

O Turismo no Algarve | Padrões de urbanização

JANI CARMO BRITO

*DISSERTAÇÃO DE MESTRADO APRESENTADA
À FACULDADE DE ARQUITETURA DA UNIVERSIDADE DO PORTO EM
ARQUITETURA*

ORIENTADOR: PROFESSOR ÁLVARO DOMINGUES

Palavras-Chave:

Território

Urbanização

Algarve

Turismo

Planeamento

Arquitectura

Conservar/Desenvolver

Reinterpretar

O Turismo no Algarve | Padrões de urbanização

ORIENTADOR: PROFESSOR ÁLVARO DOMINGUES

“A natureza fez tudo a favor do Algarve; a arte nem só não appareceo a melhorar as obras da natureza, mas a mão dos homens parece que se tem empenhado em suffocá-las. Falta quem dê hum sôpro de vida a tanta materia morta; quem explore com olhos da filosofia aquella terra, costas e mares; quem promova e acorçoe a industria; quem propague a instrucção necessária e própria para colher productos valiosos das matérias brutas, que a natureza com mão larga por alli espalhou, quem estenda o braço bemfeitor ao pobre que deseja trabalhar. Dizia o sabio naturalista Broussonet, restituindo á França depois da sua emigração, que só o bello clima do Algarve, que atravessára em 1799 herborizando de caminho, lhe fizera esquecer, quasi, as suas desgraças e perseguições” João Lopes, *Corografia ou Memória Económica, Estatística e Topográfica do Reino do Algarve*, 1841, p.197|198.

Gostaria de prestar o meu sincero agradecimento:

Ao Professor Álvaro Domingues pelo apoio e disponibilidade ao longo de todo o trabalho. O interesse revelado e as críticas construtivas tornaram possível a concretização desta dissertação.

À minha mãe, avó e irmã, pelo carinho e paciência durante todo este percurso. Foram incansáveis.

À Iolanda Sarmiento e à Cláudia Oliveira, colegas e amigas que sempre me apoiaram.

Ao meu avô, a quem dedico este trabalho. Estás sempre comigo.

- 10 Resumo
- 12 Abstract
- 14 Introdução

I Capítulo O mundo do Turismo

- 19 Conceitos
- 23 Como se desenvolve a indústria do Turismo
- 29 Realidade e Ficção na actividade Turística

II Capítulo O Turismo em Portugal – Algarve

- 35 Turismo em Portugal
- 41 Turismo na Região do Algarve

III Capítulo As múltiplas faces do Turismo no Algarve

- 62 O Plano Regional de Ordenamento do Território do Algarve, PROTAL, e os seus impasses
- 77 O PROTAL e o contexto real
- 81 No PROTAL, do que é que se fala, quando se fala do Algarve?

IV Capítulo Casos de Estudo

- 89 Hiper-massificação: Quarteira
- 97 Nichos para clientes muito pontuais: Vilamoura
- 107 Padrões de Urbanização – Quarteira e Vilamoura
- 115 Tendências recentes: Ocupação dispersa no Barrocal

V Capítulo Considerações finais

- 123 Considerações finais

A presente dissertação tem como objectivo contribuir para a melhor compreensão dos diferentes processos de urbanização. O Turismo, pelas suas particularidades e polémicas, será tomado como caso de estudo. As transformações no território são evidentes, tornando-se urgente um melhor entendimento dos vários actores, contextos, escalas e velocidades que nele influem.

O Algarve retrata a metamorfose que a actual expansão urbana está a desempenhar e encerra uma enorme diversidade de padrões de urbanização, a maior parte deles gerados pela actividade económica do turismo.

Para uma melhor compreensão da dinâmica entre o turismo e a sua territorialização são revistos os conceitos próprios do sector turístico, a forma como este surgiu em Portugal, mais concretamente no Algarve e por fim, o modo como este é planeado e classificado.

O PROTAL servirá de base para uma análise mais profunda de como se tem vindo a planear a expansão urbana. Serão revistos os conceitos utilizados neste plano de modo a compreender a sua adaptabilidade à realidade actual.

A especificidade deste processo será analisada segundo três casos de estudo: Quarteira (onde a massificação turística é evidente); Vilamoura (turismo elitista) e o Barrocal (tendência recente de colonização do *ex-rural*).

Estes padrões de urbanização estão sujeitos às influências da actividade turística e à diversidade de modos de organização do negócio turístico, onde as mudanças de oferta e procura do mercado ditam as regras. Aqui os factores paisagísticos são peças fundamentais de atractividade e a pressão de uso e edificação é evidente. Em cada caso serão aprofundados os diferentes padrões de urbanização utilizados de modo a compreender que medidas futuras devem ser adoptadas.

This essay has the purpose to contribute to a better understanding of the different planning processes of urbanization. Due to its particularities and its controversies, tourism will be used in a case study. The changes are evident on the territory, making it urgent to have a better understanding of the various agents, contexts, scales and speed that influence it.

The Algarve portrays the metamorphosis that the actual urban expansion is performing and encloses a huge variety of urbanization patterns, the majority are generated by the economic sector of tourism.

For a better understanding of the dynamics between tourism and its territorialisation, the concepts of the tourism sector, the way they arose in Portugal, more specifically in the Algarve, and finally, the manner in which this is planned and classified have to be reviewed.

The PROTAL will be used as the basis for a more profound analysis on how the urban expansion has been planned. The concepts used in this plan will be reviewed in order to understand its adaptability to the actual reality.

The specificity of this procedure will be analyzed according to three case studies: Quarteira (where mass tourism is evident); Vilamoura (elitist tourism) and Barrocal (recent trend of colonization of ex-rural).

These patterns of urbanisation are subject to the influence of the touristic activity and to the diversity of organizations systems of the touristic business, where the changes of the supply and the demand of the market dictate the rules. Here, the landscaping factors are fundamental pieces of attractiveness and the pressure for the use and the edification is evident. In each case, the different patterns of urbanization used will be thoroughly studied in order to better understand what future measures must be developed.

Esta Dissertação de Mestrado visa o estudo dos diferentes padrões de urbanização gerados pela introdução do turismo na Região do Algarve e tem como objectivo a obtenção do grau de Mestrado em Arquitectura a partir da exposição do conhecimento e ferramentas de trabalho adquiridas ao longo do curso de modo a tornar este trabalho pertinente.

Apesar do acto de viajar constituir uma prática relativamente recente, a actividade turística ganhou uma amplitude e desenvoltura extremamente veloz. Se inicialmente o turismo era conhecido como sendo uma actividade elitista em que apenas os mais abastados podiam usufruir, hoje a realidade é visivelmente diferente. O turismo estendeu-se a quase todas as classes sociais, tornando-se numa prioridade para o bem-estar e conhecimento de cada indivíduo. Estes novos hábitos transformaram o turismo numa nova potencialidade económica, geradora não apenas de divisas, mas também de mais e novos postos de trabalho.

O processo de intensificação turística fez-se sentir em larga escala na região do Algarve, no entanto, a sua territorialização não ocorreu uniformemente, nem no tempo, nem no espaço. A urbanização turística apresenta-se segundo formas e elementos que fogem aos cânones comuns da urbanização, e a sua incompreensão juntamente com alguns conflitos de interesse, traduzem-se em resultados muito variados e dissonantes. De ocorrência mais ou menos exótica, a urbanização turística faz hoje parte da diversidade da urbanização e das polémicas que se vão gerando em torno da questão.

A motivação para desenvolver uma dissertação que reúna dois temas tão complexos como o turismo e os padrões de urbanização, surge da vontade de compreender melhor as dinâmicas geradas por estas duas *“máquinas de produzir paisagem”*.

Para além da realidade constatada através do senso comum de que o Algarve sofreu mudanças profundas devido a esta nova actividade económica, procuro entender o porquê do espírito saudosista que domina muitas opiniões e procurar uma outra visão sobre o assunto, menos carregada de conotações negativas.

Pretendo analisar com base no PROTAL, as diferentes classes e subclasses que caracterizam os padrões de ocupação do solo, sobretudo aqueles que incidem na urbanização turística, de modo a compreender melhor as dinâmicas entre territorialização – edificado – turismo.

Este trabalho de investigação tem como base uma bibliografia restrita mas de elevado valor no que diz respeito à consolidação de alguns assuntos. O PROTAL servirá como ponto de partida para um estudo mais aprofundado.

A escolha de três casos de estudo – Quarteira, Vilamoura e Barrocal – surge da necessidade de analisar as diferentes formas de urbanização turística, o seu público alvo e o edificado gerado em diferentes contextos da realidade. Essa análise foi restringida a uma pequena amostra, dada a complexidade dos elementos e assuntos que a temática do turismo suscita. Se por um lado, Quarteira e Vilamoura representam polaridades urbanas concentradas, por outro, o Barrocal como unidade biofísica e de paisagem, apresenta uma urbanização mais difusa.

O trabalho desenvolve-se ao longo de cinco capítulos. No primeiro capítulo, procura-se um melhor entendimento dos conceitos próprios da actividade turística - turismo, turista, viagem e viajante – e a forma como esta surgiu e se desenvolveu ao longo do tempo. Pretende-se verificar as metamorfoses do mercado turístico e público alvo, os múltiplos agentes que integram a actividade turística e a influência que o marketing exerce neste contexto.

No segundo capítulo é traçado um panorama geral sobre a forma como o turismo se desenvolveu em Portugal. Sendo o nosso objecto de estudo o Algarve, é feita uma reflexão sobre o desenvolvimento da actividade turística nesta região, através de um enquadramento geográfico, económico, sociocultural, entre outros.

No terceiro capítulo é estudada a forma como os modelos de negócio e os modelos de alojamento evoluíram e que impactos produziram na gestão do turismo no Algarve. O estudo do PROTAL permitirá uma análise da forma como o turismo e a sua territorialização é encarada. Assim, é possível verificar quais os conceitos base utilizados para a classificação do solo na região do Algarve, e perceber a sua adequação ou não, dadas as actuais metamorfoses no modo como o urbano se constrói.

No quarto capítulo serão apresentados os casos de estudo de Quarteira e Vilamoura que, apesar da sua proximidade física, retratam realidades bastante distintas em termos de urbanização turística. Será estudado também a unidade paisagística do Barrocal algarvio devido às tendências recentes de edificação e colonização do “*ex-rural*”.

O quinto capítulo reunirá a síntese de toda a dissertação onde algumas conclusões serão retiradas e algumas questões permanecerão em aberto.

I Capítulo O mundo do Turismo

Conceitos

Turismo | Viagem

Turista | Viajante

Não é conhecido o momento exacto do aparecimento destes conceitos. Pensa-se que o termo *turista* surge a propósito das deslocações dos aristocratas europeus com a finalidade de complementarem a sua educação, deslocações essas que ganham maior proporção no final do séc. XVII devido ao Grand Tour. É, no entanto, a partir da publicação *Mémoires d'un Touriste de Stendhal*, em 1838, que se generaliza a expressão turista. Didier Urbain afirma inclusive que “*Le mot touriste est bien antérieur au mot tourisme. (...) Touriste entre dans la langue française en 1816 tandis que tourisme n’y pénètre qu’en 1841 - c’est-à-dire trois ans après les Mémoires d’un touriste de Stendhal.*”¹

A distinção entre o turista e o viajante nem sempre é conseguida de forma óbvia. “*Em qualquer dos casos todas as pessoas que se deslocam são chamadas **viajantes** e portanto, este termo designa toda a pessoa que viaja entre dois ou mais locais, qualquer que seja o modo ou o meio de deslocação. Se a deslocação se realiza entre locais situados dentro das fronteiras do país em que a pessoa se desloca, esta passa a designar-se por **viajante interno**; no caso da deslocação implicar a travessia de uma fronteira, designar-se-á por **viajante internacional.***”² Assim, o **turista** distinguia-se inicialmente por possuir algum poder de compra e as suas deslocações eram motivadas pelo mero prazer, para aumentar os seus conhecimentos ou pela vontade de descobrir as particularidades de outros povos e novas paisagens.

Com a revolução nos transportes, inserida na Revolução Industrial (séc. XVIII e XIX), surge um aumento substancial de deslocações, motivadas pelo surgimento dos comboios a vapor e respectiva expansão dos caminhos-de-ferro, e pelo incremento das travessias transoceânicas. Após a Primeira Grande Guerra Mundial surgem os primeiros autocarros e automóveis. Os aviões, inicialmente utilizados por minorias em longas distâncias, desenvolvem-se continuamente acabando por se impor às companhias navais. Nesta época desenvolve-se o turismo de montanha e

saúde (termas e sanatórios), o turismo em praias frias (Costa Azul, Canal da Mancha) e o turismo balnear que converte algumas zonas costeiras em grandes centros turísticos. A Segunda Guerra Mundial paralisa o sector do turismo em todo o mundo e os seus efeitos estendem-se até 1949. A partir de 1950 surge uma explosão neste sector motivada sobretudo pelo ambiente de estabilidade social que se fazia sentir na altura e pelo desenvolvimento da cultura do ócio no mundo ocidental. A recuperação económica e a reformulação dos direitos laborais conduziram à diminuição do tempo dedicado ao trabalho e conseqüente aumento do tempo de lazer. Assim, o turismo inicialmente elitista, passa a abarcar camadas cada vez mais vastas da população sobretudo devido à introdução da modalidade de subsídio de férias. Conseqüentemente, os motivos pelos quais as pessoas se deslocam passaram a ser cada vez mais vastos, tornando-se quase impossível distinguir quem viaja apenas por prazer ou por qualquer outro motivo.

A crescente multiplicidade de deslocações levou a que se introduzissem novos desígnios: em 1963 já existia um novo termo – **visitante**. Deste modo, o **viajante** era qualquer pessoa que realizasse uma deslocação entre dois ou mais locais, dentro ou fora do país de residência habitual, **visitante** designa qualquer pessoa que se desloque a um país diferente do seu país de residência habitual (por qualquer razão que não seja a de aí exercer uma profissão remunerada). O visitante pode dividir-se em dois grupos, o primeiro é o **turista** que passa a ser designado pelo visitante que permanece pelo menos 24 horas no país visitado e cujos motivos da deslocação podem variar entre: lazer (repouso, férias, saúde, estudo e desporto), negócios, família, missões, reuniões; e o **excursionista** caracterizado pelo seu curto período de permanência (inferior a 24 horas).³ Esta classificação manteve-se durante vários anos, no entanto rapidamente se percebeu que era pouco realista considerar visitante e, conseqüentemente, turista apenas as pessoas que exerciam deslocações entre países distintos, excluindo desta categoria os movimentos dentro do próprio país de residência (turismo interno). Assim, as definições adoptadas pela ONU, em 1993, passam a definir que: **visitante** é toda a pessoa que se desloca a um local fora do seu **ambiente habitual** durante um período **inferior a 12 meses consecutivos** e cujo motivo principal da visita **não seja o de exercer uma actividade remunerada** no local visitado.

J.D. Urbain possui uma opinião muito própria sobre estes conceitos. Para ele, existem apenas dois grupos de indivíduos, os viajantes e os turistas. O viajante é aquele que se desloca em função da necessidade de procura, descoberta e fuga em relação ao seu ponto de origem, sendo este, movido pelo desejo de se inter-relacionar com as civilizações e a cultura do lugar de visita. Caracteriza-se pelo sentimento de liberdade e entrega, pela clara vontade em apreender e integrar novos lugares sem expressar qualquer estranheza.

Pelo contrário, o turista é aquele que viaja segundo níveis de planeamento, segurança e conforto amplamente assegurados. Cumprindo roteiros previamente elaborados onde não existe espaço para riscos ou imprevistos. O prazer da descoberta, da aventura, da novidade, do inesperado (procurada pelos viajantes) é substituído pela vontade de catalogar a realidade em vez de apreendê-la. As máquinas fotográficas possuem um papel fundamental neste processo para que o turista possa provar que, de facto, esteve em determinado lugar. Esta necessidade de exibicionismo e a invasão egoísta e voraz dos lugares visitados leva a que o turista seja, muitas vezes, encarado como uma espécie de praga que invade e destrói tudo à sua passagem. Como J.D. Urbain afirma *“Le touriste n’appartient pas à la famille du voyageur. C’est un bâtard. Il forme une ‘race’ à part ou du moins une espèce inférieure.”*⁴

Com o surgimento do turismo, surge também a sua reprovação quase que imediata. Esta actividade sempre se revelou muito polémica e convergiu em si dois pontos de vista antagónicos, tal como Didier Urbain explica: *“Pour les uns, le tourisme est un principe de vie et de développement. (...) Pour d’autres, en revanche, le tourisme est un principe de mort et de destruction que anéantit sites et cultures.”*⁵

Apesar da tendência natural de se procurar definições para a actividade do turismo, a verdade é que esta não possui um significado estático ou concreto. Existe sim, um sem fim de questões que emergem quando se fala de turismo. Tal como Didier Urbain afirma *“Ici, tout est dans tout; la confusion, générale; et le tourisme, un conglomerat d’activités si disparates que l’identité du touriste proprement dit s’y dissout.”*⁶ Assim, o conceito de Turismo veio a alterar-se ao longo dos tempos. Em 1942, Walter Hunziker e Kurt Krapf definiram turismo como sendo *“o conjunto das relações e fenómenos originados pela deslocação e permanência*

de pessoas fora do seu local habitual de residência, desde que tais deslocações e permanências não sejam utilizadas para o exercício de uma actividade lucrativa principal".⁷ Mais tarde, em 1982, Mathienson e Wall apresentaram uma definição um pouco mais esclarecedora em que turismo consiste no "*movimento temporário de pessoas para destinos fora dos seus locais habituais de trabalho e de residência, as actividades desenvolvidas durante a sua permanência nesses destinos e as facilidades criadas para satisfazer as suas necessidades*".⁸ Este conceito revela-se mais pertinente, uma vez que abrange tanto a oferta (facilidades criadas), como a procura turística (deslocações das pessoas), tendo em conta não apenas as actividades desenvolvidas pelos turistas mas também as actividades produtoras de bens e serviços. Podemos, no entanto, verificar ainda algumas lacunas nesta última definição. Em primeiro lugar é preciso verificar que não são desenvolvidas actividades apenas durante a estadia mas também durante as deslocações; em segundo, é preciso ter em conta não apenas as facilidades criadas mas também as facilidades inatas do destino (recursos naturais e histórico-culturais) que provocam deslocações; e por último, é preciso entender que, ao referir-se a *pessoas* e não a *visitantes*, esta definição perde algum do seu rigor por compreender todos os viajantes e não apenas os turistas.

Este último ponto serve de mote para a melhor compreensão da diferença entre viagem e turismo, uma vez que, o turismo inclui apenas os visitantes e não toda a globalidade dos viajantes, fazendo com que estas duas realidades sejam diferentes e possuam sentidos e amplitudes díspares. Licínio Cunha admite que "*(...) o turismo é inseparável das viagens mas estas abrangem um vasto conjunto de actividades que não podem incluir-se no turismo (...)* Além disso o termo '*viagem*' engloba todas as deslocações de pessoas, ou seja de viajantes, expressão com um sentido mais amplo do que o do turismo."⁹ (anexo 1)

O termo **Viajante** será utilizado nesta dissertação com a definição existente no dicionário de Língua Portuguesa em que o viajante é simplesmente a "*pessoa que viaja*"¹⁰ e o **Turista** será referente especificamente à pessoa que se desloca a um local fora do seu ambiente habitual durante um período superior a 24 horas e inferior a 12 meses consecutivos, e cujo motivo principal da visita não seja o de exercer uma actividade remunerada no local visitado.

Viajantes, turistas, visitantes, peregrinos, passantes, excursionistas, etc., formam hoje uma multidão crescente de pessoas que se deslocam para fora dos seus habituais locais de residência, por períodos mais ou menos alargados, em demanda do sol, da viagem, do descanso ou do bulício. Esta é a diversidade dos turistas, das suas práticas e da diversidade de opiniões que sobre eles se constroem. No fim de contas todos nós somos por algumas vezes turistas.

Como se desenvolve a indústria do Turismo

Nos anos 50 a procura turística internacional era constituída por 25 milhões de turistas provenientes sobretudo da Europa Ocidental e da América do Norte. Actualmente este número aumentou para mais de 900 milhões de turistas provenientes de um número cada vez maior de países e pertencentes a todas as camadas sociais e faixas etárias. Devido aos padrões de vida cada vez mais diversificados, ao maior acesso à informação, aos preços de viagens e estadias mais acessíveis, ao facilitismo a nível dos transportes, sobretudo no que diz respeito ao transporte aéreo, o viajante torna-se numa personagem cada vez mais difícil de caracterizar.

Se inicialmente o viajante era visto como uma massa uniforme, a verdade é que actualmente este possui uma heterogeneidade bastante mais alargada. Questões como o bem-estar, qualidade de vida, maior e mais diverso conhecimento cultural são cada vez mais valorizadas por camadas cada vez mais vastas da população. Esta realidade social origina **novos segmentos da procura turística** a partir de visitantes activos, aventureiros, apreciadores da cultura, que se movem também por motivações afectivas e actividades recreativas. Assim, a actividade turística desdobra-se em múltiplas formas de modo a alcançar as expectativas deste público tão diversificado e cada vez mais experiente e exigente.

O turismo deixa de ser um fenómeno isolado, passando a intensificar as suas **relações com as restantes actividades**, tornando-se num sistema aberto que estabelece conexões com tudo aquilo que tem a ver com a actividade humana e o meio em que esta se desenvolve. Os sistemas económico-financeiro, social,

ambiental, político, jurídico-institucional, cultural, científico, educativo e tecnológico, constituem os principais sistemas com os quais o turismo estabelece interações fundamentais. (anexo 2)

A esta realidade acresce o surgimento de **novos destinos emergentes**, quer a nível europeu (só a Europa recebe 54% dos fluxos turísticos mundiais), quer a nível mundial que aumentam substancialmente a concorrência fomentada sobretudo pelas novas companhias *low-cost* e pela maior acessibilidade à informação, permitindo uma constante comparação com os produtos alternativos da concorrência. *“As áreas turísticas desenvolvem-se segundo modalidades, tempos e morfologias diferentes, mas partilham elementos invariantes. Acessibilidade aérea, mais tempo livre e rendimento disponível oferecem uma geografia, dimensão e diversidade novas, à procura da viagem para estanciar durante o tempo livre.”*¹¹

As **infra-estruturas e serviços** desempenham um papel fulcral na qualificação do local turístico. A **acessibilidade** é um dos principais factores de valorização turística criada pela rede de transportes e serviços que tornam mais acessíveis, seguras e agradáveis as grandes deslocações até ao local de destino. Igualmente relevante, é garantir essa mesma acessibilidade nos próprios locais receptores, de forma a proporcionar ao visitante um leque mais vasto de hipóteses de passeio na área turística.

Para além da real qualidade de destino receptor é, também, fundamental acompanhar as **novas modas e tendências** que se encontram em constante mutação. Como já foi anteriormente referido, o turismo tem vindo a revelar-se numa prática transversal a toda a sociedade que apresenta padrões de vida muito díspares. Assim, as formas de viajar são cada vez mais diversificadas. O destino receptor deve possuir infra-estruturas diferenciadas de modo a conseguir atrair os vários tipos de viajantes, desde os mais abastados, que procuram ambientes de resort de cinco estrelas, passando por apartamentos turísticos para famílias de classe média, até ao parque de campismo para jovens com pouco poder económico.

Uma das inovações na área do turismo reside na forma como, actualmente, se **programa a estadia** no destino turístico. Durante o turismo elitista o sistema utilizado era sobretudo o *holiday package*, onde *“a empresa exploradora negocia com os operadores e tem, com relativa facilidade, a ocupação garantida durante*

vários meses do ano, por vezes durante todo o ano e por vários anos.”¹² Neste caso, existia uma maior segurança no que diz respeito à ocupação dos estabelecimentos hoteleiros que funcionavam com as agências de viagem. No entanto, a introdução do “*comércio electrónico, a nova barateza e diversidade do transporte aéreo e empresas exploradores que procuram o cliente final (business to consumer), dão uma nova dimensão à organização do turismo desorganizado.*”¹³ O chamado “turismo desorganizado” é multiforme. “*Muitas famílias visitam familiares e amigos, organizam as suas estadias sem recurso a Agências de Viagens, recorrem ao alojamento local e a formas directas de distribuição.*”¹⁴

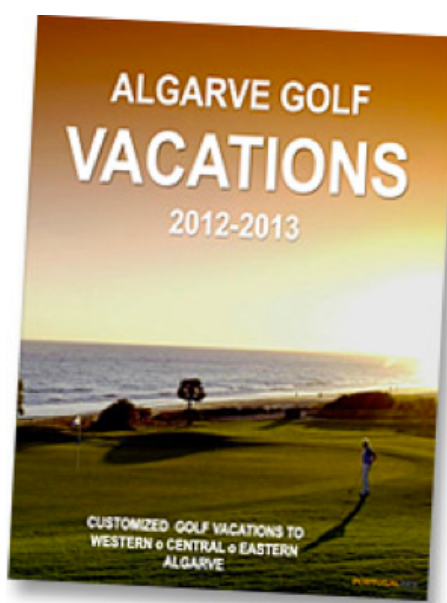
Este é o modelo mais utilizado actualmente. As companhias aéreas, sobretudo as *low-cost*, facilitam a modalidade de *seat only* e as plataformas informáticas, onde é possível reservar os locais de alojamento; possibilitam ao visitante programar toda a sua estadia sem intermediários. Esta flexibilidade veio beneficiar o visitante, no entanto os estabelecimentos hoteleiros ressentiram a falta de garantias de taxa de ocupação que outrora possuíam.

Outra ferramenta indispensável na indústria do turismo é o **marketing**. Promover o destino é fundamental pois a sociedade actual é uma sociedade de modas e de consumo. “*A publicidade ocupa um lugar de relevo entre os meios de comunicação de massa. Quer nos agrade ou não, é graças à acção sobre as motivações profundas, que com publicidades se consegue transformar a venda de um produto na venda de ilusões.*”¹⁵ Embora seja fundamental uma boa divulgação do destino turístico, é igualmente importante que estas “ilusões” apresentadas não sejam totalmente falsas. Como J.D.Urbain afirma: “*La ‘marchandisation’ este en marche depuis longtemps et touche tous les compartiments de la réalité : les sites, les artisanats, les autochtones et les touristes.*”¹⁶ É necessário prestar atenção a este fenómeno porque se o cliente agradao é uma garantia de boa publicidade, o contrário também se aplica. Caso o cliente sinta que as suas expectativas não foram alcançadas pode não regressar ao destino e denegri-lo no seu ciclo social. É, por isso, essencial que se publicite as reais qualidades do destino e que se monte um conjunto de serviços que acompanhem as novas tendências.

Se inicialmente a escolha dos destinos se baseava apenas na qualidade dos recursos naturais (praia, montanha) e a oferta se caracterizava por uma certa homogeneização; actualmente, para além da busca de destinos cada vez mais vari-

ados, também se denota a procura pela autenticidade cultural que se traduz no desejo do turista participar na vida real dos lugares visitados. O exponencial crescimento da actividade turística e conseqüente benefício económico traduziu-se na racionalização e padronização dos destinos que se tornaram demasiado semelhantes, tanto ao nível de hotéis, como aeroportos, restaurantes e muitas vezes, até os slogans publicitários se repetem. A procura da autenticidade traduz-se na resposta espontânea à estandardização que se fez sentir um pouco por todo o mundo. *“La recherche d’authenticité est aussi une recherche de l’original, au détriment de la copie. (...) Dans de nombreuses régions, les habitants cultivent leurs traditions et leurs coutumes, comme leur environnement social. Ce sont des exemples de sociétés authentiques.”*¹⁷ A autenticidade, muitas vezes inventada, que tem origem na expectativa do turista e termina na construção de uma resposta por parte dos habitantes locais para corresponderem às expectativas.

