicação do Barômetro da Sustentabilidade*. Sociedade & Natureza, Vol 20, n 1 Uberlândia, pp. 25-50

Mafavisse, I.M., e Clemente, E.C (2012). *O papel das políticas públicas na promoção do desenvolvimento rural em Moçambique Distrito de Malema provincia de Nampula*. Revista de geografia agrária, Vol. XI, Uberlandia -MG, pp. 123-152.

Levrel, H. (2006). *Biodiversité et developpement durable, quels indicateurs*. Tese doutorado em economia ecologia, Ecole es Hautes Etudes En Sciences Sociales EHESS. Paris.

Marchand, G., e Le Tourneau, F.M (2014). *O desafio de Medir a sustentabilidade na Amazônia os principais indicadores Mundiais e sua Aplicação ao Contexto amazônico*. Ambiente e Sociedade na Amazonia uma Abordagem Interdisciplinar, Guaramanda Ltda, Rio Janeiro, pp.195-249.

Mcmichael, P. (1996). *Development and Social Change*. A global perspective, Pine Forge Press, Londres.

Meadows, D. (1998). *Indicators and information systems for sustainable development*. The Sustainability Institute, Linded Road, Hartland VT.

Menezes, M.S (2014). *Diagnóstico da Sustentabilidade do Município De Tucuruí - PA*. Dissertação de Mestrado Nucleo do Meio Ambiente -PPGDAM, Universidade Federal do Pará, Belém.

Muchangos, A. (1999). *Moçambique Paisagem Natural*. Tipografia Globo, Vol. I, Maputo .

Prescott-Allen, R. (1999a). *Assessing Progress toward Sustainability: The System Assessment Method* illustrated the Wellbeing of Nations. IUCN, Cambridge.

Pescott-Allen, R. (2001b). *The Wellbeing of Nations: a Contry-by-Country Index of Quality of Life and the Environment*. Island Press, Washington, DC.

Prestes, M.F., Garcias, C.M., e Lima, C.A (2012). *Manual de aplicação do Barômetro de Sustentabilidade: Uma ferraamenta de indicadores para uso em palnejamento e gestão urbana*. Apresentado In: V Congresso Luso-Brasileiro para o planejamento urbano, regional integrado sustentável, PLURIS, Brasília.

PNUD, Programa das Nações Unidas Para o Desenvolvimento (2010). *Relatório de Desenvolvimento Humano 2007/2008*. Maputo, pp. 112.

PNUD, Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (2013). *Relatorio de Avaliacao do Progresso das Nações*. Maputo.

Ribeiro, D., e Nhabannga, E. (2009). *Levantamento Preliminar da Problemática das Florestas de Cabo Delgado*. Justiça Ambiental-Moçambique, Maputo.

Rocha, J.A.O., e Zavale, G.J.B (2015). *O Desenvolvimento do Poder Local em África: O caso dos municípios em Moçambique*. Centro de Estudos Internacionais do Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL), Lisboa, pp. 105-133,. Disponível em: <<https://cea.revues.org/1879>>. Acesso em: 8 Agosto 2017.

Sachs, I. (2002). *Caminhos para o desenvolvimento Sustentável*. Garomond Ltd, Vol. IV Edição, Rio de Janeiro.

Saket, M. (2000). *Report on the updating of exploratory national forest inventory*. National Directorate of Forests and Wildlife. Ministry of Agriculture, Maputo.

Siche, R., Ortega, H., e Romeiro, A. (2007). *Índices versus indicadores: precisões conceituais na discussão da sustentabilidade de países*. Ambiente e Sociedade, Vol. X, Rio de Janeiro, pp. 137-148.

Siena, O., e Costo, G.B (2008). *Avaliação da Sustentabilidade do Município de Guajará-Mirim (RO)*. XXV Simposio de Gestão da inovação tecnologia, Brasília.

Siena, O. (2002). *Método para avaliar progresso em direção ao desenvolvimento sustentável*. Tese de Doutorado em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Florianopolis.

Trindade, C. J. (2003). *Rupturas e continuidades nos processos políticos e jurídicos*. Afrontamento, Porto.

Veiga, J.E (2010). *Indicadores de sustentabilidade*. Estudos Avançados, nº68, Sao Paulo, pp. 39-52.

