

**Algarve, da Urbanização Turística à Metropolização Sazonal
1960/2013**

João Carlos Figueira Martins

Tese de Doutoramento em Sociologia

Nota:

título, ano)

- encadernação térmica -

Novembro de 2014

Tese apresentada para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Doutor em Sociologia, realizada sob a orientação científica do Professor Doutor Luís António Vicente Baptista

Apoio financeiro da FCT com a referência SFRH/BD/64041/2009

Aos meus pais

AGRADECIMENTOS

Ao orientador desta tese de Doutoramento, o professor Luís Baptista (FCSH/UNL), cujos conselhos e acompanhamento se mostrou determinante no bom andamento do trabalho realizado. Aos professores Casimiro Balsa, José Resende e João Pedro Nunes (FCSH/UNL), Jordi Nofre e Patrícia Pereira (CESNOVA), João Filipe Marques (FE/UALG) e Rita Cachado (CIES/IUL) gostaria de demonstrar o meu apreço pelo apoio e aconselhamento em todas as fases desta investigação.

Ao CESNOVA pelas condições positivas oferecidas para a conclusão deste trabalho. Neste centro de investigação em Sociologia, o apoio de colegas como a Inês Vieira, o Pedro Almeida, a Clara Vital, a Paula Bouça, entre outros, foi igualmente decisiva para a conclusão desta tese de doutoramento.

À Fundação para a Ciência e Tecnologia pelo apoio financeiro concedido, imprescindível à realização de um trabalho desta natureza.

Uma palavra especial para todos aqueles que no Algarve, com os seus comentários, sugestões e informações facilitaram em muito este trabalho. Um especial obrigado a Filomena Dias, Renato Andrade, Ana Marta Tomé, Roberto de Mello, Bruno Silva, Márcio Cardoso, Raquel Ponte, André Gomes, Nuno Carvalho, Sérgio Viegas, Sérgio Leitão, Valter Ascensão, Cristina Ramos, André Artur Carlos e José da Palma.

DA URBANIZAÇÃO TURÍSTICA À METROPOLIZAÇÃO SAZONAL NO ALGARVE LITORAL 1960/2013

JOÃO CARLOS FIGUEIRA MARTINS

RESUMO

A turistificação do Algarve ocorreu num plano político, institucional e urbanístico em que assistimos transformações em duas escalas. Na escala nacional, assistimos a uma clara reorientação produtiva ao continente europeu por parte das elites nacionais, abandonado o comércio de natureza colonial e concentrando a sua intervenção na banca e setor imobiliário. Na conjuntura regional presenciamos a substituição da agricultura, pesca e indústria tradicionais, pelas ocupações funcionais associadas ao turismo. Ocupado temporariamente por turistas (maioritariamente portugueses e britânicos) e utilizadores de segundas residências, o território e as populações algarvias foram moldados pelo impacto em redor do fenómeno turístico e imobiliário, implicando uma forte dependência económica e sazonalidade associada ao lazer balnear. Num contexto de forte dinamização da iniciativa privada, dá-se um incremento particular do investimento financeiro nestes territórios; tanto nas suas vertentes de alta rentabilidade (resorts e grandes projetos imobiliários), como na compra de casas de segunda habitação por parte de alguns estratos das classes médias. A procura de lazer comporta um processo social, económico e cultural marcado pelo contexto de receção de turistas, na adequação da região destes, na transformação do espaço no sentido de um território que se quer adequado ao prazer, promovendo possíveis fenómenos de dependência económica de uma região. A Sociologia tratava o consumo de bens não primários como “um assunto pouco sério da vida social” (Fortuna, 1995). A integração deste campo na academia dá-se com a progressiva integração da importância do fenómeno turístico nas mentes dos agentes *os melhores tempos das nossas vidas*, assim como do alargamento a classes sociais mais modestas, que agora podem aceder ao lazer e ao uso do tempo livre; tornando o fenómeno um elemento central das sociedades contemporâneas. Na produção das cidades e nas suas margens urbanas está presente a criação de um espaço físico e social de trocas, e particularmente nos contextos turísticos, de essência simbólica e económica entre residentes e visitantes, elementos fundamentais destas formas de urbanização. Nesta investigação foram escolhidos um conjunto de espaços urbanos, de relações produtivas/ laborais e práticas de lazer, que pelo seu interesse sociológico significativo poderão ajudar na compreensão do processo de Urbanização Turística no Algarve. Como resultado desta análise criámos o conceito de Metropolização Sazonal, através da análise de três dimensões particulares: espaço, produção/trabalho e lazer. Da análise desenvolvida foi necessário criar uma tipologia conceptual que permitisse compreender as particularidades do processo de urbanização turística algarvia. Essa tipologia materializa-se num novo conceito, de Metropolização Sazonal, com a sua particularidade temporal, não permanente.