Na indústria do turismo este é um grande desafio, acompanhar o ritmo acelerado da concorrência, estando constantemente a fazer *updates* das modas actuais sem se perder a autenticidade do destino, exigindo uma permanente atenção ao mercado turístico e investimentos contínuos inovadores e de preservação da cultura local.



01 Brochuras do Algarve

Em a “Arte de Viajar”, Alain de Botton mostra-nos como alguns destinos podem ser valorizados pela via da arte como no caso da poesia de Wordsworth que atraiu turistas à Região dos Lagos (Inglaterra) e as pinturas de Van Gogh passaram a fazer parte do circuito de Provença. Mostra-nos também, como alguns destinos possuem paisagens que falam por si (precipícios, glaciares, céus nocturnos, desertos...), denominados “lugares sublimes” (Sinai): *“Num lugar assim, o homem parece não ser mais do que pó adiado: é o sublime como encontro que é fonte de prazer e embriaguez com a nossa fragilidade confrontada com o vigor, a idade e a dimensão do universo.”*¹⁸, onde as qualidades inatas do destino são suficientes para atrair viajantes curiosos e aventureiros. No entanto, Alain de Botton vai mais longe, explicando que para além dos aspectos que podem tornar um destino turístico mais ou menos apetecível, existem características próprias do viajante que condicionam todo o acto de viajar. A antecipação da viagem é uma das atitudes que produz muitas vezes um efeito perverso, no qual o viajante idealiza o destino com base nas imagens estrategicamente fotografadas para a brochura mas, ao chegar ao local, depara-se com uma realidade diferente para a qual não se encontrava preparado. A busca pelo exotismo é outra condição que assombra muitos viajantes sendo que *“(...) o encanto de um lugar estranho decorre da simples ideia da novidade e da mudança: exótico é descobrir camelos onde na nossa terra haveria cavalos; descobrir um prédio de apartamentos despojado onde na nossa terra haveria colunas ornamentais.”*¹⁹ Da obra de Alain é possível concluir que existem muitos factores que podem determinar a atractividade de um determinado destino, no entanto *“o prazer que extraímos das viagens talvez dependa mais do estado de espírito com que as empreendemos do que do destino que lhes fixamos.”*²⁰

*“Há na nossa existência lugares do tempo,
Que preservam em clara permanência
Uma virtude que renova...
Que nos penetra e faz subir mais alto
Quando é alto que estamos, e caídos nos levanta.”*²¹



02 A poesia de Wordsworth atraiu turistas à Região dos Lagos (Inglaterra)



03 "Vincent van Gogh, A casa de Vincent em Arles (A casa Amarela), 1888



04 Sinai (lugar sublime)

Realidade e Ficção na actividade Turística

Uma vez que as práticas e consumos dominantes levam a que os turistas procurem destinos que "se pareçam" com padrões pré-definidos (areia, palmeira, o sol, o mar, etc.) ou com genéricos mundiais; leva a que muitas vezes o turismo adquira um certo carácter ficcional, uma sensação de "intrusão".

Como John Urry explica, durante as suas viagens os turistas procuram apreender novas realidades que nada tenham de semelhante com as suas visões quotidianas, são movidos pela busca de elementos visualmente extraordinários para a sua contemplação e captura (através da fotografia). *"It is the distinctiveness of the visual that gives to all sorts of activities a special or unique character: the palm trees by the beach, the ethnically constructed restaurant, the bedroom with a sea view, the sight of tropical birds, the colours of the exotic plants, and so on."*²² Para que um destino seja apetecível tem que corresponder a uma série de expectativas que o turista acumulou ao longo da sua vivência: umas pessoais ou de senso comum; outras absorvidas em brochuras, programas de televisão, ou durante pesquisas virtuais; no entanto, a busca pelo que "é diferente" está sempre presente. Assim, *"(...) environments that are not visually distinct in some way or other are very unlikely to be consumed."*²³. Essa distinção pode ser alcançada de muitas formas e pode ter um conotado histórico, religioso, ambiental, ou pode ser, simplesmente uma construção social.

Os factores de valorização de um determinado local variam no tempo e no espaço. Quando surgiram as primeiras linhas de comboio estas eram encaradas como sinal de evolução e de mobilidade, as estações ferroviárias eram edifícios notáveis; actualmente estas infra-estruturas tornaram-se banais, sendo muitas vezes acusadas de denegrir as paisagens. Por outro lado, existem lugares que se tornaram atractivos pela sua resistência ao tempo, pelo seu carácter quase imutável, os desertos são exemplo deste fenómeno que se revela *visually distinct* para uma grande maioria. Outros lugares são, simplesmente, *famous for being famous*, onde as construções sociais ou psicológicas predominam sob influência das modas e das propagandas de marketing. Alguns outros foram descobertas de indivíduos ou grupos pertencentes a uma elite de viajantes, escritores e artistas que passaram a marcar esses destinos e a nobilitá-los - Taiti e o pintor Gauguin, por exemplo. Muitos, são hoje, destinos hiper-massificados.

Quadro - I

“A educação transporta os novos meios de apreciação das paisagens, e assim campo e mar tomam novas perspectivas e alternam-se no posto de mais bela paisagem. Corbin (1989, p. 52) destaca a importância da disseminação dos gostos e práticas esperadas pelos viajantes.

A leitura dos autores antigos constitui na Inglaterra a base do sistema educativo. A imitação dos gregos, e sobretudo, dos latinos, inspira os programas de ensino. O conhecimento das línguas antigas parece indispensável para a formação do gosto; só ele permite imiscuir-se nas questões estéticas debatidas pela crítica literária da época. A leitura de Horácio e Virgílio entra no rol dos prazeres do adulto; os antigos fazem parte da cultura das classes dominantes; propõem modelos de conduta; em último caso, ajudam a alcançar uma bela morte.

Entre organizações de diletantes e academias de estudiosos de retratos das paisagens, a sociedade que ambicione ser culta deve ater-se à boa educação, ao conhecimento actual e de bom gosto das viagens e de todo preparativo educacional que elas exigem. O viajante observa a natureza, mas segundo um código elaborado particularmente de acordo com o modelo clássico de apreciação de uma praia. Eis então o que pode ser entendido como o início da vilegiatura marítima.”

Fonte: Daniel Ramos, *A invenção da praia e a produção do espaço: dinâmicas de uso e ocupação do litoral do ES*, 2009, p.40.

Se alguns destinos são escolhidos por reunirem um conjunto de aspectos positivos, outros são completamente abolidos por serem genericamente considerados como inconvenientes, “*viewing of a nuclear power station on an attractive coastline (such as Heysham nuclear power stations on Morecambe Bay), factory buildings in an otherwise charming river valley (as much of the Basque country), farm buildings by a high-technology science park, and so on.*”²⁴ Quando realidades inconvenientes constituem um factor de perda de competitividade turística surge a necessidade de criar ficções que as contornem. “*In response to this problem, many owners of tourist-related services have developed techniques of ‘visual resource management’ to disorganize, hide, or screen out inappropriate technologies.*”²⁵

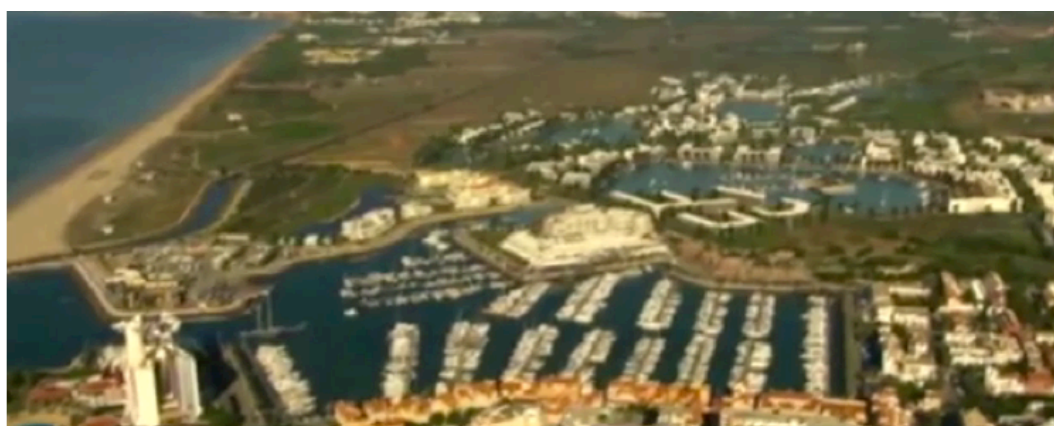
A preocupação com a segurança é outro tema que atormenta grande parte dos turistas, no entanto, tal como explica John Urry, “*the judgment of what is ‘risky’ here is very much dependent on context.*”²⁶ É possível dividir esses perigos em dois grupos: por um lado, existe a poluição física, que está normalmente associada à poluição do ar ou da água; e por outro, temos a poluição social, que consiste normalmente em grupos sociais tidos como perigosos. No entanto, esses riscos são muitas vezes relativizados. É exemplo, o turista que se preocupa com a poluição da água, mas não se importa de correr o risco de provar uma iguaria só porque é exótica (ex: ostras) – aqui é o próprio indivíduo que constrói os seus parâmetros de avaliação do risco. Existem também parâmetros socialmente construídos; como por exemplo, algumas zonas são consideradas perigosas pela presença de drogados e prostituição, em contrapartida, uma das principais atracções de Amesterdão são as drogas legalizadas e as vitrinas onde as mulheres se expõem como objectos (na *Red line*). Perante este cenário, os investidores do sector turístico procuram apresentar ambientes controlados – ficcionados – onde possam dar uma maior garantia de segurança.

Ficção e autenticidade são duas premissas que caminham constantemente lado a lado em matéria de turismo. Para dar resposta às novas exigências do mercado do turismo (exótico, seguro, diferente, etc.) os destinos tiveram que se adaptar, produzindo muitas vezes ficções que correspondessem àquilo que era universalmente tido como positivo. Criaram-se modelos que se repetiram um pouco

por todo o mundo, os quais, durante muito tempo, satisfizeram os desejos dos turistas, até que, o que supostamente deveria consistir numa novidade tornou-se semelhante de país para país (a mesma cadeia de *resorts*, os aeroportos semelhantes, a palmeira, a piscina, a relva, o restaurante exótico, entre outros). Os avanços e recuos entre ficção e autenticidade são mais uma prova da instabilidade que a actividade económica do turismo representa, sempre sujeita às novas tendências e exigências do mercado.

Talvez por isso seja tão polémica a questão da “autenticidade”, da preservação dos valores locais, dos tradicionalismos, etc., face à importância do simulacro, da homologação de ambiências e tipos de paisagem que resultam de tendências globais e bastante “descoladas” dos territórios onde depois se instalam.

No jogo entre realidade e ficção, tradição local e importação de modelos, a “Cidade Lacustre” não passa de um *branding*, um exotismo, um factor de diferenciação e de visibilidade da oferta. É importante ver o vídeo respectivo para perceber melhor como se constroem estas ficções.



05 Vídeo “Cidade lacustre” em Vilamoura

II Capítulo O Turismo em Portugal - Algarve

Turismo em Portugal

Apesar do turismo em Portugal não ser uma actividade recente, este apenas ganha expressão significativa como actividade económica a partir dos anos 70.

O termalismo constitui uma das formas mais antigas de turismo em Portugal, possuindo já alguma expressão nos finais do século XVIII e ganhando *“particular amplitude na segunda metade do século seguinte quando começam a ser exploradas com fins terapêuticos quase todas as nascentes actualmente utilizadas, após a construção de instalações minimamente suficientes.”*²⁷ Embora esta nova atracção turística estimulasse o desenvolvimento dos transportes terrestres, com a viragem do século e a expansão do termalismo por toda a Europa, Portugal teve muita dificuldade em acompanhar essa evolução devido ao isolamento de grande parte dos centros termais. No entanto, os investimentos no termalismo prosseguiram *“através de hotéis de luxo, com serviço assegurado por profissionais treinados de Lisboa, equipamento médico, diversificação dos tratamentos, grandes parques, casinos e diversas actividades desportivas, recreativas e culturais (...)”*²⁸ O termalismo teve expressão significativa no turismo em Portugal até aos anos trinta, a partir desse momento esta actividade entra em crise em toda a Europa *“perante a afirmação da quimioterapia e de formas diversas de ocupação dos tempos livres, nomeadamente do veraneio balnear.”*²⁹

Ainda durante a segunda metade do século XIX e à semelhança da restante Europa, o turismo balnear ganha alguma expressão; principalmente durante o Inverno, devido às temperaturas amenas do mediterrâneo; desencadeando *“movimentos de pessoas de todas as classes sociais, tanto das cidades do litoral como das regiões do interior. O ar era tido como revigorante, sobretudo para as crianças, e o banho como terapêutico.”*³⁰ Neste momento o turismo balnear não possuía ainda o monopólio económico que hoje representa, uma vez que apenas se restringia ao mercado nacional devido à pouca acessibilidade em termos de transportes tanto terrestres como aéreos e devido à insipiência das infra-estruturas, apoiando-se *“apenas ou essencialmente em residências secundárias e no aluguer de casas e quartos à população local. Só em raros casos foram então referidos hotéis, pensões e restaurantes.”*³¹

O climatismo como forma de turismo também teve alguma representatividade em Portugal embora em muito menor escala do que o turismo termal e balnear. No que diz respeito às épocas de maior calor, a população mais abastada procurava passar o tempo livre aproveitando as suas casas e quintas em meios rurais onde podiam afastar-se da cidade indo de encontro a um ambiente mais calmo e fresco. Durante os períodos mais frios, a prática de desportos de Inverno ganha alguma relevância a partir dos anos 30 na Serra da Estrela devido à predominância da neve neste local. No entanto, a falta de infra-estruturas de acolhimento e a dificuldade na acessibilidade complicavam as visitas à Serra.



06 “A Figueira da Foz é a rainha das praias portuguesas”



06 “Termas da Aguas da Curia – Entrada do Parque na Curia”

Durante o Estado Novo, António Ferro, dirigente do Secretariado de Propaganda Nacional (1933), contribuiu para o desenvolvimento do turismo nacional através de campanhas de propaganda e de outros meios de difusão (arte e cinema), onde o espaço português era promovido no estrangeiro. No sentido de estimular o desenvolvimento turístico nacional foi criada uma nova imagem do país através da estetização da cultura tradicional. Foram tomadas medidas para a melhoria das condições de acessibilidade e construíram-se novos equipamentos hoteleiros competitivos de forma a atrair o turismo internacional. *“A criação de organizações institucionais e de novos mecanismos de estímulo ao turismo durante a primeira metade da década de 50 do século XX, que em muitos aspectos não traziam novidade, teve o mérito de antecipar as mudanças previsíveis e de dar coerência à política turística.”*³² Para atrair o público estrangeiro com maior poder de compra os investimentos surgiram sobretudo em hotéis modernos e elegantes deixando de parte os pequenos hotéis de negócio familiar. Já em 1956 existiam dez pousadas, vinte e uma estalagens, sete hotéis de luxo, trinta e três hotéis de primeira classe, quarenta e seis hotéis de segunda classe e noventa e um hotéis de terceira classe.

A posição marginal de Portugal em relação aos mercados emissores continuava a dificultar a chegada de estrangeiros. Por esse motivo e dada a importância atribuída ao turismo externo, no início dos anos cinquenta, *“(…) apontam-se intervenções nos transportes (carreiras a vapor para o Brasil e EUA; comboio rápido e confortável para a Europa; ligações aéreas) e nas vias (melhoramento da rede de estradas, em relação com a difusão acelerada do automóvel), que aproximasse o país das áreas emissoras, em termos de tempo e de custo (…)”*³³. A acrescentar a todas estas medidas dá-se o aparecimento da aviação comercial e a acessibilidade ao automóvel, o que culmina na expansão do turismo externo em pleno desenvolvimento.

A partir dos anos 60, o turismo de luxo é extremamente valorizado. Em 1963, chegam do estrangeiro cerca de 514 mil visitantes registando-se *“receitas por turista bastante elevadas, pela participação de visitantes ricos (americanos e ingleses), (e) procura acentuada dos estabelecimentos hoteleiros de luxo, 1.ª e 2.ª classes”*³⁴ Apesar de surgirem novas formas de turismo mais económicas (parques de campismo e caravanismo, albergues de juventude...), o turismo de luxo conti-

nuava a predominar. Em 1966, a presença de visitantes abastados continua a prevalecer, provenientes sobretudo do Reino Unido, dos EUA, de França, da Alemanha e de Espanha.

Se no início dos anos 70, se registaram os máximos de entradas do turismo estrangeiro, os anos que se seguiram não foram tão favoráveis devido à crise económica internacional, mas sobretudo, devido ao ambiente de instabilidade que se fazia sentir em Portugal aquando da Revolução dos Cravos de 1974 (25 de Abril). No entanto, a recuperação fez-se rapidamente e, em 1977, a entrada de estrangeiros em Portugal já havia ultrapassado os valores de 1973.

Quanto ao turismo interno, este teve sempre um papel secundário no que diz respeito à *“criação de formas de alojamento e outros equipamentos turísticos que se adaptem da melhor maneira às diversas categorias, do ponto de vista da capacidade económica por que se distribui a população portuguesa.”*³⁵ No entanto, no IV Plano de Fomento já se verificava a vontade de tornar o turismo mais acessível ao mercado nacional sendo inclusive considerado como uma necessidade social. Assim, em 1976, constatava-se um maior equilíbrio entre o turista interno e o estrangeiro mas nada que se compare com os restantes países da Europa.

A distribuição do turismo em Portugal Continental no ano de 1966 favorece sobretudo Lisboa (54%) e o Algarve (13%). A sazonalidade ganha bastante expressão, registando-se a maior taxa de ocupação concentrada nos meses de Julho, Agosto e Setembro. Por volta de 1976, a atracção pelo litoral, principalmente pelos visitantes estrangeiros revelou-se bastante evidente, sendo eleito o litoral algarvio o destino por excelência. Quanto aos turistas nacionais, verifica-se a preferência pelo interior Tejo, as cidades de Lisboa e Porto, e o Algarve pela classe mais abastada. Portugal posiciona-se assim como forte destino turístico sendo que *“taxas de crescimento verificadas entre 1978 e 1987 não tiveram rival em qualquer outro país europeu, com excepção da Grécia, e durante a década de oitenta as entradas de turistas cresceram o triplo das verificadas a nível mundial, o que permitiu a Portugal posicionar-se entre os 15 primeiros destinos do globo.”*³⁶

Devido à crise económica mundial que se estabeleceu nos primeiros anos da década de noventa e à incapacidade por parte do turismo português de dar resposta às novas tendências da procura internacional, o turismo em Portugal reco-

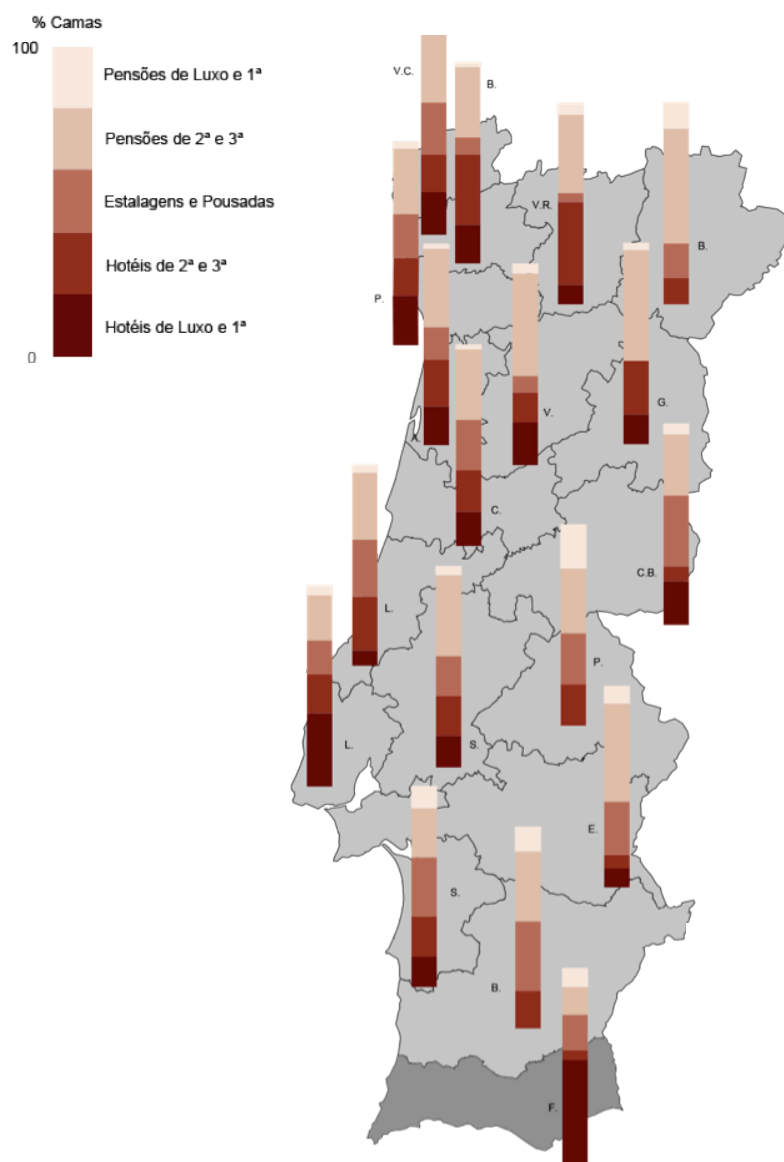
nece um período de perda de dinamismo. No entanto, a meio da década de noventa o turismo retoma o sentido crescente motivado sobretudo pela realização da “Expo 98”. Ainda assim, os resultados foram inferiores aos alcançados a nível mundial e europeu. Nesse momento o tipo de turismo predominante era o excursionismo praticado sobretudo pelos visitantes espanhóis. Quanto ao turismo nacional este aumentou substancialmente; apenas entre o ano 1998 e 1999 houve um aumento de 18% de portugueses que gozaram férias fora da sua residência habitual.

*“A chegada do novo milénio e a adesão à moeda europeia criaram uma onda de optimismo, que se reforçou com os sinais positivos registados nos dois primeiros anos, mas cedo se esvaneceu.”*³⁷ No entanto, o número de turistas voltou a aumentar em 2007 registando-se aproximadamente 40 milhões dormidas em estabelecimentos hoteleiros de turistas nacionais e estrangeiros. A partir de 2008 volta a verificar-se um crescente retrocesso registando-se um total de 39 227 938 dormidas, em 2009 um total de 36 457 069 e em 2010 uma ligeira subida para 37 391 291 dormidas em estabelecimentos hoteleiros de turistas nacionais e estrangeiros. Importa verificar que estes dados são referentes às dormidas em estabelecimentos hoteleiros, excluindo todas as outras formas de acomodação, nomeadamente campismo, residência secundária, estabelecimentos rurais, etc.

Pode-se concluir que o Turismo em Portugal registou um crescimento muito repentino, sobretudo entre os anos de 1978 e 1987 o que se traduziu em profundas transformações muitas vezes demasiado precipitadas. *“O elevado crescimento da procura originou euforias desmesuradas, produziu efeitos perversos e desenvolveu o espírito de lucro fácil. As expectativas empresariais passaram a fundar-se mais na euforia do que na racionalidade e mais na intuição do que no conhecimento.”*³⁸

O turismo tornou-se assim na actividade económica de eleição gerando uma forte dependência perante o seu sucesso ou insucesso, desenvolvendo-se *“muito desigualmente entre as regiões, contribuindo para uma maior polarização e especialização regional, quando se pretendia que ajudasse a atenuar desequilíbrios regionais.”*³⁹ Para combater a extrema dependência deste tipo de turismo de ‘sol e mar’ e para harmonizar o espaço territorial português, têm-se realizado esforços de

modo a diversificar a oferta do produto. Para tal tem-se vindo a apostar cada vez mais em novas temáticas turísticas de forma a alcançar mais e novos mercados emissores. Temas como gastronomia, turismo cultural e paisagístico, turismo de saúde e bem-estar e turismo rural são uma alternativa para alargar o leque do mercado do turismo português e garantir-lhe uma melhor e maior viabilidade económica, pois não se encontra preso apenas a um factor de atracção nem a uma região.

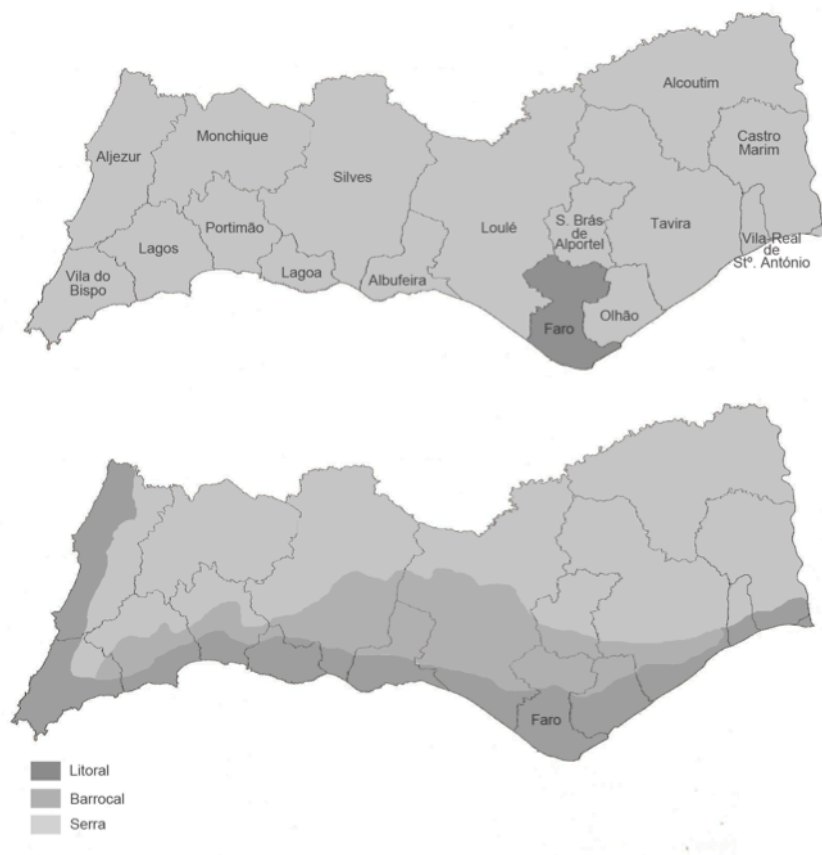


07 Nível regional do equipamento hoteleiro, em 1970

Turismo na Região do Algarve

Enquadramento histórico e geográfico

O Algarve foi a última região a ser conquistada aos Mouros e a fazer parte, em 1292, do Reino de Portugal. As influências muçulmanas são bastante visíveis por toda a região, e o próprio topónimo “Algarve” é de origem Muçulmana, provindo do termo “al-Gharb” – o Oeste. Esta é uma região histórica localizada no extremo sul de Portugal Continental e possui uma extensa costa com cerca de 150 km, banhada pelo Oceano Atlântico. Com 4 996 Km² de área, o Algarve possui uma população residente de cerca de 451 005 habitantes (Censos 2011), sendo a densidade populacional média de cerca de 80 hab/Km² distribuída por dezasseis concelhos. A cidade de Faro é a capital do Algarve com uma área de 201,6 Km² e os restantes concelhos são: Alcoutim, Aljezur, Albufeira, Castro Marim, Loulé, Lagos, Lagoa, Monchique, Olhão, Portimão, São Brás de Alportel, Silves, Tavira, Vila do Bispo e Vila Real de Santo António.