NORMAS PARA OS ARTIGOS A SUBMETER À REVISTA PORTUGUESA DE ESTUDOS REGIONAIS

A. Normas respeitantes à aceitação e avaliação dos artigos

1. Embora a Revista Portuguesa de Estudos Regionais (RPER) não seja membro do Committee on Publication Ethics (COPE), a sua Direção Editorial decidiu declarar a sua adesão aos princípios do Código de Conduta do COPE, com efeitos a partir de 1 de Janeiro de 2012

(<http://publicationethics.org/files/Code%20of%20conduct%20for%20journal%20editors4.pdf>).

2. Só serão em princípio aceites para avaliação na RPER artigos que nunca tenham sido publicados em nenhum suporte (outra revista ou livro, incluindo livros de Atas). Excetua-se a divulgação anterior em séries do tipo “working papers” (eletrónicas ou em papel). Outras exceções pontuais podem ser aceites pela Direção Editorial, se os direitos de reprodução estiverem salvaguardados.

3. Ao enviar uma proposta de artigo para a Revista, os autores devem renunciar explicitamente a submetê-la para publicação a qualquer outra revista ou livro até à conclusão do processo de avaliação. Para o efeito deverão sempre enviar, juntamente com o artigo que submetem, uma declaração assinada neste sentido. No caso de recusa do artigo pela Direção Editorial, os autores ficarão livres para o publicar noutra parte.

4. Os artigos submetidos à Direção Editorial para publicação serão sempre avaliados (anonimamente) por dois especialistas na área, convidados para o efeito pela Direção Editorial. Os dois avaliadores farão os comentários que entenderem ao artigo e classificá-lo-ão de acordo com critérios definidos pela Direção Editorial. Os critérios de avaliação procurarão refletir a originalidade, a consistência, a legibilidade e a correção formal do artigo. No prazo máximo de 16 semanas após a submissão do artigo, os seus autores serão contactados pela Direção Editorial, sendo-lhes comunicado o resultado da avaliação feita.

O processo de avaliação tem três desenlaces possíveis:

(1) O artigo é admitido para publicação tal como está (ou com meras alterações de pormenor) e é inserido no plano editorial da revista. Neste caso, a data previsível de publicação será de imediato comunicada aos autores.

(2) O artigo é considerado aceitável mas sob condição de serem efetuadas alterações significativas na sua forma ou nos seus conteúdos. Neste caso, os autores disporão de um máximo de 6 semanas para, se quiserem, procederem aos ajustamentos propostos e para voltarem a submeter o artigo, iniciando-se, após a receção da versão corrigida, um novo processo de avaliação.

(3) O artigo é recusado.

5. A RPER poderá organizar números especiais de natureza temática, na sequência de conferências, *workshops* ou outros eventos relevantes na sua área de interesse. Embora nestes casos o processo de avaliação dos artigos possa ser simplificado, a RPER manterá ainda assim, escrupulosamente, o princípio de revisão pelos pares de todos os artigos.

6. Excecionalmente a RPER poderá contudo publicar artigos “por convite”, ou seja não sujeitos ao crivo de revisores. A singularidade destes artigos será sempre assinalada, de forma transparente, na sua primeira página.

7. A RPER reconhece o direito dos membros da sua Direção Editorial (incluindo o seu Diretor) a submeterem artigos para publicação. Sempre que um membro da Direção Editorial é autor ou coautor de um artigo, então é necessariamente excluído do processo de revisão, em todos os seus passos, incluindo a decisão final.

8. A RPER reconhece o direito de recurso de qualquer sua decisão relativa à aceitação de um artigo para publicação. Esse recurso é endereçado ao Diretor que deverá informar toda a Direção Editorial. Os termos do recurso serão enviados aos revisores, que terão um prazo máximo de 30 dias para se pronunciarem em definitivo. No caso de não haver acordo entre os dois *referees*, a Direção Editorial tem obrigatoriamente de indicar um terceiro especialista. Não existe novo recurso, para uma segunda decisão que decorra deste processo.

9. A RPER encoraja a publicação de críticas relevantes, por outros autores, a artigos publicados nas suas páginas. Os autores criticados têm sempre a possibilidade de resposta.