PALAVRAS-CHAVE: Algarve, Turismo, Urbanização, Metropolização Sazonal

ABSTRACT

The Algarve Touristification occurred on a political, institutional and urbanistic phase, in which we assist transformations in two stages. In the national stage, we assist a clear productive reorientation towards the European continent by part of the national elites, abandoning the colonial trade and concentrating their intervention on banks and real estate. In the regional stage we assist an economic reorientation from agriculture, fishing and traditional industries towards functional occupations related to tourism. Occupied temporally by tourists (mainly Portuguese and British) and second use house users, the territory and Algarve populations were shaped by the impact around the tourism and real estate phenomenon, implying a strong economic dependence and seasonality associated with beach leisure. In a context of strong private intervention, we see a solid financial investment by private entrepreneurs in these territories, in its high value structures (resorts and big real estate projects), as the second house use economic promotion among some medium classes. The desire of leisure implies a social, economic and cultural process based on the tourists reception, the region adequacy towards them, the space transformation towards a territory suitable to leisure, promoting possible effects of economic dependency on the region. Sociology used to deal with these non-primary consume as a “not so serious matter regarding social life” (Fortuna, 1995). The integration of this field on the academy was made by the progressive integration of the tourism phenomenon on peoples’ minds, *the best times of our lives*, as the enlargement towards more modest social classes, that can now access leisure and free time; becoming a central element on contemporary societies. In the production of cities and their borders, it is present the creation of a physical and social space of trade, and particularly on tourism contexts, of economic and symbolic essence, between residents and visitors, fundamental elements of these forms of urbanization. In this investigation were chosen a group of urban spaces, productive/labor relations and leisure practices, which have a particular sociological interest, helpful in order to understand the Tourism Urbanization (Mullins, 1991) process in the Algarve. As result of this analysis it was developed a new conceptual typology in order to understand the tourism urbanization process in Algarve. That typology is materialized on a new concept, the Seasonal Metropolization process, with its temporary and non-permanent particularity.

KEY WORDS: Algarve, Tourism, Urbanization, Seasonal Metropolization

INTRODUÇÃO

Você já ouviu falar dele. (...) De certeza que algum amigo já lhe disse coisas como: «Eu fui da praia à montanha num segundo, ou dei um passeio, observei pássaros e comi marisco tudo na mesma tarde» (...) Viu numa cadeia internacional um programa sobre a cultura, tradições e a história daquele que foi eleito o melhor destino de Golfe do Mundo (...) pode ter encontrado *sites* em que se diz que o Verão aqui dura o ano inteiro e que se podem praticar quase todos os desportos dentro e fora de água (...). É normal que conheça o Algarve pelos olhos, pela mão e pela voz de muita gente, mas falta-lhe ouvir aqueles que sabem todos os seus segredos, falta-lhe ouvir os que vivem cá. (Visit Algarve, 2010)

O Algarve é uma unidade de natureza política/administrativa, geográfica e cultural localizada a sul de Portugal, no sudoeste da Europa. É marcada por uma longa faixa longitudinal interior, onde a desertificação populacional e os seus efeitos económicos e espaciais marcam o território. É composta pela Serra, a zona montanhosa da região que separa o Algarve do Alentejo, onde dominam a silvicultura e agricultura de subsistência e pelo Barrocal, a faixa mais fértil associada à produção frutícola.

Em ambas as zonas interiores do Algarve poderemos observar a existência de habitações de uso não permanente, que recriam muitas vezes um imaginário rural local, resultantes da reconstrução de antigas edificações existentes em pequenos povoados ou montes. Esta é a face mais ruralizada do Algarve, apesar de encontrarmos marcas determinantes de introdução do fenómeno urbano, nomeadamente no uso secundário e de lazer das habitações existentes e no contacto entre os poucos residentes originais e estes novos *rurais de fim de semana*.