08 Região do Algarve

A Região do Algarve subdivide-se em três faixas principais: o litoral, o barrocal e a serra. O **litoral** caracteriza-se pelos solos húmidos e férteis, onde abundam os pomares e a produção hortícola. Para além da actividade turística; a agricultura, a pesca, a indústria e os serviços são as principais fontes de rendimento. É no litoral que se concentra a grande maioria da população residente e turística, as principais infra-estruturas, equipamentos e actividades económicas.

Em termos paisagísticos, o litoral é muito diversificado, variando entre costas abruptas, amplos areais, grutas, lagunas recortadas, sapais e outras formações. Os seus *“contornos movimentados e irregulares definem ora pequenos arcos de areia, ao abrigo de blocos-testemunhos salientes, contra os quais as vagas vão exercendo a sua força erosiva – praias de D. Ana, do Carvoeiro, de Albufeira - ora largas extensões, mais abertas, como a Meia Praia de Lagos ou o litoral da Balaia e de Quarteira.”*⁴⁰

As praias são a principal atracção turística do Algarve, não só pelo bom tempo, mas também devido às águas límpidas, tépidas e calmas, sendo a qualidade de grande parte destas praias reconhecida a nível europeu pela “Bandeira Azul”.

Na orla costeira é possível observar um sistema ecológico de grande biodiversidade, como aves autóctones, aves aquáticas (devido às zonas húmidas da ria), moluscos e crustáceos (que representam a principal fonte de rendimento dos marisqueiros do sul), concentrados sobretudo ao longo da Ria Formosa (Parque Natural protegido). Na zona da Ria Formosa a costa deixa de ser regular passando a apresentar-se como uma trama formada por ilhas, línguas de areia e zonas pantanosas, estendendo-se ao longo de sessenta quilómetros e abrangendo uma área de cerca de 18 400 hectares.

*“Desde a barra de Tavira até á barreta de Faro (perto de 8 leg.) correm paralelamente á costa diversas ilhas de areia, as quaes formão hum canal ou esteiro navegavel na preamar com varias aberturas que fazem as barras da Fuzeta, grande Faro, ou de Olhão, de Armona, de Junot, e barreta, que fica na ponta mais occidental das ilhas.”*⁴¹ Actualmente reconhece-se a ilha de Faro, a Barreta, a Culatra, a Fuzeta e a Armona em Olhão e a ilha de Tavira, como sendo as de maior dimensão e fácil acesso.

Quanto ao **barrocal**, uma zona de transição entre o litoral e a serra, é constituído por rochas calcárias e xistosas. Aqui desenvolvem-se as principais actividades fornecedoras de produtos agrícolas da região, desenvolvendo culturas de alfarrobeiras, figueiras, oliveiras e amendoeiras, o chamado “pomar de sequeiro”. O barrocal é constituído por encostas de pouca altitude e protegidas a norte pela serra, o que confere marcadas características mediterrâneas à vegetação. A diferenciação entre litoral e barrocal tem vindo a esbater-se sobretudo devido à saturação das áreas costeiras disponíveis para usos urbanos, levando à melhoria das infra-estruturas, sobretudo, no que diz respeito às acessibilidades à zona do barrocal.



09 Barrocal Algarvio

Por fim, a **serra**, que ocupa 50% do território é formada essencialmente, por rochas xistosas e algumas graníticas. Aqui predominam áreas cobertas por uma vegetação arbustiva e arbórea, onde se destacam as estevas, o medronheiro e o sobreiro, apesar de grande parte dos solos apresentar características pobres.

Os principais conjuntos montanhosos são a Serra de Monchique a oeste, onde se situa a Fóia, ponto mais alto do Algarve (novecentos metros), e a Serra do Caldeirão que faz fronteira com o Alentejo a norte e com a Espanha a oriente. A Serra algarvia possui um baixo dinamismo, sobretudo ao nível socio-económico, baixo índice populacional e relativa falta de acessibilidades.



10 Serra de Monchique – Fóia



11 Serra do Caldeirão

A posição geográfica do Algarve confere-lhe também algumas particularidades climáticas especiais, pois apesar de se situar junto ao Oceano Atlântico, dispõe de um clima temperado de características mediterrânicas. *“Pela sua exposição face o sul, e pela protecção da dorsal montanhosa no sentido oeste-leste, formada pelas Serras do Caldeirão e de Monchique, o Algarve constitui um retalho mediterrâneo à beira do oceano, caracterizado pela pequena quantidade de precipitação anual (...), pela forte insolação e pela temperatura relativamente alta do ar, mas suavizada durante o Verão pelas brisas marítimas.”*⁴²

Devido ao seu relevo e à sua posição geográfica, o Algarve recebe variadíssimas influências climáticas: do continente europeu ao norte de África, do Oceano Atlântico ao Mediterrâneo. As temperaturas máximas oscilam, ao longo do ano, entre os 15°C e os 31°C, não se registando mínimas negativas no Inverno. *“O conhecimento dos aspectos climáticos do Algarve mostram que, na verdade, este reúne condições óptimas para a vida balnear, permitindo uma longa estação, de Abril a Novembro, de modo a tornar menos sensíveis as flutuações do movimento de turistas e a facilitar a exploração das actividades a ele ligadas.”*⁴³

Economia

Inicialmente, o Algarve subsistia da exportação de produtos como o azeite, o vinho, os frutos secos e da actividade piscatória. A partir do séc. XIX, registou-se um novo período de expansão económica assente no desenvolvimento das novas tecnologias e nos novos produtos com origem nas duas matérias-primas mais abundantes do Algarve, o peixe do litoral e a cortiça abundante da serra. Com a invenção das conservas em lata, a pesca reafirmou a sua importância na base económica da região, originando o aparecimento de armações de atum e sardinha ao longo da costa algarvia e dezenas de fábricas associadas à crescente indústria conserveira. Contudo, o crescimento exponencial da população na região e o contexto do pós-guerra, introduziram novas premissas que culminaram com a quebra de produção e encerramento das fábricas de cortiça, assim como o declínio da indústria conserveira, originando um fenómeno de emigração acentuado.

Em Maio de 1911 é criada a Repartição de Turismo no Ministério de Fomento e em 1935 realiza-se o 1º Congresso Nacional de Turismo, no entanto, a actividade turística só atinge uma forte aceleração no início da década de sessenta.



12 1º Congresso Nacional de Turismo - Joaquim Roque da Fonseca

A indústria do turismo visava-se bastante promissora não apenas como actividade económica isolada mas também como motor de atenuação da crise que se começava a instalar nas principais actividades económicas algarvias. Assim, revelou-se urgente o aumento da capacidade de recepção uma vez que “(...) o *Algarve, dominado por um povoamento costeiro, em que quase todas as aglomerações importantes se situavam à beira-mar, oferecia já as infra-estruturas mínimas para uma promoção destacada.*”⁴⁴

Todas as atenções se voltaram para o desenvolvimento da indústria do turismo, pois esta poderia prestar um notável contributo para a estabilidade financeira uma vez que abarcava em si vários sectores de actividades – construção civil e indústria, hotelaria, transportes, artesanato, agricultura, pecuária, pesca, etc. Os postos de emprego melhor remunerados eram os que se relacionavam directamente com a indústria do turismo e, muitas vezes, não necessitavam de formação académica, destacando-se a construção civil e o serviço doméstico.

Este fenómeno que se traduziu num substancial êxodo rural, juntamente com a crescente emigração, levaram a uma grande crise ao nível de mão-de-obra no meio rural. Embora fosse “(...) *do turismo que se espera(va) o impulso para o desenvolvimento da agricultura, através do fornecimento às unidades hoteleiras de produtos de qualidade, mediante contratos de produção-consumo entre organizações de agricultores e de turismo (...)*”⁴⁵. Tal intenção não se revelou viável uma vez que grande parte dos hotéis continuava a abastecer-se na capital pois o mercado regional não se revelava competitivo o suficiente. A falta de mão-de-obra e a dificuldade em cultivar certos produtos durante a época de maior calor, que por sua vez, correspondia à época de maior fluxo turístico, fizeram com que a agricultura perdesse o seu papel económico ao nível regional.

O mesmo acontece com a Serra Algarvia, onde actividades como a cultura de cereais, a criação de porcos em regime pastoril, a produção de mel, carvão e aguardente de medronho e a venda de cortiça perdem o total papel económico regional. “*Dum extremo ao outro, a Serra perde definitivamente ou estacionalmente a população activa, não apenas a favor da província, mas também dos países industrializados da Europa.*”⁴⁶

Uma vez que, a agricultura tradicional de auto-consumo era pobre e não gerava rendimentos e a agricultura especializada e mercantil não tinha competitividade face aos mercados concorrentes; a actividade agrícola, sobretudo a tradicional, sofreu algum decréscimo. *“Entre 1952 e 2005, o número de explorações agrícolas passa de 38 014 a 14 721, número que inclui as explorações entretanto criadas.”*⁴⁷. Em 1992, surge no baixo Algarve uma agricultura de forte carácter empresarial que agrava a crise agrícola sentida na serra uma vez que muitas das explorações agrícolas eram de carácter familiar e nas quais grande parte dos membros do seu agregado eram iletrados. *“A falta de preparação escolar e profissional dos agentes comprometidos na exploração de sistemas agrícolas é, de facto, neste momento, o maior obstáculo ao melhoramento das terras agrícolas e portanto do êxito económico da agricultura e do seu prestígio social.”*⁴⁸ Depois de constatada a crise que se fazia sentir nas actividades económicas tradicionais, surgiu a real consciência de que grande parte da entrada de divisas dependia, única e exclusivamente da indústria do turismo.

Se é verdade que o turismo e actividades conexas proporcionam actualmente um maior nível de rendimento e afirmam-se como economicamente preponderantes, absorvendo grande parte dos recursos regionais (mão-de-obra, capitais, terrenos) é igualmente verdade, que existem limites que rapidamente se esgotam, sobretudo quando se trata de uma actividade económica tão dependente das modas e tendências internacionais. Assim surge a preocupação em desenvolver realmente o turismo num contexto mais global, onde se proporcionam postos de trabalho de modo a que a população não seja forçada a emigrar e onde se estimula o incremento da actividade secundária e terciária, através do aumento da procura dos bens de consumo e de serviços por parte dos turistas.

Nesse sentido, alguns promotores privados asseguraram nos seus planos de expansão urbana de turismo uma parcela para a actividade agrícola, de modo a existir um abastecimento de produtos alimentares para os turistas, como por exemplo Vale do Lobo e Vilamoura. Em 1964, estas preocupações tornam-se oficiais acabando por figurar no *“Plano Intercalar e no III Plano de Fomento. Quando o turismo se desenvolve, há turistas para alimentar e não há rede de distribuição que sirva uma região periférica, de um País fechado; entre turismo e*

agricultura há mais sinergias do que conflitos.”⁴⁹ Em 1985, as preocupações persistem e é proposto que se valorizem os recursos endógenos de modo a estimular o consumo dos produtos das actividades regionais por parte dos turistas, no Programa de Desenvolvimento Regional para 1986-1990. Essa intenção prevalece, e em 2007 “(...) *ainda se insiste na maior internalização dos efeitos da procura turística na economia regional, designadamente na agricultura, pecuária e pesca.*”⁵⁰. Actualmente o sector de actividade mais importante é o terciário (comércio e serviços), resultado da principal actividade económica - o turismo - representando cerca de 60% do total de emprego e 66% do PIB regional, recebendo anualmente cerca de 5 milhões de turistas.

Hospitalidade e Cultura

Um factor decisivo na indústria do turismo é a hospitalidade e acolhimento. Este não se faz apenas nos postos de turismo, ou na recepção do hotel, para “(...) *ser um factor decisivo de carácter industrial ao nível da região, torna-se necessário transformá-lo numa prática quotidiana e consciente, assumida por todos os participantes no fenómeno turístico.*”⁵¹

No Algarve esta é uma realidade evidente. Sendo o turismo a principal actividade económica torna-se fundamental que a “arte do bem servir” seja evidente, sobretudo porque esta constitui cada vez mais um factor de atracção para o turista e um incentivo para o seu regresso. J.D.Urbain leva a questão da hospitalidade ao extremo, afirmando que: “*L’hospitalité n’est plus qu’une technique de vente de biens et de services normalises au meilleur prix.*”⁵²

É, por isso, importante que os profissionais de hotelaria, guias turísticos e os funcionários dos postos de turismo possam usufruir de ensino profissional para aperfeiçoarem as suas capacidades. No Algarve, esta situação tem-se revelado um pouco preocupante uma vez que apenas existem dois núcleos de ensino profissional, um em Faro e o outro em Portimão.

Se por um lado é importante agradar ao turista, também é necessário que o Algarve mantenha a sua própria identidade. Para tudo isto é necessário encontrar um equilíbrio. Agradar o turista não significa abdicar dos nossos próprios costumes e hábitos em detrimento da cultura do turista alvo. *“Para alguns que nos visitam nem exprimimos a cultura portuguesa nem exprimimos qualquer cultura.”*⁵³ É preciso elevar a cultura da região e saber tirar partido dela.



13 Falares

Recursos Turísticos:

No Algarve, as praias constituem o recurso turístico primordial que move todos os outros. Este tema não será desenvolvido, deixando espaço para abordar os restantes recursos turísticos que se encontram menos explorados.



14 Praia da Rocha

Acessibilidade e transportes

A condição geográfica do Algarve contribuiu, em grande escala, para o seu isolamento durante vários séculos, no entanto, a região desenvolveu-se graças às comunicações marítimas e fluviais, que apesar de se terem revelado bastante significativas, foram posteriormente substituídas pelas vias de comunicação terrestres - estradas e caminhos-de-ferro - que adquiriram um papel preponderante no desenvolvimento desta região.

Inicialmente as estradas algarvias eram “(...) *menos más na beira mar, no barrocal peiores, e na serra péssimas.*”⁵⁴ Esta situação surge devido à concentração dos principais núcleos de povoamento romano junto à costa, fazendo com que a principal via romana do Algarve tenha sido realizada próxima da linha costeira. No entanto, em 1848 já se registavam no Algarve sete ligações com o Alentejo, fruto da vontade de ligar as várias regiões do país. No século XIX, apenas existia a estrada litoral que assumia um papel preponderante na região algarvia, por interligar as povoações mais importantes.

A situação viária nacional evoluiu e o automóvel entra em Portugal em 1893. No início do século XX, assiste-se a um aumento exponencial do uso do automóvel e, em 1945, a estrada real N^o78 passa a ser classificada como estrada nacional (EN) 125, estabelecendo a ligação entre Vila do Bispo e Vila Real de Santo António, numa extensão de 157km.

O crescimento do turismo na região do Algarve durante os anos 60, estimulou o desenvolvimento das vias de comunicação que culminou em 2002, com uma nova campanha de infra-estruturas, das quais resultaram as auto-estradas A2 e A22, fortalecendo e intensificando os acessos às redes viárias portuguesas – a nível nacional e regional.

Actualmente, o Algarve usufrui de boas ligações internas com outras cidades portuguesas, e externas com os restantes países do mundo, não apenas em termos rodoviários, mas também ao nível de transportes ferroviários, aéreos e marítimos.

A ferrovia surge tardiamente, desencadeada pela ligação Barreiro - Beja, em 1864, e permite a ligação a Faro apenas em 1889. Actualmente a CP (Comboios de Portugal) oferece uma vasta rede de comboios que assegura a cobertura do território continental, através dos seus serviços: Alfa Pendular, Inter-cidades e Inter-regionais.

Em termos de transportes aéreos, a Região do Algarve é dotada de um aeroporto localizado a quatro quilómetros de Faro, o Aeroporto Internacional de Faro (FAO), em funcionamento desde 11 de Julho de 1965, onde as diversas companhias garantem deslocações regulares, fazendo da região um ponto de escala privilegiado de partidas e chegadas. Este é, actualmente, o terceiro maior aeroporto em termos de tráfego em Portugal, em 2011 desembarcaram 2 776 223 passageiros; e o principal aeroporto turístico do país, sendo que, em 2011, Lisboa representou em termos de tráfego internacional 84% do total, no Porto figurou 80,3% e em Faro 92,1%.⁵⁵

Quanto à acessibilidade marítima esta ganha maior expressão ao nível das marinas, que constituem uma das motivações primárias para a captação de turistas para o Algarve e que atrai visitantes sobretudo da classe média e alta. Entre as várias marinas e portos de recreio as que se destacam pela sua qualidade são as de Albufeira, Lagos e Vilamoura, que ostentam a classificação máxima de cinco «âncoras de ouro» atribuída pela *The Yacht Harbor Association* e colocam o Algarve na liderança do turismo náutico ao nível nacional. No que diz respeito a cruzeiros, Portimão possui o único porto de cruzeiros do Algarve, actividade iniciada em 1996.



15 Chegada do primeiro comboio à Estação de Faro, 1889



16 Estação de Faro, 2013



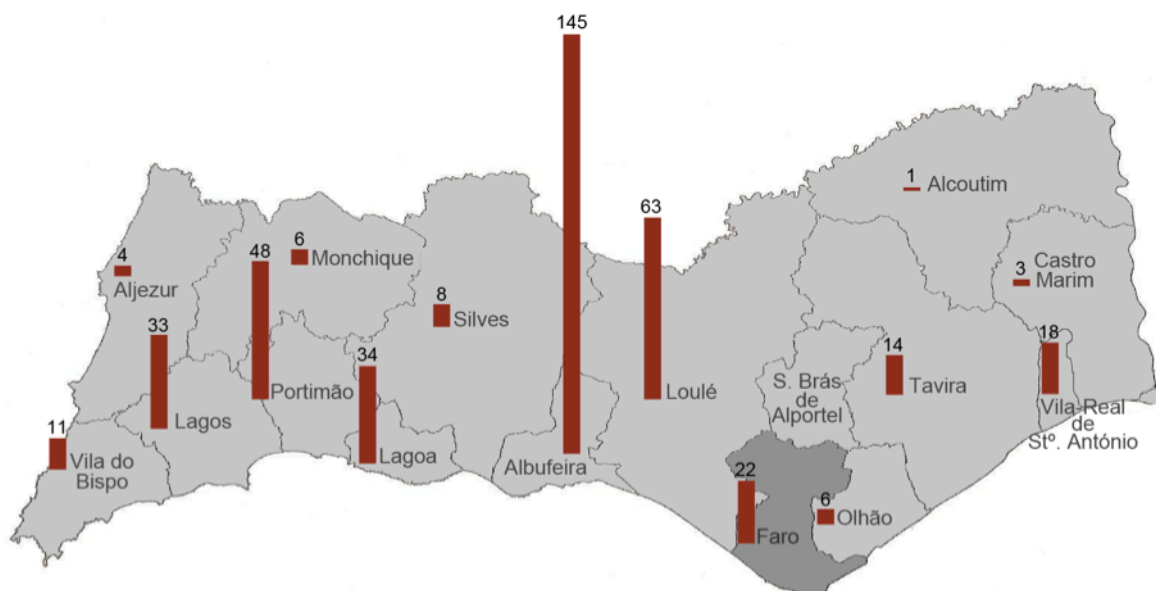
17 Inauguração do Aeroporto de Faro, 1965



18 Aeroporto de Faro, 2013

Serviços e Infra-estruturas

No Algarve é possível encontrar uma vasta oferta de alojamento, desde estabelecimentos hoteleiros com classificações elevadas, resorts, apartamentos, moradias, até aos parques de campismo, pousadas, hotéis rurais, entre outros que se encontram disponíveis ao longo de toda a região mas predominantemente concentrados junto à zona litoral. No ano de 2001 foram registados um total de 384 alojamentos hoteleiros e complementares (dados referidos a 31 de Julho de 2001; fonte: INE) e em 2010 este número aumentou para 412 alojamentos hoteleiros e complementares (dados referidos a 31 de Julho de 2010; fonte: INE).



19 Número de alojamentos por concelho em 2011

Para acompanhar as novas tendências, têm surgido cada vez mais hotéis de luxo e resorts, que para além de possuírem uma localização estratégica, são muitas vezes dotados de múltiplas instalações e serviços, tais como piscinas, campos multi-desportivos, clubes infantis, spas, salas de jogos, restaurantes e bares, entre outros. O turismo rural tem vindo também a expandir-se progressivamente e revela-se cada vez mais uma alternativa ao típico turismo de *'sol e mar'*. O turismo desportivo tem igualmente adquirido expressão no Algarve, não apenas pela sua potencialidade marítima que proporciona desportos aquáticos desenvolvidos sobretudo a partir das praias e marinas, mas também pelos inúmeros campos de golfe (trinta campos) que atrai cada vez mais golfistas ao longo de todo o ano. Os parques temáticos como o Zoomarine, o Krazy World, o AquaShow e o Slide & Splash são equipamentos turísticos existentes que atraem especialmente famílias e grupos jovens.

Para além dos importantes atractivos turísticos e dos espaços de alojamento que uma região como o Algarve deve possuir, existem ainda uma série de infra-estruturas (água, electricidade, gás, fibra óptica, saneamento) e serviços, entre os quais hospitais, farmácias, correios, bancos, restaurantes, centros comerciais, transportes que proporcionem ao turista uma cómoda estadia.

III Capítulo As múltiplas faces do Turismo no Algarve

Introdução

Como verificámos no capítulo anterior o Turismo no Algarve surgiu como forma de combater a crise económica que se instalava em todo o país. Perante o vislumbrar de uma saída relativamente fácil desta situação precária, a ambição e a dificuldade em legislar levaram ao crescimento turístico descontrolado sem se olhar a meios para atingir os objectivos. Surgiram portanto diferentes modelos de negócio, bem como, novos padrões de urbanismo. Toda esta situação gerou uma imensa polémica. Havia quem fosse a favor do turismo de massas porque aumentava os níveis de riqueza da região, no entanto, também havia quem tivesse opinião oposta tendo como pretexto a degradação do Algarve.

Quanto ao desenvolvimento urbano, este “(...) *alterna padrões mais ou menos convencionais – cidades e as suas expansões, povoamento disperso ou aglomerado de média-baixa densidade com raiz no povoamento rural – e novos padrões de urbanização atípicos resultantes de múltiplas tipologias e escalas da urbanização turística: resorts, golfes, aldeamentos, parques temáticos, vivendas dispersas, frentes de mar, etc.*”⁵⁶ É no grupo dos padrões de urbanização turística que este estudo incide, tentando compreender melhor cada um deles, verificando a “(...) *importância avassaladora do turismo e as suas múltiplas formas, escalas, contextos, edifícios, etc., ou seja, o papel de uma fileira económica na produção de território e de urbanização.*”⁵⁷

A urbanização turística revela-se uma prática urbana singular. Assim, para além do devido abastecimento de águas, sistema de esgotos, iluminação, pavimentação, serviços de assistência sanitária, abastecimento de alimentos, entre outros serviços infra-estruturais que necessitam ser previstos, sobretudo devido ao aumento da população durante as épocas altas, é necessária também a produção de novas edificações destinadas às actividades turísticas de forma directa (hotéis, apartamentos, restaurantes, discotecas, parques temáticos, etc.) ou indirecta (comércio, bancos, postos de assistência médica, igrejas, etc.).

No sentido de acompanhar as novas tendências do turismo foi necessário criar não apenas infra-estruturas e equipamentos que tornassem o destino do Algarve competitivo, mas também uma diversidade cada vez maior de modelos de

negócio e de alojamentos turísticos de modo a dar resposta aos diferentes tipos de clientes e às suas expectativas.

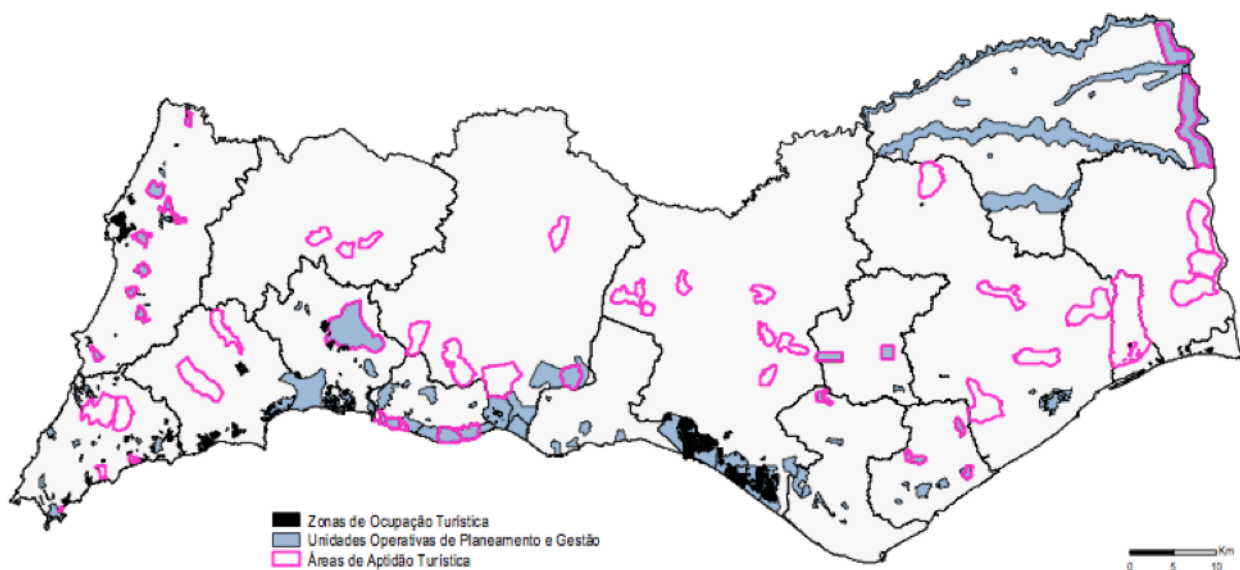
Quanto aos **modelos de negócio**, desde “(...) *as primeiras intervenções dos primeiros pioneiros, o turismo do Algarve integra dois modelos de negócio: as estadias temporárias em hospedagem onerosa e o turismo residencial.*”⁵⁸ As estadias temporárias em hospedagem onerosa representam o modelo de negócio mais imediato pois não implicam um investimento elevado num curto espaço de tempo. Por outro lado, o turismo residencial consiste na “(...) *aquisição, por não residentes, na região, de uma casa para a vivência do tempo livre, em geral no quadro de um empreendimento turístico, para utilização exclusiva (temporária ou permanente), para rendimento exclusivo ou uma combinação de utilização e de rendimento.*”⁵⁹ Devido a motivações pessoais como sendo a curiosidade por um novo estilo de vida, o prazer da estadia, a exibição de um certo estatuto social ou devido a motivações financeiras (o rendimento a partir da exploração turística do imóvel ou até da sua revenda a curto ou médio prazo) tornaram o turismo residencial bastante competitivo.