10. Os *referees* estão sujeitos ao dever de confidencialidade, quer quanto ao conteúdo dos artigos que apreciam, quer quantos aos seus próprios comentários, devendo mais em geral garantir que todo o material que lhes é submetido é tratado em confiança. Será sempre enviada aos revisores a informação sobre os princípios do Código de Conduta referido em 1.

11. Uma vez o artigo aceite, e feito o trabalho de formatação gráfica prévio à sua publicação na revista, serão enviadas ao autor as respetivas provas tipográficas para revisão. As eventuais correções que este quiser fazer terão de ser devolvidas à Direção Editorial no prazo máximo de 5 dias úteis a contar da data da sua receção. Só serão aceites correções de forma.

12. Ao autor e a cada um dos coautores de cada artigo aceite será oferecido um exemplar do número da Revista em que o artigo foi publicado.

13. Os originais, depois de formatados de acordo com as presentes normas, não poderão exceder as 30 páginas, incluindo a página de título, a página de resumo, as notas, os quadros, gráficos e mapas e as referências bibliográficas.

14. As propostas de artigo deverão ser enviadas por e-mail para rper.geral@gmail.com, ou pelo correio, para o Secretariado da RPER: APDR - Universidade dos Açores, Rua Capitão João d'Ávila 9700-042 Angra do Heroísmo – PORTUGAL. Para comunicação posterior o contacto com o Secretariado far-se-á pelo: e-mail: rper.geral@gmail.com.

B. Normas respeitantes à estrutura dos artigos

1. Os autores deverão enviar o artigo completo (conforme os pontos seguintes), por e-mail ou em CD-rom, para os contactos referidos no ponto 14 das Normas A.

2. Os textos deverão ser processados em Microsoft Word for Windows (versão 97 ou posterior). O texto deverá ser integralmente a preto e branco.

3. Na publicação os gráficos, mapas, diagramas, etc. serão designados por “figuras” e as tabelas por “quadros”.

4. As eventuais figuras e quadros deverão ser disponibilizados de duas formas distintas: por um lado devem ser colocados no texto, com o aspeto pretendido pelos autores. Para além disso, deverão ser disponibilizados em ficheiros separados: os quadros, tabelas e gráficos serão entregues em Microsoft Excel for Windows, versão 97 ou posterior (no caso dos gráficos deverá ser enviado tanto o gráfico final como toda a série de dados que lhe está na origem, de preferência no mesmo ficheiro e um por worksheet); para os mapas deverá usar-se um formato vetorial em Corel Draw (versão 9 ou posterior).

5. As expressões matemáticas deverão ser tão simples quanto possível. Serão apresentadas numa linha (entre duas marcas de parágrafo) e numeradas sequencialmente na margem direita com numeração entre parêntesis curvos. A aplicação para a construção das expressões deverá ser ou o Equation Editor (Microsoft) ou o MathType.

6. Salvo casos excecionais, que exigem justificação adequada a submeter à Direção Editorial, o número máximo de coautores das propostas de artigo é quatro. Só deverão ser considerados autores os que contribuíram direta e efetivamente para a pesquisa refletida no trabalho.

7. O texto deve ser processado em página A4, com utilização do tipo de letra Times New Roman 12, a um espaço e meio, com um espaço após parágrafo de 6 pt. As margens superior, inferior, esquerda e direita devem ter 2,5 cm.

8. A primeira página conterá exclusivamente o título do artigo, em português e em inglês, bem como o nome, morada, telefone, fax e e-mail do autor, com indicação das funções exercidas e da instituição a que pertence. No caso de vários autores deverá aí indicar-se qual o contacto para toda a correspondência da Revista. Deve ser também incluída na primeira página uma nota sobre as instituições financiadoras da investigação que conduziu ao artigo. Este nota é obrigatória quando pertinente.

9. A segunda página conterá unicamente o título e dois resumos do artigo, um em português e outro inglês, com um máximo de 800 caracteres cada, seguidos de um parágrafo com

indicação, em português e inglês, de palavras-chave até ao limite de 5, e ainda 2 a 5 códigos do Journal of Economic Literature (JEL) apropriados à temática do artigo, a 3 dígitos, como por exemplo R11. Os títulos, os resumos, as palavras-chave e os códigos JEL são obrigatórios.