Este espaço interior do Algarve fica localizado a norte da Estrada Nacional 125 (EN125), uma via de circulação fundamental na região, perante um contexto de mobilidade marcado pela dinamização do automóvel privado como meio privilegiado de locomoção (Urry, 2004). Constitui-se assim como uma grande avenida que cruza todo o Algarve (Guerreiro, 2003), apresentando-se como a grande via de circulação regional.

O uso frequente da EN125 foi determinante na dinamização extensiva de formas particulares de urbanização e metropolização, naquela que é a parte do Algarve mais

reconhecida mediaticamente o Litoral. Aqui localiza-se a grande maioria das cidades tradicionais existentes e as suas praias; estas últimas, um ativo económico determinante a nível regional e nacional, que promoveu a dinamização do fenómeno turístico.

O litoral algarvio apresentava no momento inicial da sua transformação turística particularidades paisagísticas, meteorológicas, culturais e urbanísticas que proporcionaram o interesse de viajantes de origem europeia em busca de processos de reinvenção identitária e de formas de consumo de bens não primários.

Este espectro levou à constituição progressiva de espaços urbanos baseados num modelo territorial de *Sol e Mar*, apoiado pela dinamização crescente de ligações aéreas desde 1965 até à atualidade, de um contexto político, institucional e económico que privilegiou o Algarve como o maior destino turístico em Portugal.

Muitos dos espaços junto do mar acabam por não resistir à procura de terrenos urbanizáveis por parte da iniciativa privada, criando uma pressão sobre proprietários e residentes (Cavaco, 1996) e a futura ocupação de natureza turística.

Este esforço de turistificação da região implicou transformações na população residente até 2011, diversificando-se em termos de nacionalidades. A Urbanização Turística do Algarve enuncia igualmente uma enorme controversa mediática sobre o desordenamento do território do Algarve. Este é marcado pela edificação de grandes lotes de solo que marcam a área litoral, sendo as ruas criadas nos espaços sobrantés às construções, nos seus espaços intersticiais.

O fenómeno turístico, elemento transformador do Algarve, apresenta-se na sua essência, como uma viagem prolongada de lazer a um sítio distante do local de residência permanente. Os seus percursos justificam-no pela vontade de descoberta de outras comunidades, pelo descanso terapêutico, como expressão de diferenças sociais, apresentando uma variabilidade temática até aos nossos dias.

O uso do tempo livre em espaços dedicados ao lazer tem ecos durante a antiguidade romana e grega, teve expressões particulares durante o contexto medieval, floresceu no renascimento; e na modernidade, sofreu um processo de industrialização das suas práticas, nomeadamente no acesso socialmente mais alargado às estâncias de águas termais ou balneares que aliavam lazer, saúde física e mental nomeadamente em Inglaterra, mas com alguns ecos em Portugal, nomeadamente em Monchique na serra algarvia.

A generalização do uso das áreas litorais como áreas de lazer tem uma origem bem marcada, a Inglaterra industrial da segunda metade do século XIX. Decorrente da dinamização do transporte ferroviário e da criação dos primeiros pacotes que congregavam viagem e lazer no modelo excursionista, dá-se uma generalização deste modelo inicial de turismo entre as classes populares. Agora procuravam viajar às praias do sul inglês, ocupadas quase que exclusivamente até então pelas elites, como em Brighton.

Para além da dinamização dos transportes e de um sistema articulado de apoio à viagem, ocorrem simultaneamente mudanças importantes no campo laboral, através de uma separação clara entre o tempo do trabalho e do lazer. A dinamização das férias pagas a todos os trabalhadores na segunda metade do século XX, particularmente na Europa Ocidental (mediterrâneo), América do Norte (litoral ocidental) ou União Soviética (mar negro) levando a uma massificação das práticas de lazer, standardizadas em determinadas tipologias: Sol e Mar, Neve ou Montanha.

O aumento de capitais escolares, culturais, económicos, mas também da experiência turística dos viajantes, promoveram um esforço de tematização (Hannigan, 2003) dos conteúdos apresentados, mais perto da cultura local; associada a uma imagem particular destes locais turísticos, uma *Tourist Gaze* (Urry, 1990). Estas imagens permitem a constituição de um grande mapa mental acerca dos lugares a serem visitados, em que o espaço e a cultura urbana tornam-se recursos económicos a serem explorados, e são orientados a classes e grupos sociais particulares.