No entanto, este modelo de negócio revelou-se um dos mais polémicos pois gera problemas socioculturais, políticos, económicos e territoriais. A casa de tempo livre do turismo residencial, pode “(...) *ser elemento da edificação dispersa ou estar integrada num núcleo urbano de habitação da população local (...)*”⁶⁰. No caso da edificação dispersa os seus efeitos mais significativos são sobretudo ao nível territorial pois essa dispersão dá origem a uma “crescente construção de vivendas isoladas”, à “proliferação de casas ao longo das estradas” e à recuperação pontual de casa em meio rural. No que diz respeito à edificação integrada num núcleo urbano de habitação de população local, esta gera alguns conflitos ao nível sociocultural pois a sazonalidade afecta drasticamente os ritmos do quotidiano.

Também os modelos de alojamento vieram a complicar a classificação daquilo que é o urbanismo turístico, pois para além do alojamento turístico classificado (hotéis, aparthotéis, parques de campismo, etc.), existe ainda uma série de outras formas de alojamento entre as quais o aluguer de quartos ou partes de casas privadas, a segunda residência, as ditas “camas paralelas” (estadias temporárias em hospedagem onerosa em alojamento não classificado pela DGT),

entre outras formas de alojamento turístico de difícil identificação e que permitem uma maior dispersão do turismo no espaço.

Assim, torna-se perfeitamente legítima a confusão gerada aquando da tentativa realizada pelo PROTAL, de classificar o solo e os seus padrões de ocupação e edificação. É, no entanto, objectivo deste estudo não enclausurar estas múltiplas formas de urbanização turística em taxionomias encerradas, mas sim compreender o modo como a ocupação do solo tem sido classificada, segundo que convicções; e verificar a partir de alguns casos de estudo, a forma como o turismo se tem vindo a *territorializar* no Algarve.



20 Áreas de Aptidão Turística, Zonas de Ocupação Turística e Unidades operativas de Planeamento e gestão delimitadas pelo PDM

O Plano Regional de Ordenamento do Território do Algarve, PROTAL, e os seus impasses

A região do Algarve revela um ritmo de ocupação do solo para usos urbanos bastante acima da média das demais regiões do continente, reflectindo a enorme pressão do crescente parque habitacional. De facto, a área urbana duplicou em dezasseis anos (entre 1990 e 2006), sendo largamente a região com um ritmo de ocupação do território mais acentuado. No entanto, essa rede urbana revela-se maioritariamente fragmentada e formada por justaposição de aglomerados urbanos “incompletos”. Tornando-se, por isso, urgente a sua transformação numa rede urbana coerente e ordenada, capaz de dinamizar a economia e reforçar a projecção internacional do Algarve; medida que exige uma ocupação do solo económica e socialmente mais racional. Sendo a fileira turística a principal actividade económica do Algarve, esta origina processos de territorialização muito diversos, desde formas urbanas intensas e compactas até formas urbanas extensivas e descontinuadas.

A urbanização desenfreada teve início aquando da construção do Aeroporto Internacional de Faro, originando a especulação sobre terrenos rurais susceptíveis de serem valorizados pela urbanização turística. Deste modo, surgiram os primeiros núcleos turísticos fora dos perímetros urbanos em ambiente de resort, através de projectos pioneiros de “cidades turísticas” (caso de Vilamoura) e surgem os primeiros núcleos urbano-turísticos segundo dois modelos: o primeiro tem origem na expansão da periferia da cidade (caso de Silves), o segundo surge da densificação da edificação existente (caso de Albufeira). Na década de noventa, aquando da tentativa de travar a expansão urbana dispersa, consolidam-se alguns núcleos urbano-turísticos a partir da sua expansão orgânica e a integração de outros focos da dinâmica urbana dispersa, localizada a poucos quilómetros (caso de Alvor/Praia da Rocha).

Perante a pressão urbanística exercida na Região do Algarve surge a necessidade de tomar medidas. Assim, em 2003, surge a proposta de implementar limitações no sentido de impedir a expansão da construção para além de um certo patamar, uma vez que esta atingiu volumes não sustentáveis quer ao nível ambiental e urbano, quer em termos de absorção do mercado. Esta urbanização avassaladora conferiu uma série de patologias à região algarvia motivadas sobretu-

do pelas decisões da Intervenção pública, pelo facto de se permitir a urbanização dispersa e desrespeitar a legislação no que toca à faixa costeira. A quase ausência de planeamento urbanístico à escala local e a incapacidade do sistema político e administrativo do turismo em integrar as novas modalidades de alojamento turístico contribuíram para a actual imagem da região.

A região do Algarve possui três quartos do seu território classificado como área protegida, podendo esta recair numa ou mais das seguintes categorias: RAN, REN, Rede Natura e Área Protegida. *“Embora apenas um quarto do solo do Algarve não tenha quaisquer restrições à construção por não se enquadrar em nenhuma das anteriores categorias, tal não tem sido suficiente para disciplinar a ocupação do solo. Na verdade, quase se pode acrescentar que as medidas fortemente restritivas fomentam atitudes mais facilitadoras por parte dos agentes públicos que fazem uma interpretação relativamente mais flexível da legislação, de forma a obviar as restrições excessivas de ocupação do solo.”*⁶¹ Numa dinâmica económica, social e territorial que constituem a urbanização turística podemos verificar que a sua expansão está altamente dependente da partilha de responsabilidades entre o Governo, a Administração Central e as Câmaras Municipais de um lado, e a iniciativa privada de outro. O ordenamento do território e as dinâmicas urbanas criam a imagem que será transmitida para o exterior pelo sector turístico. Embora o edificado não constitua uma das motivações turísticas, o certo é que é também, através da sua forma que a qualidade de vida dos cidadãos e dos turistas se pode traduzir.

Quadro II

O PROTAL identifica assim os principais pontos fracos e fortes do Algarve

Pontos Fortes

- Amenidade do clima e diversidade da paisagem;
- Condições favoráveis ao desenvolvimento dos sectores primário (aquacultura e hortofruticultura) e terciário (turismo);
- Enquadramento e atendimento ambiental (água, esgotos, resíduos sólidos) acima da média nacional;
- Boa rede de infra-estruturas nos domínios da educação e saúde a partir de 2000;
- Destacada projecção externa como destino turístico;
- Boas condições de segurança pública;
- Volume significativo de população flutuante na maior parte do ano.

Pontos Fortes

- Ausência de centro urbano regional de dimensão crítica;
- Insuficiente articulação no sistema urbano regional;
- Debilidade das infra-estruturas de apoio às actividades económicas;
- Acessibilidades ferroviárias e marítimas obsoletas e ausência de articulação intermodal;
- Baixo nível de qualificação da mão de obra;
- Forte sazonalidade na actividade económica e no emprego;
- Debilidade e pulverização do tecido empresarial;
- Debilidade nos sistemas de apoio social e de saúde;
- Dificuldade de inserção do aeroporto de Faro em rotas regulares e directas;
- Despesas acrescidas no dimensionamento de infra-estruturas destinadas a uma população muito superior à residente.

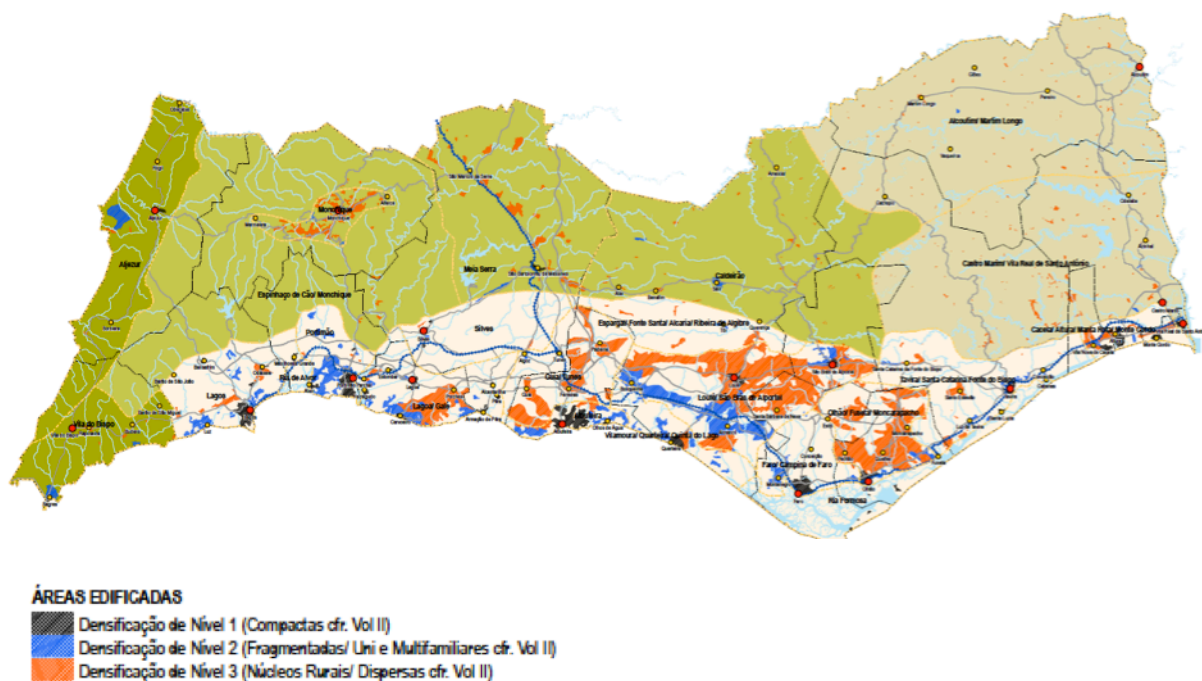
Fonte: PROTAL, *Relatório preliminar de caracterização e diagnóstico*, Vol. II, 2002, p.12.

O estudo dos documentos do PROTAL revela-se pertinente no sentido de verificar quais são as principais dificuldades na classificação e representação daquilo que constitui urbanização/edificação produzida pelo turismo. Torna-se urgente compreender as especificidades e heterogeneidades da espacialidade do turismo, dada a superabundância de regulamentos de uso do solo que em nada clarificam este assunto. As classificações são múltiplas “(...) *com muitas possibilidades de sobreposição, numa situação em que a ilusão de rigor que explica a categorização fina das classificações acaba, de facto, por omitir o todo que é a importância avassaladora do turismo e as suas múltiplas formas, escalas, contextos, edifícios, etc.*”⁶²

O PROTAL pretende expressar a estrutura do povoamento e as formas de apropriação e exploração do espaço na região do Algarve resultantes das características morfológicas, biofísicas e socio-económicas. No entanto, a dificuldade em caracterizar o total impacto do turismo no desenvolvimento urbano persiste. É importante esclarecer quais são as principais unidades e dinâmicas territoriais, as suas características dominantes e determinantes para clarificar as principais tipologias de ocupação, sobretudo as impulsionadas pelo turismo e as suas pluralidades.

Observando as inúmeras classes e subclasses existentes no PROTAL no quadro de – Padrões de ocupação de solo e ocupação edificada no espaço rural (quadro III) – verifica-se facilmente o impasse que existe principalmente no que toca ao turismo. Quando a questão do turismo apenas é introduzida nas chamadas “áreas turísticas” ou nos elementos isolados de “Hotel/Aparthotel” é posta em evidência a forma como o papel do turismo na produção de paisagem é encarado. A ideia de que o turismo fica retido em áreas ou elementos isolados revela a incompreensão de que a actividade turística não se restringe apenas ao alojamento ou a áreas previamente pensadas como turísticas, mas que se expande por todo o território deixando vestígios.

O PROTAL revela a dificuldade em tratar a leitura da transformação do território usando dicotomias habituais: rural/urbano; natural/artificial, etc.; mantendo velhas taxionomias que nada informam (ex: equipamentos) e criando leituras do território com categorias pouco esclarecedoras (urbanização de baixa densidade, urbanização de espaços rurais, etc.). Afirmações do PROTAL como “*Para além das classes claramente edificadas urbanas, deu-se uma atenção especial aos fenómenos com tipologias turísticas, e aos núcleos em espaço rural.*”, revelam a forma como o plano encara cada uma destas classes isoladamente sem que se tente compreender as suas sinergias e pontos de contacto.



21 Unidades e Sub-unidades Territoriais – PROTAL

Dicotomias

*“Há que resistir à tentação inevitável de pensar uma coisa por oposição a outra e, construir caminhos alternativos às dicotomias irresolúveis entre arte e ciência, economia e sociedade, cultura e tecnocracia.”*⁶³

Rural/Urbano

A dicotomia rural/urbano deixou de ser uma realidade há já algum tempo. Inicialmente a cidade correspondia ao território densamente urbanizado, o seu oposto era o rural, e a sua caracterização variava conforme a maior ou menor dimensão, densidade ou conotação histórica. A cidade possuía um centro fortemente consolidado onde se reuniam os principais serviços, equipamentos e, muitas vezes, o próprio centro histórico. A sua organização partia das três premissas: *urbis* (edificado, infra-estrutura), *polis* (polícia, política) e *civita* (cidadania, espaço público), todas elas concentradas num único local. Existia uma clara dicotomia entre cidade e periferia, a cidade era o centro cuja cultura era cosmopolita e a edificação era densa; a periferia correspondia ao seu exterior, sendo este desconfinado e disperso, cuja cultura era rural, dominada por um *tradicionalismo atávico*, encerrada em si mesma e a base económica era predominantemente agro-florestal.

Evolutivamente, a urbanização deixou de corresponder apenas aos cânones da cidade tradicional. A sociedade mudou, bem como os seus hábitos quotidianos e a sua forma de apropriação territorial, surgindo assim, novos contextos urbanos. A cidade canónica deixou de possuir o monopólio das infra-estruturas, estas passaram a dispersar-se ao longo do território, aumentando conseqüentemente a oportunidade da sua colonização. O incremento das acessibilidades, juntamente com o crescente uso do automóvel, permitiu reduzir o atrito territorial originando uma maior dispersão urbana uma vez que as proximidades físicas deixavam de ser primordiais.

Assim, surge o urbano extensivo, num momento em que a espacialidade é variável, as temporalidades são simultâneas e as “próteses” (como ruas, estradas, auto-estradas, redes de energia, telecomunicações, entre outros) transformaram a forma como a sociedade se organiza. Ao contrário da cidade tradicional que se desenvolvia em mancha de óleo, organizada e hierarquizada. Agora, o urbano caracteriza-se pela sobreposição de camadas diferentes onde a estufa se mistura com a arquitectura moderna, com a habitação colectiva, com as sinaléticas estridentes, etc. O urbano não cabe em taxionomias pré-concebidas, surgem elementos genéricos misturados de forma improvável, o território torna-se híbrido e transgénico.



22 Rural | Urbano

As transformações da agricultura e do rural têm-se revelado tão profundas, como as que se verificam nas cidades. “*A pressão construtiva segue a par e passo com a crise económica da (pequena) agricultura (...)*”⁶⁴, uma vez que a sua competitividade encontra-se bloqueada pela globalização dos mercados e dos preços agrícolas. É importante perceber que a dicotomia rural/urbano, sendo que o rural sempre esteve associado à agricultura, pouco se aplica à região do Algarve visto que a actividade agrícola (sobretudo a tradicional) possui muito pouca expressão em termos económicos.

A insistência do PROTAL em utilizar dicotomias como rural/urbano (campo/cidade) revela a dificuldade que permanece em abandonar estas ideias pré-concebidas que já não se aplicam à realidade territorial. Actualmente o Algarve, sobretudo o litoral, corresponde a conurbações urbanas não metropolitanas caracterizadas pela urbanização extensiva, industrialização e urbanização difusa, resultado da recente colonização do território pela fileira económica do turismo. “*Passados tantos séculos, parece nada ter mudado na representação comum do território e da organização social: cidades são pontos ou manchas com forma, limite e centro supostamente definidos; e campo é o território aberto da agricultura e da floresta.*”⁶⁵

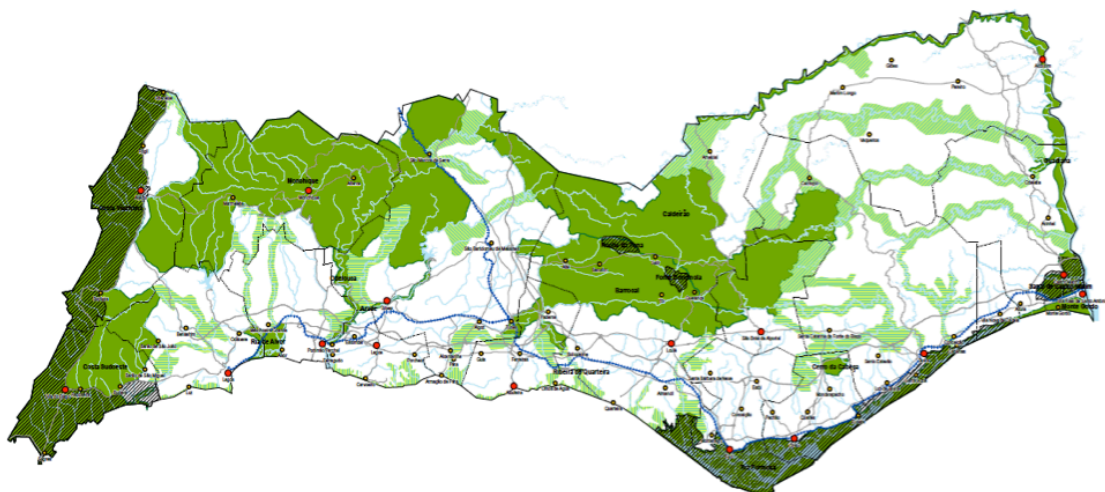
A classe “Áreas Edificadas” que poderiam ser entendidas como sendo urbanas; incluem áreas cujo solo é de origem rústica “Núcleos em espaço rural” (lugares, aldeias e aglomerados), que foram, por sua vez, subdivididos em três classes, em função da sua dimensão, estrutura e forma edificada. No entanto, toda esta classificação, pouco informa sobre as novas dinâmicas introduzidas nestes locais, quer ao nível económico, cultural ou social. “*Desde a recuperação de casas tradicionais, até aos aldeamentos e resorts ou complexos hoteleiros e golfe..., tudo isto pode colonizar o ex-rural em imensas possibilidades de combinação.*”⁶⁶

Natureza/Cultura

Num panorama em que a “Natureza” engloba uma vasta multiplicidade de sentidos torna-se difícil a aplicação da dicotomia natural/ cultural. “*O natural desliza com facilidade para o sobrenatural ou então desdobra-se em tantos temas (do vento ao vírus da SIDA) e escalas (do nano ao cosmos) que é cada vez mais difícil perceber o todo: ‘Natureza’ é aquilo que é necessário explicar e não um elemento da explicação (...)*”⁶⁷



23 Artista Eduardo Kac – Coelho transgénico verde fluorescente



CORREDORES ECOLÓGICOS

- Costeiro
- Meridional
- Serrano
- Guadiana

ÁREAS NUCLEARES

- Áreas Protegidas
- Sítios de Importância Comunitária e Zonas de Protecção Especial da Rede Natura 2000

24 Estrutura Regional de Protecção e Valorização Ambiental – PROTAL

O marketing turístico usa e abusa das palavras “natural” ou “natureza” sem nunca as explicar. O “natural” é tido como uma mitologia que reúne tudo o que é puro, que preserva a essência e que estabelece a *ordem natural das coisas*; é algo exterior à cultura e à sociedade.

*“Os amantes do golfe encontram aqui o seu lugar de eleição. Para além de poderem usufruir de um ‘putting green’ no exterior do hotel, terão toda a beleza **natural** e qualidade que distinguem os campos de Golfe de Vilamoura a poucos minutos de distância.”⁶⁸*

Este slogan usa a palavra “natural” num falso contexto; na realidade um campo de golfe é uma construção do Homem, onde a “natureza” é amplamente manipulada. Muitas vezes, o “natural” passa a ser uma verdade moldada para a realidade de cada interesse; é sempre uma construção social e cultural.

Uma “natureza sintética” como um golfe será um exemplo muito claro acerca da elasticidade infinita da construção de imagens e narrativas sobre “a natureza”, ou a “paisagem natural”. Para um maior desenvolvimento sobre este tema e sua ligação com as “arquitecturas verdes” ver: Duarte Pacheco, *Arquitectura Esverdeada: do mito da natureza à paródia da verdolatrias*, FAUP, 2012).

No PROTAL esta questão é evidente: *“A competitividade do cluster turismo/lazer está dependente da capacidade de recuperação da qualidade do espaço público e da paisagem e de elevados níveis de protecção ambiental e do património natural, conservação da natureza e do património cultural.”*⁶⁹

Esta frase explicita a confusão que dicotomias como natureza e cultura podem gerar. Estamos perante um discurrir de palavras que nada informam: “espaço público”, “paisagem”, “natural”, “natureza”, “cultural”; palavras que *“(…) absorvem qualquer temática social e, apertando, também sairá de lá qualquer assunto. Ou seja, estes pseudo-conceitos transformam-se em dispositivos comunicacionais que, mais do que o conteúdo variável que possam conter, são usados como artilharia de arremesso nos processos de luta simbólica em momentos de mudança e de forte conflitualidade social.”*⁷⁰

A verdade é que a “natureza” encontra-se cada vez mais manipulada (ex: genética aplicada), a dicotomia entre natureza e cultura já não existe (pelo menos não da forma como a reconhecíamos) e a ansiedade em valorizar as coisas naturais e conservar ou “patrimonializar” a natureza dificultam o entendimento da realidade.

Como Latour afirma *“(…) no existe algo así como la Naturaleza en sí y para sí misma, ni algo como la Sociedad (o la Cultura) (Latour, 1993). El conjunto de cosas (humanas y no humanas) que pueblan el mundo está formado por híbridos de naturaleza y cultura que se multiplican incesantemente.”*⁷¹

A multiplicidade de sentidos que o “natural” pode admitir leva à realização de inúmeros “zonamentos” e regulamentos de uso do solo, bem como planos REN, RAN, Áreas Protegidas e Rede NATURA, que muitas vezes se sobrepõem.

A região do Algarve possui 57% da sua área total afectada à Reserva Ecológica Nacional (REN), que visa a protecção de áreas de grande sensibilidade ecológica através da proibição de *“(…) operações de loteamento, obras de urbanização, construção e ampliação, vias de comunicação, escavações e aterros bem como a destruição do revestimento vegetal não associada às operações culturais de aproveitamento agrícola do solo e das operações decorrentes de condução e exploração dos espaços florestais.”*⁷²

Estas medidas fortemente restritivas revelam a vontade de preservar o “natural” segundo argumentos de sustentabilidade ecológica. Separar o natural do cultural tem-se revelado uma tarefa difícil devido às profundas mudanças que a sociedade tem vindo a sofrer. Os valores e prioridades alteram-se, bem como as formas de “territorialização”. No entanto, os planos continuam com as desgastadas premissas de sustentabilidade e equilíbrio ecológico, onde toda a construção deve ser abolida.

A Reserva Agrícola Nacional (RAN) defende que a urbanização deve ser evitada invocando valores de protecção do solo para o uso agrícola. Expressa o interesse em “promover a competitividade dos territórios rurais”, quando já verificámos que o rural tende a extinguir-se e o aumento de competitividade destas áreas dificilmente passam pela actividade agrícola, sobretudo no caso do Algarve.

Ainda sobre o pretexto de protecção da natureza temos as Áreas de Protecção, que usam as classificações de: Parque Nacional, Reserva Natural, Parque Natural e Monumento Natural para áreas que, muitas vezes, já se encontram contempladas na REN.

A multiplicidade destes regulamentos e áreas protegidas resultam da própria incompreensão daquilo que é o “natural” e do mediatismo que conceitos como ecologia e sustentabilidade ganharam no discurso público. *“Considérese, por ejemplo, cuántos de los recientes esfuerzos de planificación sostenible legitiman sus actividades invocando cierta visión transcendental de una Naturaleza que se ha desajustado y requiere ser re-equilibrada, un procedimiento que reequilibraría, a su vez, el orden social.”*⁷³ Com base nesta visão, a natureza admite desmultiplicar-se em partes de modo ajustar-se à intenção de cada plano.

Veja-se, para a REN, o natural consiste em “praias, sapais, arribas, lagos, cursos de água”, para a RAN trata-se do solo agrícola, nas Áreas Protegidas (anexo 3) fala-se de “fauna e flora”, a Rede Natura (anexo 4) refere-se aos “habitats naturais”. “Natureza” inclui todos estes desígnios e tantos outros, pois trata-se de um conceito múltiplo.

Desta análise, depreende-se que a principal lacuna no que diz respeito a estes planos e “zonamentos” consiste na vontade implícita em todos eles de afastar o cultural do natural. A ideia de que tudo aquilo que é produzido pelo homem ape-

nas acarreta degradação e falência incapacita uma perspectiva mais alargada que compreenda a actual sinergia entre estas duas premissas.

A RAN tem por objectivo *assegurar que a actual geração respeite os valores a preservar, permitindo uma diversidade e uma sustentabilidade de recursos às gerações seguintes pelo menos análogos aos herdados das gerações anteriores.* Este tipo de questões deveriam ser encaradas de forma diferente. Estamos perante um processo de evolução acelerado, onde sociedade e território sofrem constantes metamorfoses. Querer deixar um legado igual ao que foi herdado é “remar” contra o progresso.

A sobreposição da RAN, REN, Áreas Protegidas e Rede Natura deriva da incompreensão do conceito de “Natureza”. O receio pela degradação do meio ambiente leva a medidas restritivas determinando áreas onde não se pode intervir. No entanto, muitas dessas áreas não são acompanhadas por projectos de manutenção e valorização. Esta classificação de áreas protegidas só faz sentido se estes espaços tiverem o devido tratamento para que possam contribuir para o ordenamento do território evitando assim desequilíbrios regionais.



25 Reserva Ecológica Nacional

Taxionomias e Conceitos-esponja

A insistência no uso de velhas taxionomias que pouco informam e cujo o objectivo passa apenas por tentar designar um conjunto de elementos desconexos através de um conceito fechado, leva a que alguns problemas persistam, pois apesar de lhes atribuirmos um nome, pouco sabemos do que se trata. A palavra “equipamento”, que constitui inclusive uma das classes dos padrões de ocupação do solo no PROTAL, é um exemplo deste hábito tendencioso. Assim pretende-se ‘arrumar’ as Marinas, os complexos desportivos, os parques temáticos, os parques de campismo, etc. numa só caixa/conceito. Fica-se sem saber se os *equipamentos* (na sua denominação original “equipamentos públicos de uso colectivo”) tem a ver com questões de financiamento público, privatização, grau de dotação, impacto urbanístico, etc.

Este gesto faz com que se misturem uma série de elementos que pouco se relacionam uns com os outros, sem que lhes seja dada a devida atenção como elementos isolados. Esta simplificação da realidade e a tendência em utilizar os conceitos como entidades universalizantes e redutíveis a esquemas e taxionomias simples possui uma duplicidade perigosa: “(...) poderosas, quando a realidade se ajusta às grelhas com o que o conhecimento científico as constrói; mistificadoras e paralisantes, quando a evolução do real descola dessas categorias.”⁷⁴ Num contexto em que a questão da expansão urbana se encontra em constante metamorfose e em que todas as certezas/conceitos que a constituem se encontram em crise, é natural que as velhas taxionomias deixem de retratar a realidade.