10. Na terceira página começará o texto do artigo, sendo as suas eventuais secções ou capítulos numerados sequencialmente utilizando apenas algarismos (não deverão utilizar-se nem letras nem numeração romana).

11. Cada uma das figuras e quadros deverá conter uma indicação clara da fonte e ser, tanto quanto possível, compreensível sem ser necessário recorrer ao texto. Todos deverão ter um título e, se aplicável, uma legenda descritiva.

12. A forma final das figuras e quadros será da responsabilidade da Direção Editorial que procederá, sempre que necessário, aos ajustamentos necessários.

C. Normas respeitantes às referências bibliográficas

1. A “Bibliografia” a apresentar no final de cada artigo deverá conter exclusivamente as citações e referências bibliográficas efetivamente feitas no texto.

2. Para garantir o anonimato dos artigos, o número máximo de citações de obras do autor do artigo (ou de cada um dos seus coautores) é três e não são permitidas expressões que possam denunciar a autoria tais como, por exemplo, “conforme afirmámos em trabalhos anteriores (cfr. Silva (1998:3))”.

3. O estrito cumprimento das normas à frente só é obrigatório na versão final dos artigos, após aceitação. Ainda assim, recomenda-se

fortemente a sua adoção em todas as versões submetidas.

4. Os autores citados ao longo do texto serão indicados pelo apelido seguido, entre parêntesis curvos, do ano da publicação, de “:” e da(s) página(s) em que se encontra a citação. Por exemplo: ao citar-se “Silva (2003: 390-93)”: está-se a referir a obra escrita em 2003 pelo autor “Silva”, nas páginas 390 a 393. Deverá usar-se “Silva (2003: 390-93)” e não “SILVA (2003: 390-93)”. No caso de uma mera referência do autor bastará indicar “Silva (2003)”.

5. No caso de o mesmo autor ter mais de um trabalho do mesmo ano citado no artigo, indicar-se-á a ordem da citação, por exemplo: Silva (2003a: 240) e Silva (2003b: 232).

6. As referências bibliográficas serão listadas por ordem alfabética dos apelidos dos respetivos autores no fim do manuscrito. O nome será seguido do ano da obra entre parêntesis, e da descrição conforme com a seguinte regra geral:

Monografias: Silva, Hermenegildo (2007a), *A Teoria dos Legumes*, Coimbra, Editora Agrícola

Coletâneas: Sousa, João (2002), “Herbicidas e estrumes” in Cunha, Maria (coord.), *Teoria e Prática Hortícola*, Lisboa, Quintal Editora, pp. 222-244

Artigos de Revista: Martins, Vicente (2009), “Leguminosas Gostosas”, *Revista Agrícola*, Vol. 32, nº 3, pp. 234-275

7. A forma final das referências bibliográficas será da responsabilidade da Direção Editorial que procederá, sempre que necessário, aos ajustamentos necessários.

NORMS FOR THE SUBMISSION OF PAPERS TO THE PORTUGUESE REVIEW OF REGIONAL STUDIES

A. Norms concerning papers submission and evaluation

1. Although the Portuguese Review of Regional Studies (RPER) is not a member of the Committee on Publication Ethics (COPE), its Editorial Board decided to adhere to the principles of the COPE Code of Conduct, from January 1st 2012 onwards:

(<http://publicationethics.org/files/Code%20of%20conduct%20for%20journal%20editors4.pdf>).

2. In principle, only papers that have never been published (in another journal or book, including conference Proceedings) can be considered for publication in RPER. The previous publication in a series of “working papers” (electronic or paper format) is an exception to this rule. The Editorial Board may agree with other sporadic exceptions, when copyrights are secured.

3. When a paper is submitted to RPER, authors must explicitly state that it will not be submitted for publication in any other journal or book until the reviewing process is completed. For this purpose, a signed declaration must be sent along with the paper. If the paper is rejected by the Editorial Board, the authors are free to publish it anywhere else.