Durante os períodos de crise, em que todas as certezas são abaladas, surge a necessidade de rever conceitos e de construir novas convicções. Quando não entendemos o todo, nem conseguimos identificar os elementos que o compõem, criamos os chamados conceitos-esponja, resultado “(...) de um efeito de *fourre-tout* capaz de assimilar qualquer temática que possa ser enquadrada numa formulação genérica (...)”.⁷⁵ O PROTAL usa constantemente categorias genéricas – ex: “urbanização de baixa densidade”, “urbanização de espaços rurais” – que admitem uma enorme diversidade de situações, contextos, escalas territoriais, morfologias, usos, etc. Ex. - *Urbanização de baixa densidade* - apenas informa em relação ao número máximo de fogos por hectare, nada diz acerca das suas especi-

ficidades; o mesmo acontece em relação à - *Urbanização de espaços rurais* – cujo desígnio apenas informa quais os locais susceptíveis de serem urbanizados (rurais) sem que seja discriminada a forma como serão ocupados.



26 “Urbanização de baixa densidade” – PROTAL



27 “Urbanização de espaços rurais” – PROTAL

O PROTAL e o contexto real

Para que seja possível operacionalizar a política urbana, o ordenamento e o urbanismo, são necessários enquadramentos jurídicos e legais que compreendam as razões e a profundidade das transformações territoriais/sociais e é preciso encarar a globalidade real da questão, em vez de continuar a cultivar a ilusão de uma estratégia de divisão da complexidade por pequenas fatias reguladas uma de cada vez. “*Regular o território extenso da urbanização não se consegue com o somatório dos regulamentos sectoriais porque eles próprios arrastam consigo diferentes formas de ver as questões, diferentes prioridades, diferentes âmbitos territoriais de acção, etc.*”⁷⁶

Antes do surgimento do PROTAL os licenciamentos municipais eram da responsabilidade da Direcção Geral dos Serviços e Urbanização (DGSU) passando posteriormente ao cargo da Comissão de Coordenação Regional do Algarve. Embora, a introdução do PROTAL, em 1991, em conjugação com as decisões aprovadas no PDM a meio da década de 90, tentassem trazer algumas restrições de crescimento à região do Algarve, a grande parte das operações de loteamento na faixa costeira já tinham sido aprovados no decorrer dos anos de 1980. Perante as consequências territoriais visíveis até aos dias de hoje, o segundo PROTAL aprovado em 2007, continua a seguir a lógica restritiva dos seus antecessores, condicionando a qualificação do turismo na área.

Esta situação agrava-se devido à forma como a ocupação do solo e a ocupação edificada no espaço rural é encarada, através de um sem fim de classificações, mais de 40 categorias, que acabam por omitir a relação entre o *todo* e os *fragmentos*. É por isso urgente, o esforço em entender que actualmente o *todo* deriva da composição formal e da relação entre os *fragmentos*. Tratando-se do Algarve, cuja base económica predominante é a actividade turística, esta tarefa revela-se mais complexa. É preciso, não só ter em conta as novas formas de urbanização que proliferam de modo mais ou menos homogéneo ao longo de todo o país, mas é igualmente necessário englobar as formas de urbanização estimuladas pelo próprio sector do turismo. Este coloniza o território de diferentes modos: através da contiguidade de vários programas, tipologias e escalas territoriais; através de pacotes mais ou menos isolados, através da transformação do povoamento e do edificado rural (Barrocal), etc.

Quadro III – PROTAL - Padrões de Ocupação do Solo e Ocupação Edificada no Espaço Rural

Classe	Subclasse
AE Áreas Edificadas	
Áreas urbanas compactas	AEC
Áreas urbanas fragmentadas	AEF
Áreas edificadas dispersas	AED
Tipo 1 - 2 a 10 edif/25 ha	
Tipo 2 - 10 a 50 edif/25 ha	
Tipo 3 - 50 a 100 edif/25 ha	
Núcleos em espaço rural (rústico)	AER
Tipo 1 - até 10 edif/25 ha	
Tipo2-30e50 edif/25ha	
Tipo 3 - 50 a 100 edif/25 ha	
Área histórica especial	AEH
Espaços vazios em construção	EVC
Espaços vazios sem construção	EVS
Áreas turísticas de moradias	ATM
Áreas turísticas de moradias com golfe	ATM
Áreas de edifícios turísticos multifamiliares	ATC
Hotel/Apartohotel (como elemento isolado)	ATH
EQ Equipamentos	
Complexos Desportivos	EQD
Golfe	EQG
Marinas	EQM
Parques temáticos	EQT
Parque de campismo	EQP
Hospitais	EQH
IF Infra-estruturas	
Instalações aeroportuárias	IFA
Parques eólicos	IFE
Portos	IFP
IE Indústria Extractiva	
Áreas de extracção de inertes >= 10 ha ou 25 ha?	IEX
IN Indústria, armazenagem, comércio e logística	
Indústria, armazenagem, comércio e logística	IND
AF Áreas Florestais	
Povoamentos novos/ Novas plantações	AFN
Outros povoamentos	AFO
AA Áreas Agrícolas	
Pomar/Vinhas	AAV
Áreas de sequeiro (culturas arvenses)	AAS
Áreas de policultura	AAP
Horto-frutícolas e estufas	AAH
Baixas aluvionares	AAA
Policultura com habitação dispersa baixa densidade	AAD
AS Áreas Silvestres	
Matos	ASM
Matos e muros de despredega	ASD
Silvo-pastorícia	ASP
AH Zonas Húmidas	
Sapais e zonas intertidais	AHI
Salinas e aquaculturas	AHS
AG Planos de água	
Cursos de água	AGR
Rias e estuários	AGE
Albufeiras e lagoas	AGA
PR Praias e Dunas	
Praia com dunas	PRD
Praia	PRS
Dunas arborizadas	PRA

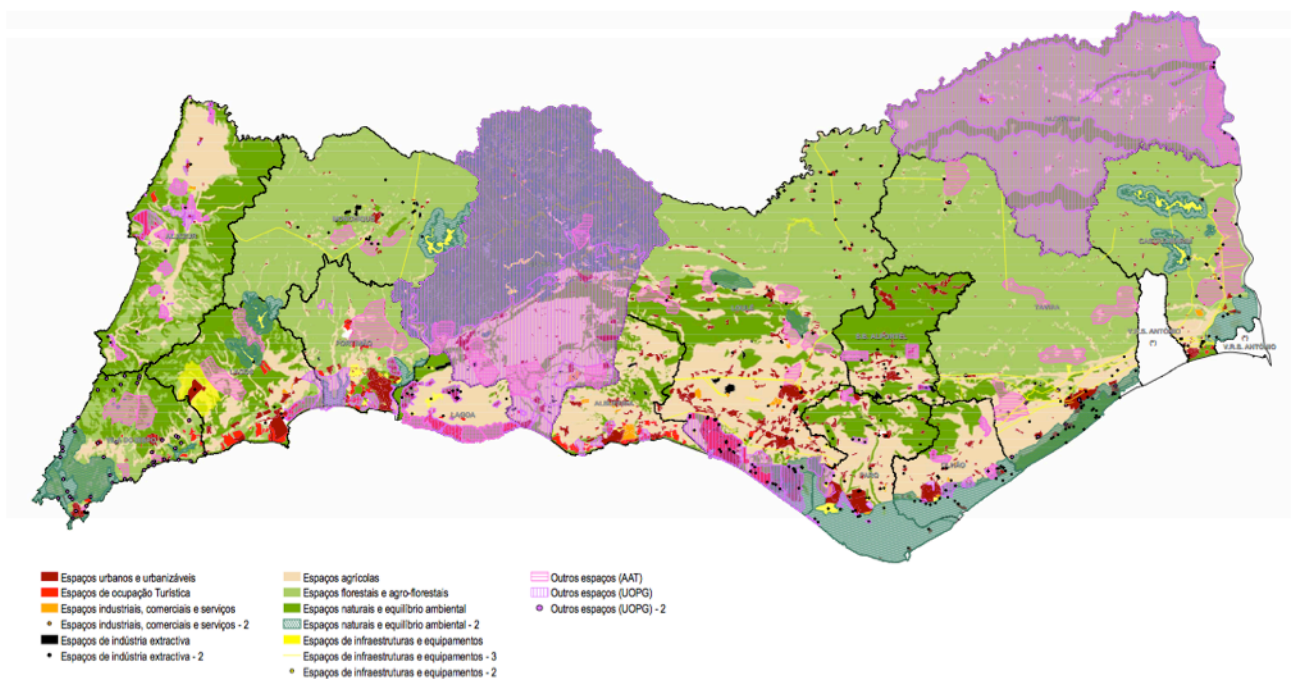
Fonte: PROTAL Padrões de Ocupação do Solo e Ocupação Edificada no Espaço Rural, p.6.

Apesar de no PROTAL a preocupação em incluir as questões do turismo estar sempre patente, continua-se sem perceber as múltiplas faces da organização desta actividade e como o próprio turismo constitui uma “máquina de fazer paisagens”, criando novos territórios. Classificações como - “Áreas turísticas de moradias”, “Áreas turísticas de moradias com golfe”, “Áreas de edifícios turísticos multifamiliares” – pouco informam sobre a escala ou contexto em que estas áreas turísticas se desenvolvem, transmitindo a ideia de que a definição de tipologias (moradias, multifamiliares, com golfe...) é suficiente para a compreensão deste fenómeno. Quando surge algum elemento que não cabe nos conceitos-esponja anteriores, criam-se classes próprias para os designar – “Hotel/Aparthotel (como elemento isolado)”.

Sendo o turismo como negócio uma “fileira” – conjunto diversificado de actividade/negócios que convergem num máximo divisor comum – é necessário que seja analisado através da subdivisão das suas partes. Algo como, Turismo Rural, não pode ser analisado segundo o mesmo ponto de vista que se usaria para analisar um Resort, por exemplo. No entanto, a excessiva subdivisão das nomenclaturas técnicas: turismo rural, natureza, golfe, montanha, urbano, etc., por vezes apenas complicam, quando na realidade tudo isso pode convergir numa mesma área, sobretudo quando se trata de uma região tão pequena como o Algarve.

Quando se entra neste tipo de explicações em que tudo é dividido e colocado em “caixas” surgem três grandes problemas: primeiro, como já foi dito anteriormente, perde-se a noção do *todo*, deixa-se de perceber quais são as prioridades, tudo passa a ser excepção; segundo, ficamos tão absorvidos neste processo de encontrar taxionomias onde os elementos encaixem que acabamos por tornar essa repartição mesquinha, sem se saber até onde ir, gerando um somatório sem fim de classes e subclasses; e, por fim, ficamos tão agarrados a convicções aplicáveis à forma como os antecedentes urbanísticos se organizavam, que não conseguimos encarar as novas tendências.

Assim sendo, parece não restar dúvidas quanto à necessidade de uma revisão profunda do modo de pensar e operacionalizar o ordenamento e o urbanismo. No lugar de se acumular um somatório de reformas, é necessária a ruptura; é preciso abandonar os lugares comuns e esquecer palavras como – estratégicos, articulados, integrados, sustentáveis, etc. – desígnios genéricos que muitas vezes já se encontram destinados ao insucesso apesar de serem ética e politicamente legítimos.



28 Carta Síntese dos PDM's – PROTAL

No PROTAL, do que é que se fala, quando se fala do Algarve?

No PROTAL, o tipo de questões que acompanham a diversidade e os contrastes da construção de um destino turístico como o Algarve é múltiplo e aparentemente infundável. O turismo é um assunto de polémicas inacabáveis que levanta questões como: a diversidade das políticas preconizadas, medidas de restrição ou de incentivo, contradições, sinergias, etc.

As intenções são muitas e legítimas, no entanto também são contraditórias e utópicas: “diversificação dos produtos de oferta turística”; “promoção de um turismo sustentável”, “redução das assimetrias regionais”, “motor do bem estar da população”, “utilização responsável dos recursos naturais e do património nacional”; “redução da sazonalidade”; etc.

Quadro IV - PROTAL	
Produtos Principais	Produtos Complementares
<ul style="list-style-type: none">- Sol, praia, mar e clima – o negocio central (“core business”) do Algarve é o “Sol e Praia” a evoluir para “Sol, Praia/Mar e Clima”, com desenvolvimento da cadeias de valor, alargamento da época balnear e programas de época baixa- Golfe- Turismo náutico- Lazer e férias – fins-de-semana e outras estadias de curta duração- Parques temáticos- Turismo e vilegiatura sénior, residência temporária ou permanente de reformados- Turismo desportivo e estágios desportivos- Turismo de saúde e bem-estar – SPA’s e termas- Reuniões, incentivos, congressos eventos- Campismo e caravanismo, com espaços próprios e qualificados	<ul style="list-style-type: none">- Eventos culturais e desportivos- Turismo de cruzeiros- Turismo social- Turismo cultural e urbano- Diversão nocturna e jogo- Turismo em espaço rural- Turismo de natureza- Pesca desportiva- Caça

Fonte: PROTAL, Vol. I, 2007, p.40.

Este quadro revela a grande confusão que é o assunto do turismo, cuja diversificação do produto turístico é altamente espartilhado de forma a possuir um *pouco de tudo*, quando na verdade, raros são os produtos que se encontram devidamente explorados. Se os Produtos Principais já possuem alguma expressão, o mesmo não acontece com os Produtos Complementares que se perdem em designações que ninguém sabe para que servem: “Turismo social”; “Turismo cultural e urbano”; “Turismo de natureza”; entre outros.

Do que é que se fala, quando se fala do Algarve?

Fala-se dos saudosismos do passado, da incompreensão do presente e das perspectivas futuras. Fala-se de realidades e de ficções. Partilham-se culpas, inventam-se desculpas, procuram-se respostas. Desde questões políticas, económicas, sociais, culturais, ambientais, urbanísticas, estéticas, etc. Tudo é abordado e participa na actividade turística; o Algarve não é excepção. Vejamos alguns exemplos:

- CCDR/Algarve destaca empresas ligadas ao mar e náutica de recreio

“Até ao final de Agosto de 2013, o Programa Operacional do Algarve (PO Algarve 21) aprovou um total de 539 projectos, dos quais 352 são de natureza empresarial. O financiamento FEDER total do PO Algarve 21 ascende a mais de 179,2 milhões de euros.

Para o próximo período de programação, entre 2014 e 2020, ‘o mar é uma área estratégica onde devemos continuar a apostar’, concluiu o presidente David Santos.”⁷⁷

- Algarve, uma serra vazia e muito betão à beira-mar

“Ninguém aponta culpados, mas a Liga da Protecção da Natureza, pela voz da presidente, nascida e criada na Praia da Rocha, resume o problema de um Algarve hoje alvo de requalificação: ‘Imitação do turismo espanhol, destruição do tipicismo da região, construção em massa e concentração da construção na orla costeira’, referiu ao DN Alexandra Cunha.”⁷⁸

- Turismo do Algarve quer região a funcionar durante o Inverno

“O presidente da Região de Turismo do Algarve, Desidério Silva, apelou hoje aos elementos que compõem o setor (hoteleiro) na região para que não encerrem as portas durante a época baixa, num esforço para combater a sazonalidade. ‘É importante que o Algarve, enquanto maior destino de férias no país, dê um sinal aos mercados emissores de que está preparado e tem produtos para se afirmar todo o ano e não só no verão’, sublinhou o responsável do Turismo do Algarve em comunicado.”⁷⁹

- Governo estuda taxa turística que reverta para a recuperação do património

“De acordo com o ante projecto das Grandes Opções do Plano (GOP), na área da cultura, a valorização e a requalificação do património surge como ‘um desígnio nacional’, por ser um ‘factor multiplicador de riqueza’, e coloca-o ‘como uma das grandes apostas’ do próximo Quadro Comunitário de Apoio 2014-2020. Quanto à taxa turística para o património, seria aplicada nas dormidas da hotelaria nacional, e o valor reverteria ‘na totalidade e directamente para a requalificação e valorização do património nacional’, gerido pela Secretaria de Estado da Cultura (SEC).”⁸⁰

- Governo aprovou novo PIN para atrair árabes a investir no interior do Algarve

“O litoral tem milhares de camas vazias, mas ainda há quem aposte em construir na zona “alternativa” do Algarve, o barrocal e a serra. O concelho de Loulé está na agenda dos investidores do Kuwait.

O Algarve volta a estar na mira dos capitais árabes na área do turismo, mas o investimento de 200 milhões de euros anunciado a semana passada no Kuwait pelo ministro dos Negócios Estrangeiros, Paulo Portas, poderá não passar de uma miragem. O Governo, para tentar acelerar o projecto, inserido na Rede Natura 2000, conferiu-lhe o estatuto de “relevante interesse público”, mas a obra, se vier a concretizar-se, poderá levar anos até que seja lançado o primeiro tijolo.”⁸¹

- Turismo “natureza”/ turismo “cultural”

“Today our property is still a working organic farm producing carob, olives, almonds, oranges and figs, which are used mainly for the boutique hotel. The main production, though is apricots. We grow around 10 000 to 20 000 kilos of apricots every year that we expor to Northern Europe.”⁸²

O desenvolvimento dos 539 projectos aprovados pelo Programa Operacional do Algarve junto ao mar, aumentam a concentração da construção na orla costeira criticada pela Liga da Protecção da Natureza.

O presidente da Região de Turismo do Algarve, apela para que não se encerrem os hotéis durante a época baixa para combater a sazonalidade, mas a verdade é que, os empresários necessitam de viabilidade para os manter abertos.

A valorização e a requalificação prevista no ante projecto das Grandes Opções do Plano (GOP), através da aplicação da taxa turística para o património nas dormidas da hotelaria, apenas parece ser viável caso esse investimento se reflectir em termos de aumento de atractividade turística. Os investimentos no Barrocal estão a ganhar visibilidade, no entanto continua ser difícil conciliar o desenvolvimento urbano com as questões de protecção ambiental.

Muitas são as opiniões e interesses em matéria de turismo, os emissores são variados e representam as mais diversas áreas. Os assuntos são muitas vezes polémicos e difíceis de conciliar. É preciso definir metas e otimizar as ferramentas que contribuam para a sua concretização. É importante satisfazer os diferentes interesses dos agentes envolvidos mas sobretudo, é preciso dar resposta ao modo como a expansão urbana se tem vindo a desenvolver no Algarve.

IV Capítulo Casos de Estudio

Casos de estudo

Para uma melhor compreensão dos padrões urbanísticos gerados pelo turismo nas suas múltiplas formas é necessário entender como se integram os diferentes tipos de alojamento e equipamentos (sobretudo os desportivos e de animação), uma vez que estes elementos constituem, muitas vezes, o principal atractivo ou motivo de escolha do destino turístico.

O **alojamento** constitui a base essencial dos destinos turísticos, uma vez que proporciona as dormidas, e sem o qual estes não poderiam existir. No entanto, o alojamento raramente constitui por si mesmo o principal atractivo do destino. Os meios e formas de alojamento turístico são muito diversificados correspondendo aos diferentes tipos de clientes (jovens, famílias, turismo social, etc.), ao tipo de turismo exercido no local (turismo de negócios, turismo de recreio, turismo de desporto) e às características inatas do destino (praias, montanhas, cidades, etc.).

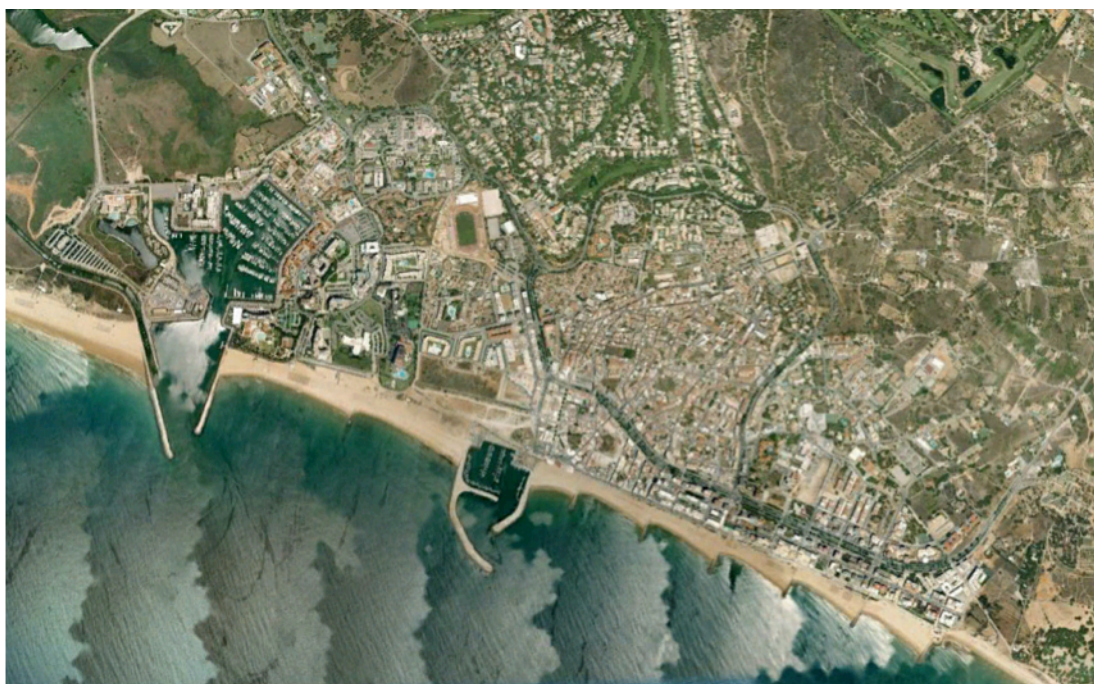
Quanto aos **equipamentos**, estes constituem, muitas vezes, a principal atracção dos destinos turísticos, sobretudo no que diz respeito ao turismo temático e ao turismo desportivo. O turismo temático é em grande parte sustentado pelos próprios parques temáticos que se definem pelas grandes áreas que ocupam e onde se concentram um variado conjunto de diversões. Quanto aos equipamentos relacionados com o turismo desportivo, no Algarve, destacam-se sobretudo as marinas e os campos de Golfe.



Dada a complexidade e pluralidade dos padrões urbanísticos e dos elementos que os constituem, optou-se por fazer “zoom” a algumas áreas que retratam os conteúdos desenvolvidos ao longo desta dissertação.

Quarteira e Vilamoura foram duas das áreas escolhidas por constituírem locais de forte atracção turística, com dinâmicas totalmente díspares. Apesar da sua proximidade física, representam formas de territorialização completamente distintas. Uma com base piscatória e muito mais orientada para o turismo massificado – Quarteira; enquanto outra surge como modelo de urbanidade, correspondendo a um tipo de cliente mais elitista – Vilamoura.

Por fim, aborda-se a urbanização dispersa no Barrocal algarvio, por constituir uma tendência relativamente recente, que nada tem que ver com o típico turismo de ‘sol e mar’ predominante no Algarve.



30 Quarteira e Vilamoura

Híper-massificação: Quarteira

A actividade turística reconhece uma crescente procura por parte de elementos dos grupos económica e socialmente menos qualificados a partir dos séculos XVII-XVIII e é reforçado após a Revolução Industrial. A procura da viagem para estanciar durante o tempo livre, cresce pelo efeito conjugado de maior rendimento disponível, mais tempo livre, embaratecimento do transporte ferroviário, aéreo e rodoviário e políticas de promoção dos locais de destino. Esta dinâmica tem duas origens: a primeira consiste no direito dos trabalhadores a férias pagas, que tem início a partir de meados do século XIX; e a segunda assenta no mercado, e é resultado da conjugação do desejo de aceder à viagem por quem começa a ter meios para o fazer, com a capacidade empresarial para tornar a viagem acessível ao maior número de consumidores. A hiper-massificação surge do reconhecimento por parte de alguns empresários da possibilidade de lucrar muito, vendendo em grandes quantidades serviços baratos e com margens de lucro apertadas.



31 Praia de Quarteira - 1964

Quarteira

Quarteira constitui o exemplo de um aglomerado piscatório que deu origem a um pólo de grande atracção turística . Nos anos 50 “(...) *as cabanas de colmo foram cedendo lugar às casas de adobo de construção grosseira, estas, a pequenas casas térreas de aspecto já pretensioso e, por último e sobretudo, no bairro balnear, que se começou a desenvolver há cerca de 18 anos [1932], às vivendas junto da Avenida Marginal e suas ruas transversais, que apresentam já aspecto, não diremos de beleza arquitectónica, mas de certo conforto e modernismo*”.⁸³

Consequentemente, os pescadores afastaram-se da frente de mar, instalando-se, posteriormente em terrenos baldios. O Plano de Urbanização da CM de Loulé (1950) previa uma Zona Habitacional de Verão (com 12,9 hectares e 1 300 habitantes) destinada quase que exclusivamente a veraneantes e um hotel com vista para o mar, um passeio público abrigado (mas nas proximidades do mar) e rematado no seu topo norte pelas edificações de interesse geral. O arranjo da Av. Marginal de Quarteira é aprovado a 31 de Julho de 1961 e a Revisão do Antepiano de Urbanização de Quarteira é finalizada em Agosto de 1962. Nesse momento já se faziam sentir na localidade os efeitos do incremento turístico, patrocinada por organismos do Estado e pelos rumores acerca da construção do Aeroporto de Faro.



32 Praia de Quarteira - 2013

O turismo massificado moldou Quarteira de forma profunda. Apesar do seu desenvolvimento não ter ocorrido de forma muito coerente, até porque nesta altura não existia uma forte sensibilidade em matéria de turismo, a verdade é que a aldeia de Quarteira evoluiu rapidamente, sendo considerada vila em 1984, e passando a cidade, em 1999.

Actualmente, o turismo em Quarteira, caracteriza-se sobretudo pela afluência de pessoas de classe média ou média-baixa, que normalmente viajam em família e que, por essa razão, se regem segundo os períodos de férias escolares. Estas circunstâncias aliadas à melhoria do clima nos meses de Verão levam a uma forte sazonalidade.

Para dar resposta ao turismo de massas, o alojamento em Quarteira concentra-se sobretudo em Apartamentos Turísticos, Pensões, Hotéis e Parques de campismo e caravanismo. O turismo residencial também constitui uma forma de alojamento quando se trata de turismo massificado, pois apesar de exigir um maior investimento inicial, permite lucrar nos períodos de maior afluência turística e permite o usufruto por parte do proprietário.

Quanto à alimentação esta é, muitas vezes, confeccionada pelo próprio turista, sendo que os apartamentos turísticos oferecem a vantagem de possuírem cozinha, evitando que as famílias (algumas bastante numerosas) tenham gastos extra. O tempo livre é predominantemente ocupado na praia, nas piscinas ou no parque temático familiar que atrai muitos visitantes.

Em termos urbanísticos, Quarteira, como qualquer aglomerado urbano instalados nas frentes de mar, foi objecto de grandes pressões territoriais sobretudo pela sua especulação turística e consequente densificação. As principais lacunas consistem no desrespeito pelos limites de protecção da linha costeira, pelos elevados índices de construção e desprezo pelo limite máximo das cérceas.



33 Praia de Quarteira, em frente ao actual Dom José Beach Hotel - 1968



34 Praia de Quarteira, Dom José Beach Hotel - 2013

Alojamento em Quarteira

Quarteira apresenta uma grande diversidade de alojamentos turísticos, no entanto muitos destes edifícios por serem mais antigos e por possuírem poucos serviços complementares apresentam geralmente a classificação de três estrelas. Os hotéis são um exemplo que quando comparados com os existentes em Vilamoura percebe-se que constituem edifícios com áreas menores, com menos serviços complementares e, regra geral, são mais antigos.

Quanto aos apartamentos turísticos predominam igualmente os de três estrelas que, apesar de não oferecerem grandes luxos, continuam a atrair o turismo de massas por exercerem preços mais acessíveis.

Em Quarteira existem também algumas pensões que decorrem da forma como o próprio turismo evoluiu nesta área. Sendo um local de base piscatória, as pensões desenvolvem-se a partir dos inúmeros restaurantes. As pensões constituem, geralmente, negócios familiares e oferecem estadia bastante mais acessível.

O Parque de Campismo Orbitur é outra forma de alojamento que Quarteira possui. Localiza-se a seiscentos metros da praia e possui capacidade de acolher cerca de dois mil campistas. É composto por cem bungalows para alojamento familiar, recepção, balneários, piscinas e outras instalações de lazer complementadas com serviços comerciais de apoio, incluindo supermercado, restaurante, bar e self-service.

Pelas imagens é possível verificar que cada alojamento turístico, independentemente da sua classificação ou modalidade de negócio, apresentam características arquitectónicas próprias e escalas variadas. A relação com a envolvente directa ocorre muitas vezes de forma imediata, ao contrário do que acontece nos locais onde o turismo é elitista em que os empreendimentos se isolam e defendem da envolvente.



35 Quarteira – Hotel Pinhal do Sol 3*



37 Quarteira – Hotel Atismar 3*



36 Quarteira – Hotel Zodiaco 3*



38 Quarteira – Apt. Turístico Verde Pino 3*



39 Quarteira – Apt. Turístico Crisgolf 3*



40 Quarteira – Apartamentos Turísticos Solgarve 3*



41 Quarteira – Pensão Triângulo



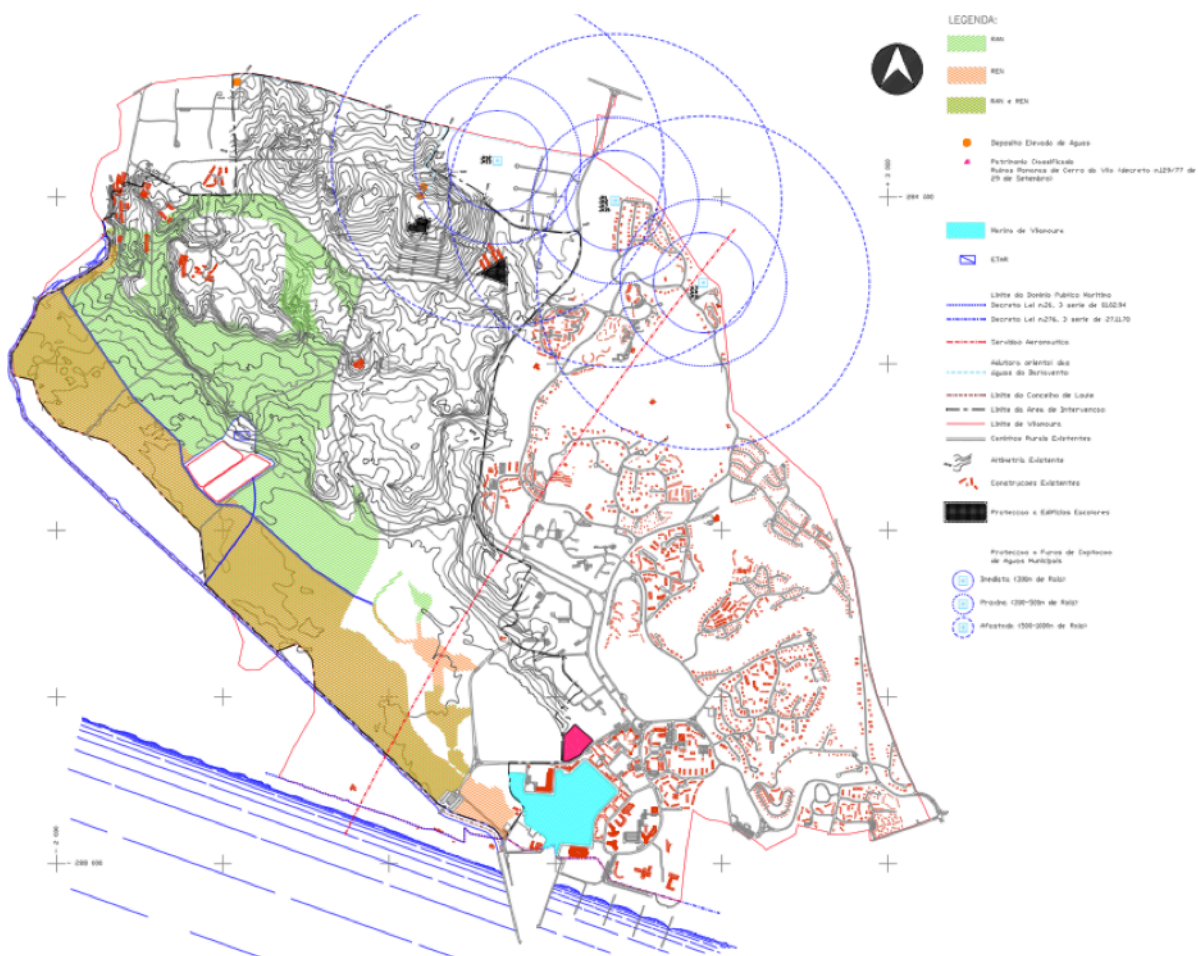
42 Quarteira - Parque de Campismo Orbitur – Postal antigo



43 Quarteira - Parque de Campismo Orbitur - 2013

Nichos para clientes muito pontuais

Se antes da democratização das férias o turismo era reconhecido como sendo elitista, a verdade é que, apesar do desenvolvimento do turismo massificado, o turismo elitista continua a ser uma realidade. Numa primeira fase, o turismo era tido como elitista porque apenas um pequeno grupo de pessoas – inicialmente, a família real e a aristocracia - possuíam poder económico para financiar as deslocações e a estadia de uma viagem. Actualmente, o turismo elitista consiste no usufruto por parte de uma minoria de produtos turísticos extremamente luxuosos e dispendiosos.



44 PU Vilamoura

Vilamoura

Vilamoura consiste na construção de raiz, de um espaço urbanizado inteiramente vocacionado para o turismo. Aqui confluem, não só, alojamentos turísticos, mas também, serviços, equipamentos e toda a infra-estrutura necessária para um desempenho totalmente autónomo em relação à envolvente. A sua localização próxima do mar e a existência de uma marina proporcionam boas condições para o turismo de *'sol e mar'*. A juntar a todas estas características, Vilamoura oferece ideais de segurança e exclusividade, tornando-se assim num verdadeiro pólo de atracção turística bastante elitista.

A construção do complexo turístico de Vilamoura ocupa uma antiga propriedade nobre cuja área ocupava cerca 1600 hectares a antiga Quinta da Quarteira. Este terreno é adquirido pela Lusotur em 1965, para aí implantar uma verdadeira *'cidade de lazer'*. Para tal é realizado o Antepiano de Urbanização de Vilamoura, por Carver L. Baker & Associates, cujo Plano Geral e Planos Sectoriais seriam desenvolvidos por uma equipa coordenada pelo engenheiro Manuel da Costa Lobo.

Antes do novo projecto, este terreno era parcialmente ocupado por sequeiro e por pequenos lotes arrendados – velha Quinta de Quarteira. O novo projecto previa uma exploração agro-pecuária de cerca de 577 hectares (que nunca chegou a existir) com a finalidade de *"(...) procurar valorizar ao máximo as economias das regiões turísticas, através de incentivos à produção local para que ofereça muitos dos produtos que os turistas vierem a consumir (...)"*⁸³

Numa visão que *"(...) gira em volta de um conceito actualizado de organização urbana que tem a melhor exemplificação nas Novas Cidades inglesas (...)"*⁸⁴ surge Vilamoura, cuja área submetida a estudo de urbanização correspondia a 1 054 hectares, dos quais, 323 hectares seriam de espaços verdes e onde a população residente prevista seria de 12 000 habitantes e população turística de 38 000 habitantes.

Da área total disponível só uma parte de Vilamoura foi urbanizada em torno do núcleo central, constituído pela marina (primeira marina portuguesa) onde se instalaram várias cadeias internacionais de hotéis e pequenos blocos de aparta-

mentos turísticos. Mais afastados deste centro, surgiram alguns aldeamentos turísticos – Aldeia do Golfe, Aldeia do Campo, Monte da Vinha. Do projecto faziam ainda parte: escolas, igrejas, estação de água, estações eléctricas, telefones, parques, lavandarias, um casino (aberto em 1973), campos de ténis, campos de golfe, centros comerciais, etc.

Entre 1996 e 2005, Vilamoura esteve a cargo da empresa Lusotur sendo posteriormente vendida ao grupo espanhol Prasa.

Vilamoura, constitui assim, um caso urbanístico paradigmático em Portugal, totalmente vocacionado para o turismo, que durante muito tempo contou com a frequência de pessoas de grande poder económico que alimentavam este ambiente de ostentação. No entanto, a falta de *updates* originados pela postura comodista de alguns empresários de Vilamoura juntamente com a crise que se fez sentir em Portugal e um pouco por todo o mundo, tem provocado impactos económicos que tornam difícil assegurar a manutenção de um espaço de lazer para uma minoria tão exclusiva.

Apesar da dificuldade em manter a ‘actual Vilamoura’, está previsto um mega-projecto de ‘cidade lacustre’ nesta mesma zona, que incluirá a construção de uma rede de três lagos artificiais ligados entre si por canais navegáveis (por cerca de 300 embarcações), rodeadas por hotéis e apartamentos, spas, quilómetros de pontes e passadeiras pedonais e um palco gigantesco sobre a água, entre outros luxos. Este complexo será envolvido por vários campos de golfe e ocupará uma área urbanística superior a 300 mil metros quadrados.

O turismo em Vilamoura caracteriza-se sobretudo pela afluência de pessoas de classe média-alta ou alta, que procuram ambientes selectivos e seguros, onde o luxo e a comodidade predominem. Para dar resposta ao turismo elitista, o alojamento em Vilamoura concentra-se, sobretudo, em hotéis de cinco estrelas, resorts e aldeamentos turísticos. A alimentação é feita, muitas vezes, no próprio hotel/resort ou nos luxuosos restaurantes existentes em Vilamoura. O tempo livre é predominantemente ocupado nas piscinas e spas; nos campos de golfe e de ténis; nos passeios de barco ou na ‘passarela’ em torno da marina. Também a vida nocturna é exuberante e a ida ao Casino faz parte do ritual de ‘ver e ser visto’.



45 Vilamoura - marina

Alojamento em Vilamoura

Em Vilamoura predominam os hotéis de cinco estrelas que oferecem um vasto serviço complementar e luxuoso. Normalmente qualquer um destes hotéis possui piscina, áreas ajardinadas, spa, “kids club”, restaurantes e bar, salas de reuniões, entre outros. A proximidade com o mar e campos de golfe são condição de valorização destes hotéis. Ao contrário dos hotéis de Quarteira, estes apresentam regra geral uma arquitectura mais actual, encontram-se em melhor estado de conservação e possuem áreas mais generosas.

Os aldeamentos turísticos desenvolvem-se muitas vezes segundo vias orgânicas em torno dos campos de golfe e ao longo da costa, constituindo ambientes encerrados, face à obsessão pela segurança e exclusividade, revelando-se verdadeiros pólos de atracção turística elitista. No entanto, a maioria dos aldeamentos turísticos de Vilamoura estão classificados com três estrelas o que leva a crer que consistem em alojamentos economicamente mais acessíveis. Os clientes caracterizam-se sobretudo por famílias numerosas de classe média e média-alta que procuram a proximidade com a realidade ostentosa de Vilamoura: os campos de golfe; os passeios na marina e as praias frequentadas por figuras públicas.

Vilamoura oferece as condições ideais para a fixação de resorts pela existência de vários campos de golfe, de uma marina e pela proximidade com o mar. O público alvo é bastante exclusivo sendo maioritariamente constituído por pessoas de classe alta e muito alta. A promoção destes ambientes assenta em grande medida na ideia de exclusividade (o consumidor paga pela diferença e exclusividade) e segurança (através de barreiras físicas e sistemas de controlo).



46 Vilamoura – Hotel Tivoli Marina 5*



47 Vilamoura – Hotel Dom Pedro Marina 4*



48 Vilamoura – Aldeamento Turístico Verde Pino 3*



49 Vilamoura – Aldeamento Turístico Prado do Golf 3*



50 Vilamoura – Aldeamento Turístico Aldeia do Golf 4*



51 Vilamoura – Lake Resort



52 Vilamoura - Hilton Resort

Turismo associado ao golfe

O golfe tem-se revelado um dos produtos turísticos mais importantes para o país, mas sobretudo para o Algarve que detém o monopólio de 45% dos campos de golfe existentes em Portugal. Esta prática atrai cada vez mais turistas, contribui para a redução da sazonalidade e confere atracção turística a novas zonas.

É, em Vilamoura, que se concentram a grande maioria dos campos de golfe do Algarve: The Old Course, Pinhal Golf Course, Laguna Golf Course, Millennium Golf Course, Victoria Clube de Golfe, Vila Sol SPA & Golf Resort, entre outros.



53 Vilamoura – Victoria Clube de Golfe

Turismo associado às marinas

As marinas transformaram-se em centros económicos e de atracção turística de importância significativa. Se por um lado, os navegadores necessitam de um local para atracar onde possam abastecer combustível, adquirir produtos alimentares, efectuar reparações e usufruir de alguns serviços e diversões; por outro lado, os turistas procuram exercer actividades lúdicas como: alugar barcos e motas de água, fazer mergulho, pesca e outros desportos aquáticos.

Em termos urbanísticos as marinas evidenciam relevância, quer como catalisadores de equipamentos de lazer (hotéis e recreio), quer como instrumentos de revitalização de estâncias turísticas e localidades costeiras que começaram a perder a sua capacidade de atracção.

Apesar da sua tradição marítima, Portugal só muito recentemente iniciou o processo de expansão de apoio às navegações de recreio, sendo a Marina de Vilamoura a primeira a surgir, mantendo-se até aos dias de hoje.

A **Marina de Vilamoura** galardoada com o prémio da "*Melhor Marina de Portugal*", e o de cinco Âncoras atribuído pela *Yacht Harbour Association* Prémio *Gold Award Scheme* em 2011.

*“As marinas do Algarve não podem ser dissociadas dos empreendimentos de turismo residencial a que estão associadas e são, simultaneamente, espaços da diferença social (a náutica de recreio não está, ainda, democratizada) e do mais interclassista ‘ver e ser visto’”.*⁸⁵

Padrões de Urbanização – Quarteira e Vilamoura



54 Limite norte - N125

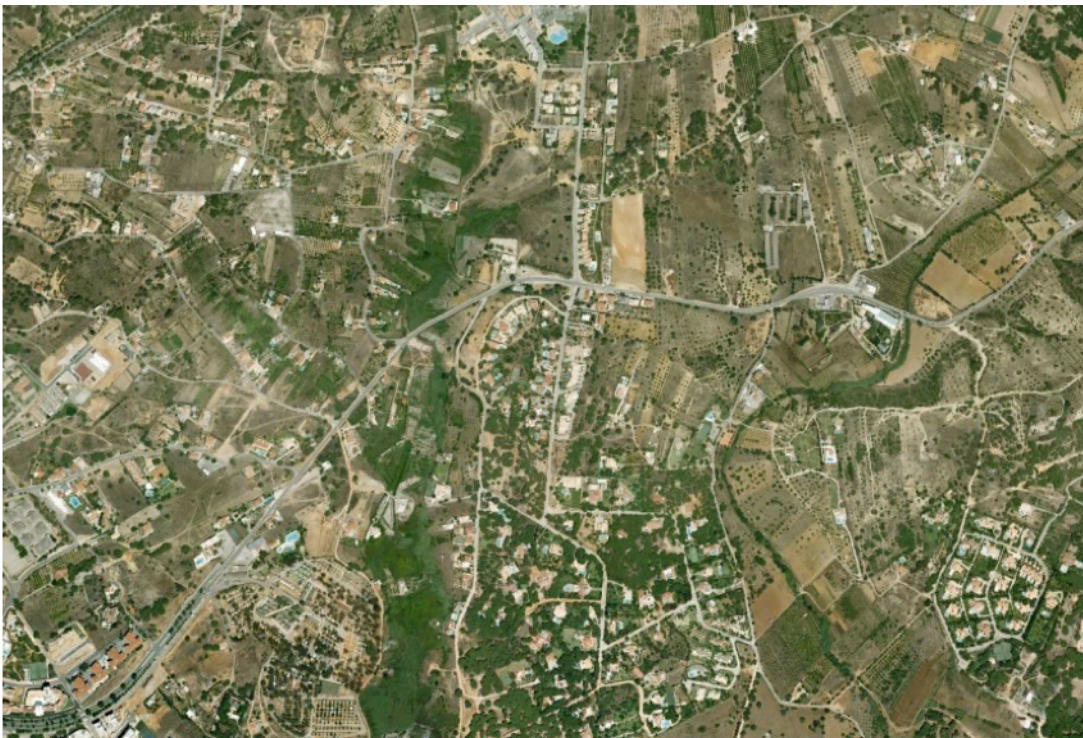
Para compreender a territorialização do Algarve turístico é preciso admitir que estamos perante questões urbanísticas que nada têm em comum com as formas de expansão urbana reconhecidas até então. Aqui estão aliados uma série de factores que condicionam fortemente a forma como a edificação se distribui. As rápidas mudanças no que diz respeito às tecnologias, infra-estruturas (água, saneamento, gás, electricidade, telecomunicações, etc.) e sistemas de suporte da mobilidade de pessoas, informação, bens e energia (sistema PIBE), viabilizam as mais diversas combinações, desde hiper-aglomerações até à total dispersão. A difusão destes elementos, a maior ou menor predação de recursos bio-físicos e patrimoniais (condições de valorização do destino turístico) e a necessidade de adaptabilidade aos segmentos de procura turística, conferem ao Algarve características únicas que obrigam a pensar o urbanismo segundo novos parâmetros.

Quarteira e Vilamoura apresentam uma amostra considerável de diferentes padrões de urbanismo. Estes variam em forma, escala, contexto e diferentes linguagens arquitectónica, e desenvolvem-se segundo processos muito diversificados. Os elementos de cariz turístico, analisados anteriormente, são distribuídos segundo uma lógica de colagem ao longo do território.

Começando por analisar o limite norte de Quarteira/Vilamoura é possível verificar o desenvolvimento da urbanização extensiva a partir da colonização da estrada N125. Este tipo de urbanização evidencia a ruptura com o conceito cidade centro; aqui o centro é linear. Na chamada estrada-mercado tudo se mistura: casas, cafés, lojas e serviços. A acessibilidade, a difusão das infra-estruturas e o forte uso do automóvel tornam possível a colonização da N125 que alterna entre áreas de maior aglomeração e continuidade, e áreas mais dispersas e fragmentadas. Segundo o PDM (anexo 5), a N125 corresponde a um limite claro entre “áreas urbano-turísticas” a sul e “áreas de Reserva Agrícola Nacional” a norte. No entanto, essa distinção não se concretiza de forma evidente, sendo que a estrada nacional surge densamente colonizada em ambas as margens.



55 – Quarteira (limite sul)



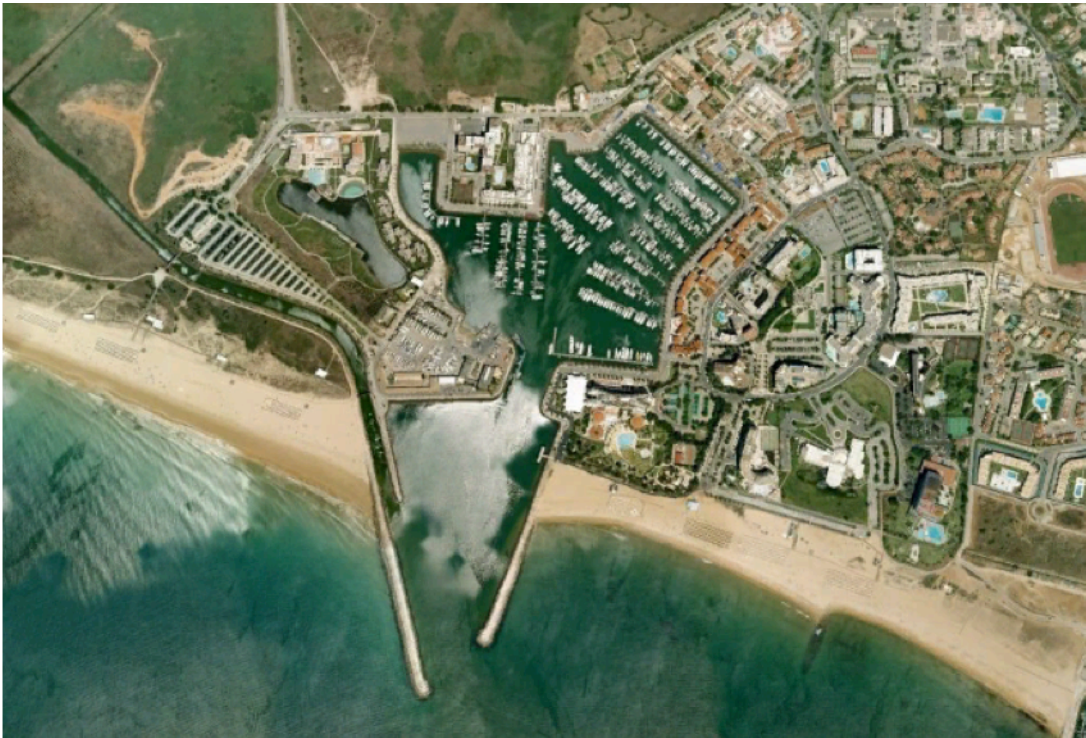
56 – Quarteira (noroeste)

Passando para o limite sul (Quarteira) os padrões de urbanização alteram-se bruscamente. Segundo o PDM, esta área é predominantemente composta por “aglomerados urbanos tipo A” definidos pela densidade populacional de 200 habitantes por hectare, um coeficiente de ocupação do solo de 0,70 e o número máximo de pisos corresponde a seis pisos. Aqui a urbanização é compacta, e desenvolve-se segundo duas lógicas. Por um lado, surge a frente de mar, densamente construída, com o predomínio de edifícios de seis pisos que se desenvolvem paralelamente à costa segundo duas avenidas longitudinais onde se concentra a grande parte dos hotéis e residências secundárias. Os restantes edifícios são, predominantemente, de habitação cujo r/chão é, muitas vezes, ocupado por comércio e serviços de apoio à actividade económica do turismo.

Por outro lado, surge uma morfologia onde predominam edifícios de pequenas dimensões que, regra geral, não ultrapassam os três pisos e correspondem em grande parte a habitação. O edificado distribui-se ao longo de ruas de estreito perfil que se desenham de forma desordeira.

O noroeste de Quarteira ainda se encontra pouco consolidado, aqui presente-se uma transição entre o aglomerado compacto e a urbanização difusa. No entanto, parte desta área já está contemplada num PU (Plano de Urbanização), onde as funções predominantes serão, habitação, hotelaria, comércio e serviços. (anexo 6 - 7).

Entre as áreas consolidadas e a rua-mercado surgem áreas de urbanização difusa, em que as escalas e usos do edificado misturam-se em diferentes composições. É possível identificar parcelas onde coincide o edifício e a exploração da agricultura de auto consumo, algumas moradias dispersas, e terrenos retalhados de diferentes formas e dimensões. Aqui a lógica de urbanização por continuidade deixa de existir; a expansão urbana segue a rede infra-estrutural dispersando-se no território e seguindo as normas do PDM: “áreas de verde urbano”, “áreas de edificação dispersa a estruturar” e “áreas de Reserva Agrícola Nacional”.



57 – Marina de Vilamoura



58 – Campos de Golfe

Segundo o PDM, Vilamoura é predominantemente constituída por “áreas urbano-turísticas”, no entanto essas áreas têm vindo a urbanizar-se de formas muito distintas. Em torno da marina de Vilamoura as escalas e formas do edificado são múltiplas, variando entre edifícios de habitação (grande parte são residências secundárias) de pequena escala (três pisos), hotéis (mais de onze pisos), conjuntos habitacionais de grandes dimensões, resorts, esplanadas, decks, etc. A linguagem arquitectónica é bastante variada, onde os diferentes elementos foram *colados* uns ao lado dos outros. Este tipo de fenómeno acontece pelo facto de muitas destas construções serem desenvolvidas por promotores privados que possuem diferentes interesses, perspectivas e formas de encarar a urbanização. Esta atitude resulta num somatório de várias operações turísticas autónomas propostas por diferentes actores e cuja iniciativa pública pouco regula. Essa colagem vai-se desenvolvendo para Este, até encontrar o limite de Quarteira.

Para Norte surge um novo padrão de urbanização que se territorializa em torno dos campos de golfe. Segundo o PDM estas áreas são denominadas como “áreas de verde urbano equipado”. O edificado é predominantemente constituído por moradias unifamiliares (dois pisos) que ocupam lotes relativamente homogéneos e por moradias em banda, que se distribuem de forma orgânica em torno dos campos de golfe. Nestas áreas o mix-funcional deixa de ser relevante. A habitação ou alojamento e as zonas de lazer e desporto (campos de golfe, piscina de cada propriedade) são suficientes catalisadores turísticos. Associados aos campos de golfe surgem estabelecimentos hoteleiros, academias de golfe, *clubhouse*, bares, restaurantes, etc. Este padrão de urbanização revela-se distinto dos abordados até então, não corresponde a uma área urbana compacta pois os campos de golfe impõem o espaçamento entre o edificado, mas também não corresponde à urbanização difusa uma vez que os vários elementos são dispostos segundo uma lógica de justaposição.

Para Noroeste a expansão urbana de Vilamoura é travada pelas áreas classificadas como Reserva Ecológica Nacional (REN) e Reserva Agrícola Nacional (RAN).

Perante a análise dos padrões de urbanização aqui presentes torna-se clara a necessidade de enquadramentos jurídicos e legais diferentes que entendam as razões e profundidades das transformações sociais/territoriais e do papel que a fileira económica do turismo desempenha no âmbito da urbanização.

Constatações e perspectivas futuras:

- É necessária a determinação de algumas directrizes em termos de desenvolvimento urbano que não se limitem a definir grandes áreas de classificações pouco esclarecedoras, ou que se restrinjam a estabelecer cêrceas máximas, alinhamentos e índices de construção.
- É necessário equacionar estratégias de reestruturação da urbanização extensiva que assegurem uma envolvente menos instável, tanto em termos de usos, como de acessos, como de imagem. Assim, cada projecto individual pode prever formas de se relacionar com a envolvente em vez da actual tendência de se encerrarem e defender do que lhe é exterior e imprevisível.
- Mais do que o estudo profundo de vários fragmentos (ex: PU) é importante perceber como é que esses *pedaços* de estrutura urbana se vão relacionar com o *todo*. A cada novo elemento é necessário uma reavaliação da lógica de conjunto. É um processo de constante evolução reflexo natural da própria mutação da forma como a urbanização se desenvolve actualmente.
- Ao arquitecto cabe a função de pensar para além da parcela em que vai operacionalizar, isto é, a qualidade do conjunto não depende apenas da qualidade arquitectónica individual de cada elemento mas sim da sua relação com o *todo*. Mais do que o desenho da fachada, interessam a altura, a escala e a proporção dos volumes, o modo como os edificios se associam, quer constituam elementos independentes, quer criando linhas de fachada contínuas.