4. Papers submitted for publication will always be reviewed (anonymously) by two experts in the area, invited by the Editorial Board. Both referees will offer their comments and classify it in accordance with the criteria defined by the Editorial Board. The reviewing criteria include originality, consistency, readability and the paper’s formal correction. The authors will be informed by the Editorial Board of the results of the evaluation within 16 weeks of its receipt. The assessment has three possible outcomes:

(1) The paper is accepted for publication just as it is (or with minor changes) and it is included in the editorial plan. In this case, the authors are immediately informed of the expected publication date.

(2) The paper is considered acceptable provided that major changes are made to its form

or contents. In this case, authors will have a maximum of six weeks to make such changes and to submit the paper again. Once the revised version is received, a new assessment process starts.

(3) The paper is refused.

5. RPER may organize special issues on specific themes, following conferences, workshops, or other events relevant in its area of interest. Although, in these cases, a simplifying shorter reviewing process may be adopted, the principle of peer-review selection will always be preserved.

6. Exceptionally, RPER may publish articles “by invitation”, meaning that they are not subject to the reviewing process. These outstanding articles, however, are always clearly signaled as such in their front page.

7. RPER acknowledges the right of the members of its Editorial Board (including its Director) to submit papers to the journal. When an author or co-author is also a member of the Editorial Board, he/she is excluded from the reviewing process in all its stages, including the final decision.

8. RPER acknowledges the authors’ right of appeal on any publishing decision of the Editorial Board. That appeal is made to the Director of RPER that will inform the Editorial Board. The new arguments will be sent to the reviewers, asking for a final judgment within a 30-day term. In case of disagreement between the two referees, the Editorial Board is compelled to appoint a third reviewer. There is no further appeal for a second decision ensuing this process.

9. RPER positively welcomes cogent criticism on the works it publishes. Authors of criticized material will have the opportunity to respond.

10. Reviewers are required to preserve the confidentiality on the contents of the papers and on their comments, and requested, more generally, to handle all the submitted material in confidence. Proper information on the principles of the Code of Conduct referred in 1. will always be provided to the reviewers.

11. Once the paper has been accepted and formatted for publishing, it will be sent to the

author for graphics checking and revision. Any corrections the author might want to make must be sent to RPER within five days. Only formal corrections will be accepted.

12. Each author and co-author of accepted papers will be offered a number of the published issue

13. Articles cannot exceed 30 pages after being formatted according to the present norms, including the title page, the summary page, notes, tables, graphics, maps and references.

14. Papers must be sent, by e-mail to rper.geral@gmail.com or by normal mail, to the Secretariat of RPER: APDR - Universidade dos Açores, Rua Capitão João d'Ávila, 9700-042 Angra do Heroísmo – PORTUGAL. For future contact please use the e-mail address: rper.geral@gmail.com.

B. Norms concerning papers structure

1. The authors must send a complete version of the paper by e-mail or on a CD-Rom by mail, in the original Microsoft Word file, to the contacts specified in point 14 of Norms (A).

2. Texts must be processed in Microsoft Word for Windows (97 or later version). All written text must be black.

3. Graphics, maps, diagrams, etc. shall be referred to as “Figures” and tables shall be referred to as “Tables”.

4. Figures and Tables must be delivered in two different forms: inserted in the text, according to the author's choice, and in a separate file. Tables and graphics must be delivered in Microsoft Excel for Windows 97 or later. Graphics must be sent in both the final form and accompanied by the original data, preferably in the same file (each graphic in a different worksheet). Maps must be sent in a vector format, like Corel Draw or Windows Metafile Applications.

5. Mathematical expressions must be as simple as possible. They will be presented on one line (between two paragraph marks) and numbered sequentially at the right margin, with numeration inside round brackets. Equation Editor (Microsoft) or Math Type are the accepted Applications for original format files.

6. The paper must have no more than four co-authors. Exceptions may be accepted when

a reasonable explanation is presented to the Editorial Board. Authorship must be limited to actual and direct contributors to the conducted research.

7. Text must be processed in A4 format, Times New Roman font, size 12, line space 1.5 and 6 pt space between paragraphs. The upper, lower, left and right margins must be set to 2.5 cm.

8. The first page shall contain only the paper's title, the author's name, address, phone and fax numbers and e-mail, and the author's affiliation. In the case of several authors, please indicate the contact person for correspondence. A remark on funding institutions of the research or related work leading to the article – that is compulsory when it applies – must be placed as well in this first page.