- Para que todas estas medidas sejam viáveis é fundamental a interacção entre os diferentes intervenientes no processo de urbanização, as diferentes áreas têm que estabelecer coligações e sinergias. Arquitectos, projectistas, promotores, gestores, entre outros intervenientes, devem procurar a criação de espaços urbanos coerentes, legíveis e flexíveis. Esta quadratura do círculo, defendendo a articulação entre os diferentes agentes, é talvez a mais difícil de operacionalizar: o turismo é um jogo de contradições e interesses muito diversos o que faz com que a regulação do processo seja mais da família da gestão do conflito do que da construção do consenso.

“Face à ausência de um sistema total ordenador – ou perante a nossa incapacidade para compreender o sistema existente - o que percebemos são fragmentos resultantes de processos autónomos e com lógicas próprias, incapazes de criar uma unidade reconhecível e legível.”⁸⁶

Tendências recentes:

Inicialmente, o turismo rural era procurado pela classe baixa e caracterizava-se pela contemplação da natureza, da paisagem e da arquitectura rústica (popular); que possibilitava a ruptura com o quotidiano através do contacto com outras realidades, outros valores e rotinas. O turismo rural não era a escolha primordial mas sim, o único destino de férias que algumas famílias podiam comportar; quem possuía melhores níveis de vida escolhia as prestigiadas praias do litoral.

Ao longo dos tempos esta realidade veio a alterar-se. A procura turística dos espaços rurais passou a ser realizada pelas classes média alta e alta que “(...) *procuram férias alternativas ao sol e à praia, com isolamento, privacidade, repouso, pacatez e quietude, tratamento personalizado, relações humanas autênticas, algo de diferente e de específico (...)*”⁸⁷

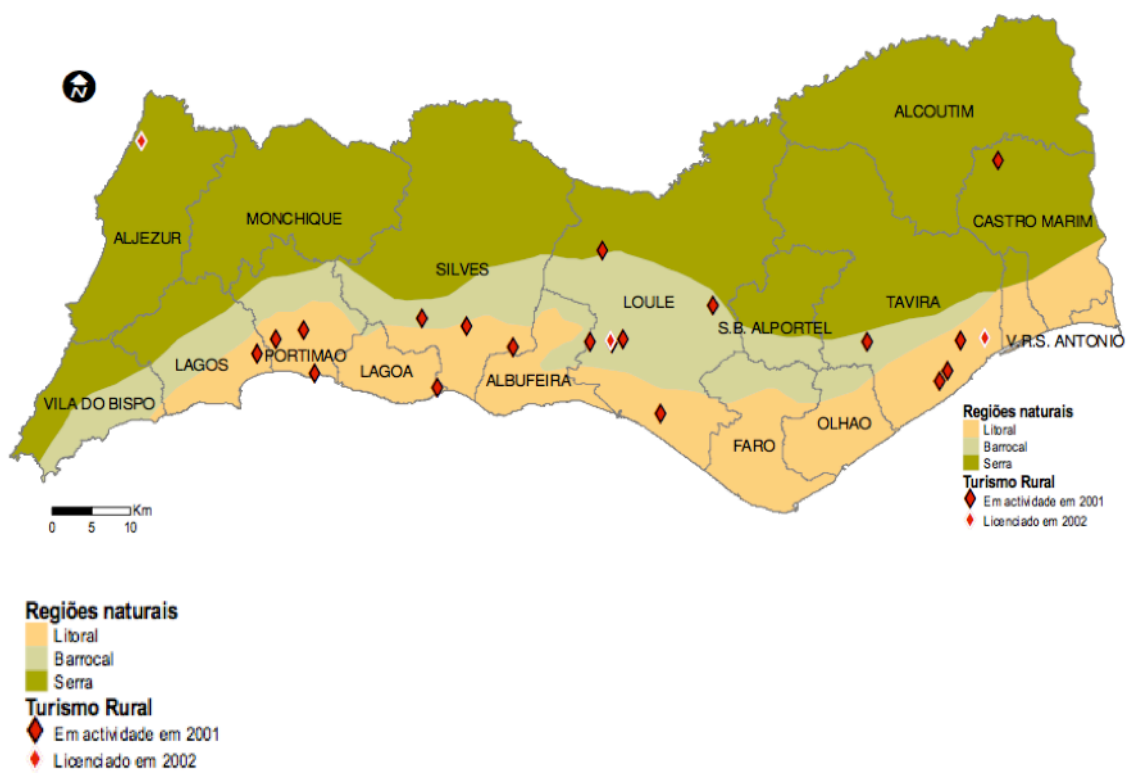
Colonização/transformação do povoamento e do edificado rural _Barrocal

Após o 25 de Abril, o Algarve ressentiu do forte êxodo rural uma vez que a indústria do turismo necessitava de muita mão de obra e oferecia melhores condições de trabalho e de salário, levando a que o número de explorações agrícolas passasse de 38 014 a 14 721, entre os anos de 1952 e 2005. Em 1973 o Antepiano do Planeamento Sub-Regional destaca o “(...) *crescente interesse que vem a despertar o interior rural, não só para a fixação de famílias idosas reformadas, oriundas dos países do Norte da Europa, mas também para o estabelecimento de complexos turísticos com baixas densidades populacionais de características de vilegiatura e repouso especiais.*”⁸⁸ Para além do desenvolvimento da indústria do turismo; a democratização do automóvel e a melhoria das vias de comunicação e acessibilidade, deram origem à colonização de alguns dos terrenos rurais da região.

No Algarve, tanto o Barrocal como o Litoral possuíram “(...) *padrões muito estáveis de ocupação agrícola e de povoamento que hoje estão quase extintos, como a policultura de sequeiro (amêndoa, figo, cereal) ou regada (horta) no minifúndio do barrocal; agricultura tradicional de sequeiro (cereais); ou a agricultura especializada da qual restam alguns laranjais e hortícolas. Desde a recuperação de casas tradicionais, até aos aldeamentos e resorts ou complexos hoteleiros e golfe..., tudo isto pode colonizar o ex-rural em imensas possibilidades de combinação.*”⁸⁹

Em 2001, o número de estabelecimentos rurais na Região do Algarve revelava-se claramente inferior ao das restantes regiões. Porém, se em termos de número de estabelecimentos rurais a Região do Algarve não ganha expressão, o mesmo não acontece com o número de dormidas tendo-se em 2001 verificado que cerca de 6% das dormidas ocorriam em estabelecimentos rurais; mais do que os valores registados para a Madeira e os Açores. O número de dormidas na região quintuplicou durante a década de 90 (5.000 em 1991, 25.527 em 2001). Apesar deste fortíssimo crescimento percentual prevalecer com pouca expressão no contexto nacional, é um bom indicador de que a procura deste modelo de turismo possui potencialidade podendo vir a surgir como alternativa/complemento ao típico turismo de *sol e mar* do Algarve de forma a equilibrar melhor a distribuição regional desta actividade.

Em termos de localização, segundo os dados de 2001, o turismo em Espaço Rural concentra-se sobretudo na faixa meridional litoral (pela proximidade com o mar e, conseqüente, atractividade turística), ganha alguma expressão no Barrocal e é quase inexistente na Serra Algarvia. O concelho de Loulé possui maior representatividade deste tipo de turismo, monopolizando um terço dos estabelecimentos que se concentram na zona do Barrocal.



59 Estabelecimentos de Turismo no Espaço Rural no Algarve (2001) – PROTAL

“O ‘barrocal’ Algarvio – tipicismo que durante séculos manteve uma pequena agricultura familiar com base em produtos mediterrânicos (horta, figo, amêndoa, alfarroba, citrinos, cereal, gado miúdo, etc.) e no aproveitamento de águas subterrâneas através de poços e noras -, (...), está a ser recolonizado através da recuperação de edifícios antigos e da introdução da relva e da piscina na antiga horta. Turistificou-se o campo e fez-se da agricultura um recurso estético e da terra um sinal de distinção social.”⁹⁰



60 Barrocal – Quinta dos Poetas (turismo rural)



61 Barrocal – Monte da Lua (turismo rural)



62 Barrocal das Torres



63 Estói (Barrocal)

A colonização do Barrocal desenvolve-se a partir de dois padrões de urbanização distintos. O primeiro consiste na urbanização dispersa, proporcionada pela multiplicação de estradas e caminhos e pela disseminação das restantes infra-estruturas (águas, saneamento, electricidade, telecomunicações e energia) que servem de suporte para a colonização de vastas áreas de forma fragmentada. Como podemos verificar na imagem o povoamento é disperso, existe um elevado retalho fundiário e a actividade agrícola é quase inexistente. Nestes casos predomina a requalificação de edifícios tradicionais para uso como casa de férias e ou para negócios de turismo rural.

O outro processo de urbanização consiste na recuperação e desenvolvimento de núcleos de base rural ou rústica. Aqui ocorre a recuperação de edifícios antigos para uso como casa de férias e a construção de complexos hoteleiros que aproveitam as sinergias de proximidade com o núcleo pré-existente.

Os PDM's estabelecem a proibição de edificação em solo rural (quase todo o Barrocal é encarado como rural), no entanto abrem-se excepção para "edificações isoladas", "obras de conservação, reconstrução, alteração e ampliação das construções existentes" e construção de "estabelecimentos hoteleiros isolados". A colonização do Barrocal está a seguir a urbanização extensiva, é importante que se estabeleçam estratégias para que este fenómeno seja conduzido da melhor forma possível. Não é a proibição de edificação, onde se abrem algumas excepções que vai produzir resultados positivos neste processo de expansão. Mais uma vez, as medidas fortemente restritivas revelam a tendência natural de resistir à mudança. Durante o impasse entre desenvolver e conservar a concepção de estratégias operativas ficam pendentes deixando a expansão urbana seguir sem rumo.

V Capítulo Considerações finais

O turismo no Algarve tem-se vindo a desenvolver em conjunturas muito diversas de crise/crescimento e de emergência de novos operadores, “produtos”, modas, mercados, etc. No geral e, muitas vezes, face à complexidade e às contradições que a questão envolve, é mais fácil arranjar bodes expiatórios para explicar o que existe (ilegalidade, especulação, falta de instrumentos de planeamento, etc.), do que encarar a extrema diversidade e contradição que referimos.

O assunto é polémico e polissémico. Polémico, pois a actividade económica do turismo surge de forma avassaladora num contexto de total desconhecimento, levando a consequências profundas. Polissémico, pois a própria actividade turística revela-se múltipla, gerando dinâmicas entre várias áreas disciplinares (ambiental, social, patrimonial, urbanística, económica), onde a intervenção pública e a iniciativa privada se revelam pouco consensuais.

É importante antes de mais compreender o que se pretende para o desenvolvimento da região do Algarve. A tentativa de compatibilizar ‘o *conservar* e *desenvolver*’ tem ocupado grande parte dos discursos, sem se compreender os objectivos a atingir. Desenvolver até que ponto? Conservar o quê e para quê?

O *conservar* provém sobretudo das decisões políticas que estabelecem as áreas a preservar segundo critérios básicos de ocupação do solo. Porém, o *conservar* fica, muitas vezes, reduzido a excluir o turismo das ditas Áreas Ambientais ou dos Ambientes de Perímetro Urbano, contrariando as boas práticas do ordenamento do território e gerando desequilíbrios físicos e culturais. No que diz respeito ao *desenvolver* este possui maior estímulo da iniciativa privada que, ora enfrenta toda uma série de dificuldades e formalidades, ora trabalha num regime de plena licenciabilidade.

Apesar de, muitas vezes, os benefícios da actividade turística serem colocados em causa, a verdade é que, actualmente o turismo constitui um sector de destaque em muitos países, sendo inclusive a principal, senão a única fonte de rendimento de algumas regiões. Veja-se o caso de Benidorm em Espanha, o Mónaco no Sul de França ou as ilhas gregas, três realidades muito contrastantes cujo denominador comum é o turismo como principal fonte de rendimento e impulsionador da expansão urbana.

Antes do surgimento da actividade turística no Algarve, a pobreza predominava na região. No entanto, continua presente em muitos discursos a carga negativa que esta actividade está a exercer no território.

Após esta investigação concluiu-se que os principais problemas que o turismo acarreta têm como base a sua negação. É necessário aceitar o crescimento desta actividade e assumir o carácter fortemente turístico do Algarve, em vez de sustentar o saudosismos de um passado que pouco fez pela região. Deve-se tirar partido da vantagem do Algarve já se encontrar no quadro dos destinos turísticos de eleição e desenvolvê-lo de forma consciente e assumida.

Para que esse desenvolvimento ocorra de modo coerente é fundamental compreender as novas formas de expansão urbana e apresentar directrizes gerais de planeamento capazes de organizar *o todo*.

Actualmente, os padrões de urbanização canónicos encontram-se em crise. A expansão urbana evoluiu para um sistema policêntrico, rodeado por espaços de povoamento disperso e extensivo. Perante esta nova forma de territorialização já não cabem conceitos como rural/urbano, campo/cidade, natureza/cultura, etc. A realidade é transgénica, os elementos misturam-se e é necessário o abandono dos conceitos canónicos para compreender o que nos rodeia. As proximidades físicas deixam de ser relevantes, as infra-estruturas estendem-se ao longo de quase todo o território e tudo passa a ser viável de ser urbanizado.

É necessária a definição de modelos de expansão e ritmos de construção para os novos alojamentos turísticos, bem como a reintegração das áreas de edificação dispersa já existente na rede urbana regional. No entanto, é preciso ter em mente que o planeamento não é uma ferramenta miraculosa que resolve o lugar que cada elemento deve ocupar no território. Não é possível fazer-se um plano no qual se prevê o que vai acontecer, quando o próprio turismo se revela tão instável como qualquer outro negócio que se globalize. É apenas possível avaliar constantemente o comportamento estrutural dos fenómenos e tentar prevenir as suas consequências dentro de um certo limite. Os princípios do urbanismos alteraram-se e cabe, em grande medida, aos arquitectos e urbanistas a melhor gestão possível do seu desenvolvimento no contexto incerto em que vivemos. Para tal é necessário alargar o campo de visão e admitir os novos padrões de urbaniza-

ção com escalas, velocidades e formas totalmente modificadas.

No âmbito desta investigação propõem-se a utilização de escalas intermédias de planeamento. Até então o ordenamento do território tem sido garantido por planos a uma escala alargada, revelando-se demasiado abstractos e restritivos (é exemplo o PROTAL e o PDM) e pela regulamentação da edificação que se perde em especificidades.

Tanto o PROTAL, à escala regional, como o PDM, embora menos abstracto, apresentam definições rígidas de zonamentos, atribuem funções e índices de edificabilidade e apresentam uma regulamentação genérica que parecem ser mais defensivas do que propositivas. Seguidamente passamos para o extremo oposto onde a legislação que regula a edificação foca-se em assegurar a qualidade técnica da construção (requisitos térmicos, acústicos, segurança contra incêndios, acessibilidade, etc.) deixando por definir outras questões igualmente importantes que contribuam para a harmonia *do todo*.

Entre uma escala e a outra pouco existe. Os Planos de Urbanização (PU), Projectos Urbanos e os Planos de Pormenor (PP) constituem exemplos de escalas intermédias, no entanto estas representam ainda uma excepção e resolvem apenas pequenos fragmentos do território. É preciso promover mais projectos a essa escala que cubram a totalidade do território, mas é igualmente necessária a introdução de uma nova ferramenta que articule os diferentes elementos. Ou seja, mais do que dividir o território em partes e resolver uma de cada vez, é preciso encontrar uma escala intermédia entre cada processo, um elemento estruturante com capacidade de os unir e ordenar.

Neste processo torna-se fundamental a coordenação de um grande número de agentes envolvidos (promotores, arquitectos, gestores, projectistas, entre outros). Importa compreender a profundidade das transformações sociais/territoriais e entender o tipo de questões urbanísticas que o turismo levanta. Por exemplo, a questão da multifuncionalidade deve ser revista nas áreas predominantemente turísticas. Nos casos de estudos abordados anteriormente entende-se que não estamos a lidar com necessidades habituais que requerem um grande mix-funcional. Aqui o alojamento é o elemento predominante e os restantes usos e funções adoptam um plano secundário. Assim, deixamos de operar num plano de conhecimento absoluto e passamos a adaptar as ferramentas de planeamento a

cada realidade.

Aos arquitectos cabe-lhes o importante papel de projectar os elementos que compõem a urbanização turística de forma equilibrada e coerente. Importa perceber o contexto onde se está a projectar e possuir a humildade de responder às reais necessidades do local. Uma boa obra arquitectónica pode ser excelente pela harmonia que encontra na paisagem existente e pela linguagem uníssona que permite dar continuidade ao desenvolvimento urbano.

“Mais do que imagem ou composição, mais do que imposição de códigos prefigurados, procuram-se sistemas atentos, sensíveis e reactivos à constante variação e aos sucessivos acontecimentos singulares que caracterizam o território contemporâneo.”⁹¹

Capítulo I

- 1 Jean Didier Urbain, *L'idiot du voyage: histoires de touristes*, 2002, p.41.
- 2 Licínio Cunha, *Introdução ao Turismo*, 2009, p.17.
- 3 Definições estabelecidas aquando da Conferência de Roma, 1963.
- 4 Jean Didier Urbain, *L'idiot du voyage: histoires de touristes*, 2002, p.52.
- 5 Jean Didier Urbain, obra citada, 2002, p.20.
- 6 Jean Didier Urbain, obra citada, 2002, p.43.
- 7 Licínio Cunha, *Introdução ao Turismo*, 2009, p.29.
- 8 Licínio Cunha, obra citada, 2009, p.30.
- 9 Licínio Cunha, obra citada, 2009, p.33.
- 10 *Dicionário de Língua Portuguesa*, 1952, p.1728.
- 11 Sérgio Palma Brito, *Território e Turismo no Algarve*, 2009, p.67.
- 12 Sérgio Palma Brito, *Território e Turismo no Algarve*, 2009, p.78.
- 13 Sérgio Palma Brito, obra citada, 2009, p.78.
- 14 Sérgio Palma Brito, obra citada, 2009, p.78.
- 15 Hotelo Cabrita, *Hotelaria e Profissionais*, in *3º Congresso sobre o Algarve*, 1984, p.1143
- 16 Jean Didier Urbain, *L'idiot du voyage: histoires de touristes*, 2002, p.59.
- 17 Étienne Pauchant, *Vous avez dit authentique?*, 2000, p.14.
- 18 Alain de Botton, *A arte de viajar*, 2010, p.164.
- 19 Alain de Botton, obra citada, 2010, p.82.
- 20 Alain de Botton, obra citada, 2010, p.242.
- 21 W. Wordsworth, in *A arte de viajar*, 2010, p.152.
- 22 John Urry, *The Tourist Gaze "Revisited"*, 1992, p.172.
- 23 John Urry, obra citada, 1992.
- 24 John Urry, obra citada, 1992, p.181.
- 25 John Urry, obra citada, 1992, p.181.
- 26 John Urry, obra citada, 1992.

Capítulo II

- 27 Carminda Cavaco, *O Turismo em Portugal: Aspectos Evolutivos e Espaciais*, 1979, p.192.
- 28 Carminda Cavaco, obra citada, 1979, p.196.
- 29 Carminda Cavaco, obra citada, 1979, p.247.
- 30 Carminda Cavaco, obra citada, 1979, p.204.
- 31 Carminda Cavaco, obra citada, 1979, p.206.
- 32 Licínio Cunha, *O processo de desenvolvimento do turismo português*, in *Turismo, inovação e desenvolvimento : actas do I seminário turismo e planeamento do território*, 2008, p.189.
- 33 Carminda Cavaco, *O Turismo em Portugal: Aspectos Evolutivos e Espaciais*, 1979, p.219.
- 34 Carminda Cavaco, obra citada, 1979, p.221.
- 35 Carminda Cavaco, obra citada, 1979, p.238.

- 36 Licínio Cunha, *O processo de desenvolvimento do turismo português*, in *Turismo, inovação e desenvolvimento : actas do I seminário turismo e planeamento do território*, 2008, p.190.
- 37 Licínio Cunha, obra citada, 2008, p.190.
- 38 Licínio Cunha, obra citada, 2008, p.191.
- 39 Licínio Cunha, obra citada, 2008, p.191.
- 40 Carminda Cavaco, *Geografia e Turismo no Algarve, Aspectos Contemporâneos*, 1969, p. 228.
- 41 João Lopes, *Corografia ou Memória Económica, Estatística e Topográfica do Reino do Algarve*, 1841, p.114.
- 42 Carminda Cavaco, *Geografia e Turismo no Algarve, Aspectos Contemporâneos*, 1969, p. 231.
- 43 Carminda Cavaco, obra citada, 1969, p. 228.
- 44 Carminda Cavaco, obra citada, 1969, p. 222.
- 45 Carminda Cavaco, obra citada, 1969, p. 226.
- 46 Carminda Cavaco, obra citada, 1969, p. 227.
- 47 Sérgio Palma Brito, *Território e Turismo no Algarve*, 2009, p.89.
- 48 Sérgio Palma Brito, obra citada, 2009, p.90.
- 49 Sérgio Palma Brito, obra citada, 2009, p.91.
- 50 Sérgio Palma Brito, obra citada, 2009, p.92.
- 51 Pedro Ruivo, *Acolhimento Turístico – Factor Primo*, in *3º Congresso sobre o Algarve*, 1984, p.1151.
- 52 Jean Didier Urbain, *L'idiote du voyage: histoires de touristes*, 2002, p.61.
- 53 Clara Nunes, *A identidade cultural do litoral algarvio face ao desenvolvimento turístico*, in *3º Congresso sobre o Algarve*, 1984, p.194.
- 54 João Lopes, *Corografia ou Memória Económica, Estatística e Topográfica do Reino do Algarve*, 1841, p.75.
- 55 INE, *Estatística dos transportes*, 2011.

Capítulo III

- 56 Nuno Portas, Álvaro Domingues, João Cabral, *Políticas urbanas II: Transformações, Regulações e Projectos*, 2011, p.130.
- 57 Nuno Portas, Álvaro Domingues, João Cabral, obra citada, 2011, p.131.
- 58 Sérgio Palma Brito, *Território e Turismo no Algarve*, 2009, p.18.
- 59 Sérgio Palma Brito, obra citada, 2009, p.18.
- 60 Sérgio Palma Brito, obra citada, 2009, p.18.
- 61 *Acompanhamento e monitorização do prot Algarve*, 1º Relatório anual, 2009, p. 69.
- 62 Nuno Portas, Álvaro Domingues, João Cabral, *Políticas urbanas II: Transformações, Regulações e Projectos*, 2011, p.131.
- 63 Álvaro Domingues, *A Rua da Estrada*, 2009.
- 64 Nuno Portas, Álvaro Domingues, João Cabral, *Políticas urbanas II: Transformações, Regulações e Projectos*, 2011, p.147.
- 65 Nuno Portas, Álvaro Domingues, João Cabral, obra citada, 2011, p.23.

- 66 Nuno Portas, Álvaro Domingues, João Cabral, obra citada, 2011, p.131.
- 67 Álvaro Domingues, *Paisagens transgénicas*.
- 68 <http://www.crowneplazavilamoura.com/hotel.html>
- 69 PROTAL, Volume I, 2007, p.24.
- 70 Álvaro Domingues, *Paisagens transgénicas*.
- 71 Erik Swyngedouw, *La naturaleza no existe! La sostenibilidad como síntoma de una planificación despolitizada*, 2011, p.44.
- 72 <http://www.ccdr-alg.pt/ccdr/index.php?module=ContentExpress&func=display&ceid=333>
- 73 Erik Swyngedouw, *La naturaleza no existe! La sostenibilidad como síntoma de una planificación despolitizada*, 2011, p.43.
- 74 Nuno Portas, Álvaro Domingues, João Cabral, *Políticas urbanas II: Transformações, Regulações e Projectos*, 2011, p.24.
- 75 Nuno Portas, Álvaro Domingues, João Cabral, obra citada, 2011, p.27.
- 76 Nuno Portas, Álvaro Domingues, João Cabral, obra citada, 2011, p.27.
- 77 <http://www.regiao-sul.pt/noticia.php?refnoticia=139461>
- 78 http://www.dn.pt/especiais/interior.aspx?content_id=2314721&especial=Os%20pontos%20negros%20do%20ambiente%20-%20Grande%20Investiga%E7%E3o&secao=SOCIEDADE
- 79 http://sol.sapo.pt/inicio/Economia/Interior.aspx?content_id=82439
- 80 <http://www.algarveexpress.pt/?p=3668>
- 81 <http://www.publico.pt/local-lisboa/jornal/governo-aprovou-novo-pin-para-atrair-arabes-a-investir-no-interior-do-algarve-25803517#0>
- 82 <http://www.welcomebeyond.com/property/agroturismo-cosmopolita/>

Capítulo IV

- 83 Sérgio Palma Brito, *Território e Turismo no Algarve*, 2009, p.62.
- 84 Parecer GTPRA
- 85 Sérgio Palma Brito, *Território e Turismo no Algarve*, 2009, p.127.
- 86 Nuno Portas, Álvaro Domingues, João Cabral, *Políticas urbanas II: Transformações, Regulações e Projectos*, 2011, p.168.
- 87 Carminda Cavaco, *Do despovoamento rural ao desenvolvimento local*, 1994, p.152.
- 88 Sérgio Palma Brito, *Território e Turismo no Algarve*, 2009, p.184.
- 89 Nuno Portas, Álvaro Domingues, João Cabral, *Políticas urbanas II: Transformações, Regulações e Projectos*, 2011, p.131.
- 90 Álvaro Domingues, *Vida no Campo*, in *Duas Linhas*, 2009, p.35.
- 91 Nuno Portas, Álvaro Domingues, João Cabral, *Políticas urbanas II: Transformações, Regulações e Projectos*, 2011, p.179.

Capítulo I

- 1 http://www.presstur.com/gallery_upload/WBObject_12627_PortugalRes-Algarve-Golfe.jpg
- 1.1 http://2.bp.blogspot.com/-TwQr1QSxurw/T2tMn405qPI/AAAAAAAAADnc/eyPnY6BYj54/s400/Capa_3.jpg
- 2 http://letsknoweachotherbetter.blogspot.pt/2011_05_01_archive.html
- 3 <http://echostains.files.wordpress.com/2010/03/vangogh-yellow-house-at-arles-1888.jpg>
- 4 <http://daybreaksdevotions.files.wordpress.com/2012/07/prof-benne-holwerda-on-placing-mount-sinai-in-egypt.jpg>
- 5 http://www.youtube.com/watch?v=Y5gblq6h_Vo

Capítulo II

- 6 <http://www.cinemateca.pt/Cinemateca-Digital/Ficha.aspx?obraid=2311&type=Video>
- 7 Desenho realizado a partir de Carminda Cavaco (in *O turismo em Portugal: Aspectos evolutivos e espaciais* p. 229)
- 8 Desenho do autor
- 9 Fotografia do autor
- 10 http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Serra_de_Monchique.jpg
- 11 <http://ipt.olhares.com/data/big/523/5235464.jpg>
- 12 <http://digitarq.dgarq.gov.pt/viewer?id=1019420>
- 13 Fotografia do autor
- 14 Fotografia do autor
- 15 http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Arrival_of_the_first_train_to_Faro.jpg
- 16 Fotografia do autor
- 17 <http://blog.turismodoalgarve.pt/2011/11/inauguracao-do-aeroporto-de-faro.html>
- 18 Fotografia de autor
- 19 Desenho realizado a partir dos dados do INE

Capítulo III

- 20 PROTAL p. 159.
- 21 <http://www.prot.ccdr-alg.pt/Storage/pdfs/PG05.pdf>
- 22 Fotografias do autor
- 23 <http://mikosz.wordpress.com/art-tec/08-o-novo-coelho-da-cartola/>
- 24 PROTAL
- 25 REN (in <http://idealg.ccdr-alg.pt/ren.aspx>)
- 26 PROTAL
- 27 PROTAL
- 28 PROTAL

Capítulo IV

- 29 Desenho do autor
- 30 Ortofotomapa (in Google maps)
- 31 <http://blog.turismoalgarve.pt/2011/10/hotel-toca-do-coelho-hoje-dom-jose.html>
- 32 Fotografia do autor
- 33 <http://blog.turismoalgarve.pt/2011/10/hotel-toca-do-coelho-hoje-dom-jose.html>
- 34 Fotografia do autor
- 35 Fotografia do autor
- 36 Fotografia do autor
- 37 Fotografia do autor
- 38 Fotografia do autor
- 39 Fotografia do autor
- 40 Fotografia do autor
- 41 Fotografia do autor
- 42 <http://retratosdeportugal.blogspot.pt/2009/11/quarteira-parque-de-campismo.html>
- 43 Fotografia do autor
- 44 <http://www.ccdr-alg.pt/ccdr/index.php?module=ContentExpress&func=display&ceid=333>
- 45 Fotografias do autor
- 46 Fotografia do autor
- 47 Fotografia do autor
- 48 Fotografia do autor
- 49 Fotografia do autor
- 50 Fotografia do autor
- 51 Fotografia do autor
- 52 Fotografia do autor
- 53 Fotografias do autor
- 54 Ortofotomapa (in Google maps)
- 55 Ortofotomapa (in Google maps)
- 56 Ortofotomapa (in Google maps)
- 57 Ortofotomapa (in Google maps)
- 58 Ortofotomapa (in Google maps)
- 59 PROTAL
- 60 Fotografia do autor
- 61 Fotografia do autor
- 62 Ortofotomapa (in Google maps)
- 63 Ortofotomapa (in Google maps)
- 64 Fotografia do autor



64 *To be continued...*

- ASCHER, François. *Metapolis: Acerca do Futuro da Cidade*, Celta editora, Fevereiro, 1998.
- ASCHER, François. *Novos Princípios do Urbanismo*, ed. Livros Horizonte, 2010.
- BOTTON, Alain. *A arte de viajar*, trad. Miguel Pereira, Publicações D. Quixote, Alfragide, 2010.
- BRITO, Sérgio Palma. *Território e Turismo no Algarve*, Edições Colibri, 2009.
- CAVACO, Carminda. *Geografia e turismo no Algarve. Aspectos contemporaneos*, Finisterra, 1969.
- CAVACO, Carminda. *Algarve Oriental: as vilas, o campo e o mar*, Gabinete da Região do Algarve, Faro, 1976.
- CAVACO, Carminda. *O turismo em Portugal: aspectos evolutivos e espaciais*, Centro de Estudos Geográficos, Lisboa, 1979.
- CAVACO, Carminda. *Do despovoamento rural ao desenvolvimento local*, PAOT-DGDR, Lisboa, 1994.
- COSTA, Pedro. LOURO, Nuno. *Duas Linhas*, 2009.
- CUNHA, Licínio. *O Processo do Desenvolvimento do Turismo Português: Coerências e Incoerências*, Lisboa, 2008.
- CUNHA, Licínio. *Introdução ao Turismo*, Editorial Verbo, Lisboa, 2009.
- DOMINGUES, Álvaro. *A Rua da Estrada*, Porto, dafne editora, 2009.
- DOMINGUES, Álvaro. *Vida no Campo*, Dafne Editora, Porto, 2012.
- JANEIRO, Ana. FERNANDES, José. *A casa popular do Algarve – Espaço rural e urbano, evolução e actualidade*, Ed. Afrontamento, 2006.
- JANEIRO, Ana. FERNANDES, José. *Arquitectura no Algarve - Dos Primórdios à Actualidade, Uma Leitura de Síntese*, Ed. Afrontamento, 2008.
- JORGE, Filipe. *Algarve Visto do Céu*. Edições Argumentum, Lisboa, 2005.
- LOPES, João. *Corografia ou Memória Económica, Estatística e Topográfica do Reino do Algarve*, Lisboa, 1841.

PORTAS, Nuno. DOMINGUES, Álvaro. CABRAL, João. *Políticas Urbanas: Tendências, Estratégias e Oportunidades*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian, 2003.

PORTAS, Nuno. DOMINGUES, Álvaro. CABRAL, João. *Políticas Urbanas II: Transformações, Regulação e Projectos*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian, 2011.

URBAIN, Jean-Didier. *L'idiote du voyage – Histoires de touristes*, Ed. Payot, Paris, 2002.

Outras publicações

CUNHA, Licínio. *Autenticidade e Inovação: factores de renovação dos destinos turísticos maduros*, in Cogritur – journal of tourism studies, Nº4, Edições Universitárias Lusófonas, 2011.

CUNHA, Licínio. *O processo de desenvolvimento do turismo português*, in *Turismo, inovação e desenvolvimento : actas do I seminário turismo e planeamento do território*, Centro de estudos Geográficos - Universidade de Lisboa, 2008.

PAUCHANT, Étienne. *Vous avez dit authentique?*, in revista Espaces, Nº 169, Editions Espaces tourisme & loisirs, 2000

URRY, John. *The Tourist Gaze 'Revisited'*, in *American Behavioral Scientist*, vol. 36, 1992.

3º Congresso sobre o Algarve, textos das comunicações, vol. I e II, Racal Club, Hotel Montechoto, 1984.

INE. *Sistema Urbano: Áreas de influência e marginalidade funcional – Região do Algarve*, Ed. Instituto Nacional de Estatística, Lisboa, 2004.

INE. *Anuário Estatístico da Região do Algarve*, Ed. Instituto Nacional de Estatística, Lisboa, 2010.

PROTAL. *Plano Regional de Ordenamento do Território*, Vol.I, 2007.

PROTAL. *Plano Regional de Ordenamento do Território*, Vol.II, 2007.

PROTAL. *Turismo – Caracterização e Diagnóstico do Sector*, Vol.II, 2004.

PROTAL. *Turismo – Caracterização do Alojamento Hoteleiro*, Vol.II, 2004.

PROTAL. *Turismo – Padrões de Ocupação do Solo e Edificação Edificada no Espaço Rural*, Vol.II, 2004.

Teses e dissertações

ABREU, Diana. *A(s) Arquitectura(s) para o Turismo na Madeira*, Dissertação de mestrado na Faculdade de Arquitectura da Universidade do Porto, 2011.

ALEXANDRE, José. *O turismo em Portugal: evolução e distribuição*, Dissertação de mestrado em Inovação e Políticas de Desenvolvimento, Universidade de Aveiro, 2001.

CASANOVA, Ana Catarina. *EN125. A rua da Estrada do Algarve*, Dissertação de mestrado na Faculdade de Arquitectura da Universidade do Porto, 2012.

MOREIRA, Nelson. *O espaço do turismo : enquadramento, estrutura e tendências*, Prova final na Faculdade de Arquitectura da Universidade do Porto, 2001.

NUNES, Carlos Manuel. *Figueira da Foz (1930-1960) - Apontamentos sobre o Turismo Balnear*, Dissertação de mestrado na Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, 2009.

FREITAS, Joana. *O litoral português na época contemporânea: representações, práticas e consequências. Os casos de Espinho e do Algarve*, Dissertação para doutoramento em História - Especialidade de História Contemporânea, Universidade de Lisboa, Faculdade de Letras, Departamento de História, 2010.

RAMOS, Daniel. *A invenção da praia e a produção do espaço: dinâmicas de uso e ocupação do litoral do ES*, Dissertação para mestrado em Arquitectura e Urbanismo, na área de concentração Processos Urbanos e Gestão da Cidade: Teoria e História, Universidade Federal do Espírito Santo, 2009

Suporte electrónico

http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpgid=ine_main&xpid=INE

<http://www.prot.ccdr-alg.pt/>

<http://www.ccdr-alg.pt/ccdr/index.php>

<http://www.dgadr.mamaot.pt/ambord/reserva-agricola-nacional-ran>

(URBAIN, Jean-Didier. *Le Touriste*)

http://www.canal-u.tv/video/universite_de_tous_les_savoirs/le_touriste_jean_didier_urbain.1466

- (1) **Viajante:** Qualquer pessoa que se desloca entre dois ou mais países (viajante internacional) ou entre duas ou mais localidades dentro do seu país de residência habitual (viajante doméstico).
- (2) **Visitante:** Qualquer pessoa que viaja para qualquer lugar fora do seu ambiente habitual por menos de 12 meses consecutivos e cujo motivo principal da visita não seja o de exercer uma actividade remunerada no local visitado.
- (3) **Turista:** Visitante que permanece, pelo menos, uma noite no local visitado (não necessariamente em alojamento pago).
- (4) **Visitante do Dia** (excursionista): Visitante que não permanece uma noite no local visitado.
- (5) **Ambiente Habitual:** O principal objectivo da introdução deste conceito é excluir do conceito de visitante pessoas que se deslocam diária ou semanalmente entre a sua casa e o local de trabalho ou estudo, ou outros lugares visitados frequentemente. A definição de ambiente habitual baseia-se nos seguintes critérios:
- a) distância mínima percorrida
 - b) duração mínima de ausência do local de residência habitual
 - c) mudança de localidade ou de unidade territorial administrativa
 - d) exclusão explícita de certas deslocações ordinárias
- (6) **Residência Habitual:** É um dos critérios-chave para determinar se uma pessoa que chega a um país é um «visitante» ou «outro viajante» e sendo visitante se é nacional ou não residente. A classificação dos visitantes internacionais segundo a sua origem é feita pelo país de residência e não pelo da nacionalidade.

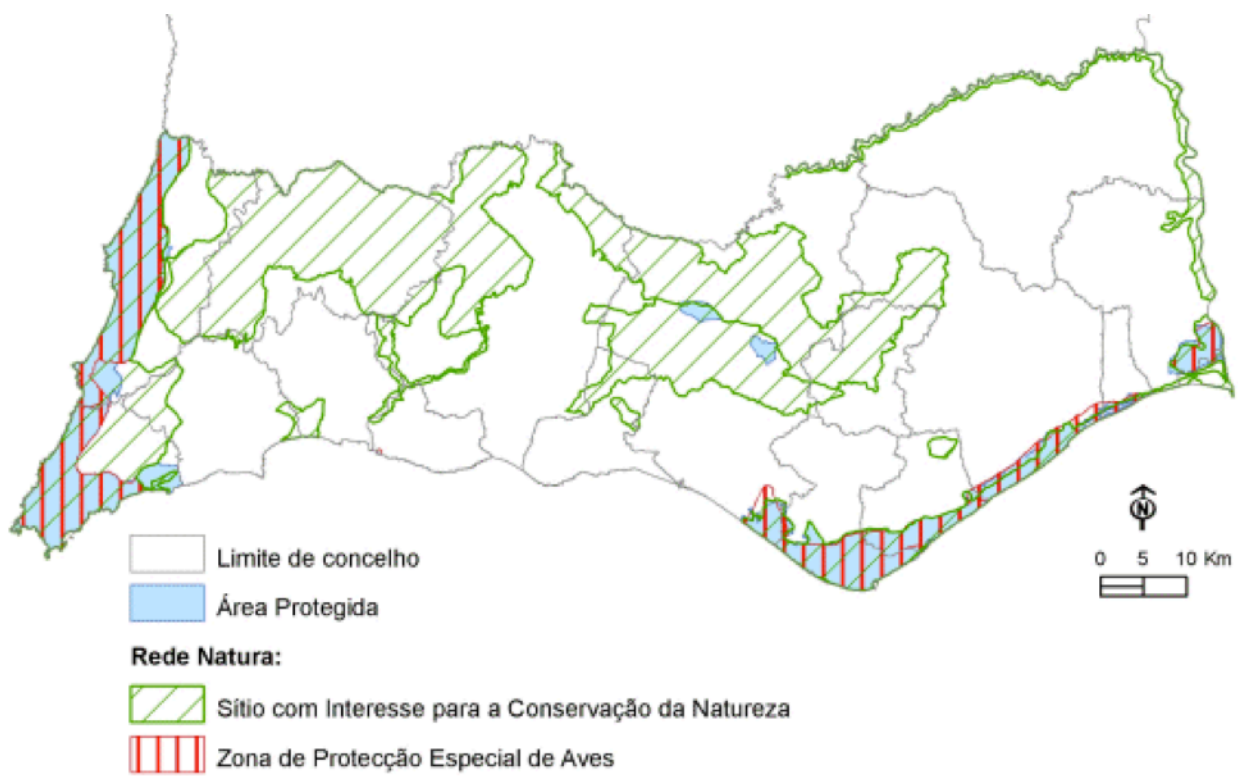
Fonte: UN/OMT, *Recommendations on Tourism Statistics*, 1994.

<p>1. <u>ECONOMIA</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Desenvolvimento económico • Produção de Riqueza • Dinamização de outras actividades • Emprego <p>2. <u>SOCIAL</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Comportamentos colectivos • Estrutura familiar • Propensão à viagem • Intercâmbio de valores • Informação e Comunicação <p>3. <u>TECNOLOGIA</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Transportes • Materiais de Construção • Telecomunicações • Informática • Meios de Transporte <p>4. <u>POLÍTICA</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Liberdade de deslocação • Objectivos do Estado • Tensões Políticas • Conflitos Laborais <p>5. <u>AMBIENTE/ECOLOGIA</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Condições Naturais • Meio Urbano • Recursos Naturais • Poluição <p>6. <u>INSTITUCIONAL/JURÍDICO</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Facilidades à viagem • Duração das férias • Despesa do consumidor • Regulamentação Turística <p>7. <u>CULTURAL</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Tradições • Património Cultural • Aculturação <p>8. <u>SANITÁRIAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Epidemias • Tratamentos e Recuperação • Sistema político de saúde • Rede de instalações sanitárias <p>9. <u>CIÊNCIA E EDUCAÇÃO</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Investigação • Sistema educativo do turismo • Difusão dos conhecimentos • Formação profissional

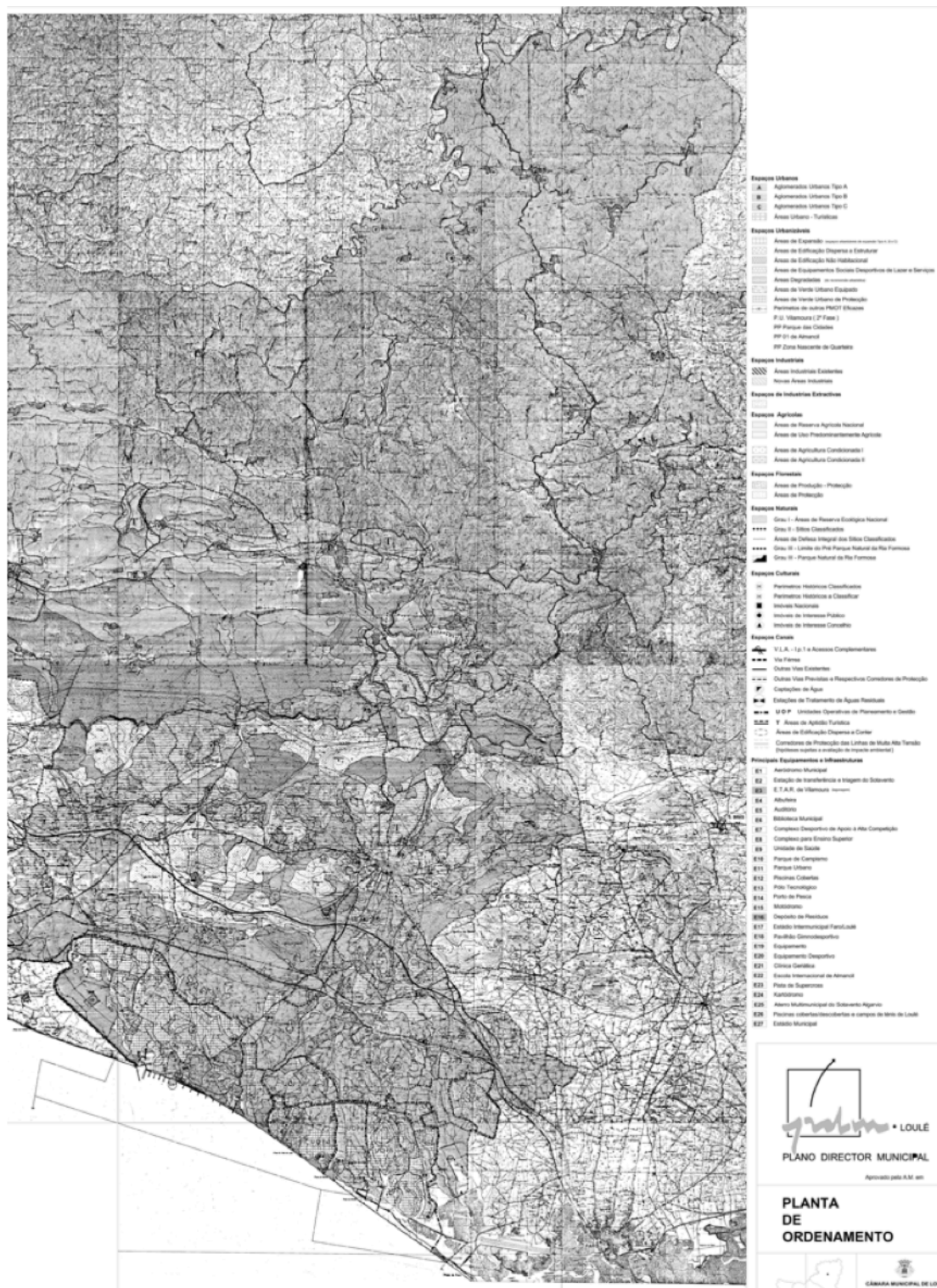
02 As inter-relações do Turismo: principais areas de interdependência, *Introdução ao Turismo*, p. 1



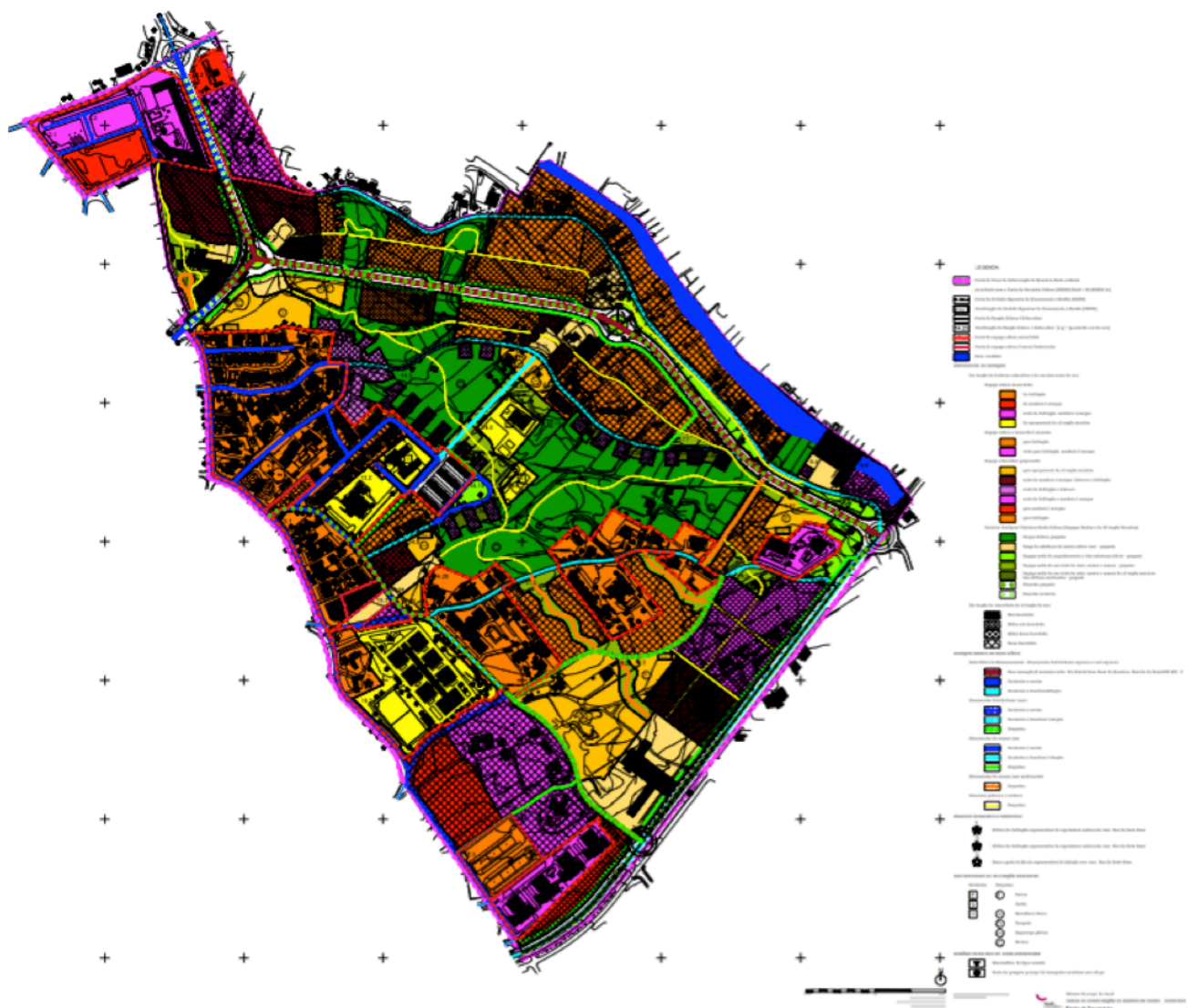
03 Áreas Protegidas (in <http://www.cdr-alg.pt/ccdr/index.php?module=ContentExpress&func=display&ceid=382>)



04 Rede Natura (in <http://www.ccdr-alg.pt/ccdr/index.php?module=ContentExpress&func=display&ceid=329>)



05 PDM Loulé



07 PU Nordeste de Quarteira



08 Postal Quarteira
(in http://www.prof2000.pt/users/avcultur/Postais2/QuarteiraPostais/003_Quarteira.jpg)

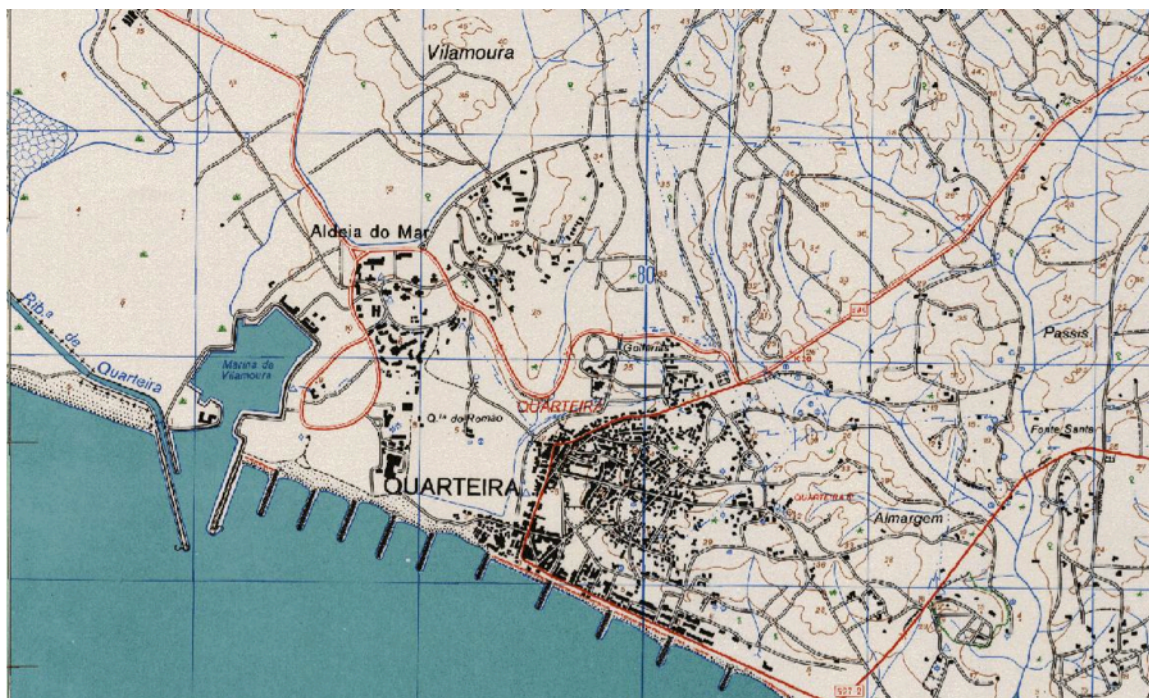


09 Quarteira, 1960
(in <http://blog.turismodoalgarve.pt/2011/10/hotel-toca-do-coelho-hoje-dom-jose.html>)



10 Quarteira, 1960

(in <http://blog.turismodoalgarve.pt/2011/10/hotel-toca-do-coelho-hoje-dom-jose.html>)



11 Carta Militar (Quarteira e Vilamoura)
(in <http://idealg.ccdr-alg.pt/ren.aspx>)

Devido à própria característica do turismo; a arquitectura que presenciámos ao longo da região do Algarve parece reunir uma série de influências culturais; umas muito mestiças, outras mais ou menos eruditas; a variedade é múltipla em forma, escala e proporção. Este levantamento fotográfico, ao longo da costa de Quarteira e Vilamoura, exprime a intenção de retratar alguma dessa variedade.

De Este para Oeste podemos verificar que grande parte dos edifícios possuem em média cinco a seis pisos cujo o r/chão costuma ser ocupado por comércio. Apresentam linguagens arquitectónicas muito díspares, variando em forma, cor, alinhamentos, cérceas, entre outras.

Aproximando-nos do porto piscatório começam a surgir edifícios de um ou dois pisos, mais antigos que se destinam a acolher o comércio (cafés, restaurantes, mercado de peixe e de fruta, entre outros) e finalmente a nova lota de Quarteira.

Entre Quarteira e Vilamoura surge um grande terreno vazio, onde algumas caravanas se instalam de forma ilegal. Aqui podemos ver como pano de fundo os edifícios de maior dimensão de Vilamoura.

Na Marina de Vilamoura voltamos a encontrar uma grande mistura de linguagens arquitectónicas que, no entanto, parecem ganhar unidade devido ao percurso bem marcado em torno da marina.



11 Quarteira | Vilamoura (As arquitecturas na frente de mar) – Desenho do autor