9. Second page shall contain the title and the abstract of the paper, in English and, if possible, in Portuguese as well, with no more than 800 characters, followed by two lines, one with the keywords to a limit of 5, and the other with the proper Journal of Economic Literature (JEL) codes describing the paper. JEL codes must be from 2 up to 5, with three digits, as for example R11. The title, the abstract, the keywords and the JEL codes area all compulsory, at least in English.

10. Text starts on the third page. Sections or chapters are numbered sequentially using Arabic numbers only (letters or Roman numeration must not be used).

11. Figures and Tables must contain a clear source reference. These shall be as clear as possible. Each must have a title and, if applicable, a legend.

12. The final format of Figures and Tables will be of the responsibility of the Editorial Board, who will allow some adjustments, whenever necessary.

C. Norms concerning bibliographic references

1. The references listed at the end of each paper shall only contain citations and references actually mentioned in the text.

2. To ensure the anonymity of papers, each author's self references are limited to three and no expressions that might betray the authorship are allowed (for example, “as we affirmed in previous works (cfr. Silva (1998:3))”).

3. Although their meeting in preliminary versions is recommendable, the bibliographic norms below are mandatory for the final (accepted) version only.

4. Authors cited in the text must be indicated by his/her surname followed, within round brackets, by year of publication, by “:” and by the relevant page number(s). For example, the citation “Silva (2003: 390-93)”, refers to the work written in 2003 by the author Silva, on pages 390 to 393. If the author is merely mentioned, indication of “Silva (2003)” is sufficient.

5. In case an author has more than one work from the same year cited in the paper, citation must be ordered. For example: Silva (2003a: 240) and Silva (2003b: 232).

6. References must be listed alphabetically by authors' surnames, at the end of the manuscript. The name will be followed by year of publication inside round brackets and the description, thus:

Monographs: Silva, Hermenegildo (2007a), *The Vegetables Theory*, Cambridge, Agriculture Press

Collection: Sousa, João (2002), “Weed Killers and Manure” in Cunha, Maria (coord.), *Farming - Theories and Practices*, London, Grassland Publishing Company, pp. 222-244

Journal Papers: Martins, Vicente (2009), Tasty Broccoli, *Farmer Review*, Vol. 32, nº 3, pp. 234-275

7. The final format of the references will be the responsibility of the Editorial Board, who will allow adjustments whenever necessary

ÍNDICE

7

Gestão del Destino Turístico: Percepción de los Impactos Sostenibles

José Ramón Cardona

Daniel Álvarez Bassi

María Dolores Sánchez-Fernández

23

The Best Tourism Island Destination in the World and Meaningful Experiences: A Systematic Literature Review

Soraia Garcês

Margarida Pocinho

Saul Neves de Jesus

35

Fatores Intensificadores da Experiência Turística: O Caso do Mercado Medieval de Óbidos, Portugal

Ricardo José Pedras Rodrigues Ribeiro

Francisco Teixeira Pinto Dias

António Sérgio Araújo de Almeida

55

Bacalhau, um Marcador Simbólico da Identidade Alimentar Portuguesa: Um Olhar Sobre o Território de Trás-Os-Montes e Alto Douro

Josefina Salvado

Veronika Joukes

69

Priorización de las Políticas Públicas de Turismo de un Destino a Partir de la Identificación de sus Ventajas y Desventajas Competitivas: El Caso de Extremadura

Luis Murillo González

Marcelino Sánchez Rivero

Juan Ignacio Rengifo Gallego

89

O Impacto do Metro do Porto nos Preços Imobiliários: Uma Reavaliação

João Borges Carvalho

José da Silva Costa

109

Agricultura Urbana em Portugal: Constrangimentos e Oportunidades Para Uma Política Pública Alimentar

Cecília Delgado

127

Desenvolvimento Sustentável em Moçambique 2001-2014: Evolução ou Retrocesso

Martinho Julião Maxilhaieie

Ima Célia Guimarães Vieira

REVISTA PORTUGUESA DE ESTUDOS REGIONAIS
PORTUGUESE REVIEW OF REGIONAL STUDIES

2020 1º Quadrimestre | nº 53 | Avulso €15