Os elementos dinamizadores desta imagem da cidade encontram-se num contexto de interação: operadores turísticos privados, entidades públicas de regulação económica, urbana, cultural e municipal, os meios de comunicação social e por fim a opinião de pares e amigos expressa nas redes sociais informáticas contemporâneas. O resultado desta interação entre corpos sociais distintos ditará em grande medida o sucesso económico do destino turístico, a sua associação a determinados grupos sociais, culturais, nacionais e económicos, a sua conexão com um imaginário cosmopolita.

A expansão progressiva destas formas aglomeração populacional e económica, levará à constituição de novas configurações de natureza metropolitana: formas de polarização e centralidade urbana, que ao invés de estarem concentradas nos centros urbanos tradicionais, passam a localizar-se nas suas antigas periferias litorais, criando uma rede policêntrica. Este esforço de turistificação (Knafour, 2012), constituinte de

formas de urbanização turística (Mullins, 1991), promoveu uma nova forma urbana em que o uso das praias é um elemento determinante.

Depois das transformações pós-fordistas decorrentes do processo de deslocalização da indústria para oriente e das suas consequências nas sociedades ocidentais (conjunto de cidades deprimidas economicamente) foi determinante a criação de um novo negócio urbano. Esta reconversão passou pelo aproveitamento mercadorizado das belezas paisagísticas e patrimoniais, criando novas áreas urbanas dedicadas exclusivamente ao negócio turístico como no caso do Algarve.

Constituiu uma forma particular de urbanização, não com base na indústria ou comércio colonial, mas que responde a uma afirmação progressiva da importância do consumo e do uso dos tempos livres: com comportamentos, representações, aspirações, formas de distinção social, expressões artísticas e culturais em novos espaços urbanos. Neste caso não estamos perante uma simples reconversão urbano/cultural pós-industrial, mas sim uma diversificação urbana do Litoral, que põe em causa as modalidades tradicionais de análise da cidade moderna e das suas margens.

Um território de natureza urbana polinuclear, criador de novas centralidades em que domina um modelo radioconcêntrico, em que a malha concêntrica é intermediada pela existência de vias de mobilidade rodoviária, que irão ditar em grande medida a forma urbana destes territórios.

OBJETO, OBJETIVOS, OPÇÕES METODOLÓGICAS E TÉCNICAS UTILIZADAS

Passaremos neste momento a explicitar as grandes opções de natureza de operativa e metodológica que guiaram a nossa investigação. Iniciaremos com a apresentação do objeto de estudo, que neste caso passou pela criação de uma nova forma conceptual que permita explicar a urbanização turística nos territórios litorais do Algarve. Em segundo lugar apresentaremos os diferentes objetivos que guiaram esta investigação e de que forma estes estão desenvolvidos na tese. Seguidamente questionaremos as opções metodológicas tomadas por nós e os seus efeitos na construção de um novo conceito de metropolização não permanente. Por fim esclarecemos as técnicas de observação em ciências sociais escolhidas e os seus resultados.

Um objeto de estudo em Sociologia: a Urbanização Turística no Algarve (1960/2013)

As praias do Algarve e os seus territórios litorais constituíram-se como áreas de forte aglomeração populacional, económica e cultural desde a década de 1960 até à atualidade, numa dinâmica temporária que apresenta efeitos a longo termo, elemento fundamental da sua criação e compreensão.

Este processo de transformação social congregou uma morfologia que responde às condicionantes da economia global, de um desenho urbano decorrente das relações entre o espaço e capital, de mercadorização da cultura urbana como um produto pronto a consumir e da criação de um campo de interação social, entre grupos de origens sociais e nacionais distintos, uma trama de relações entre residentes e turistas.

Apesar de ser banhada pelo oceano Atlântico, apresenta um caráter mediterrânico, decorrente do seu processo histórico, mas também da sua dinamização turística, semelhante a outros contextos de promoção turística, como a vizinha

Andaluzia; tornam-se espaços de encontro entre turistas do Norte da Europa e as populações residentes.

Os visitantes procuram um clima ameno e elementos simbólicos particulares, nomeadamente uma representação da Europa que apresentasse elementos virgínicos, inalterados, não sujeita aos efeitos ambientais e culturais da industrialização (retorno a uma ideia de pré-modernidade). As transformações operadas nesta faixa marítima comportaram um processo de produção espacial, uma diversificação produtiva e uma dinamização lúdica adequadas ao modelo de turismo desenvolvido. Como elemento mais marcante deste processo de transformação espacial apresentamos quatro casos de estudo: 1) a transformação informal de uma comunidade piscatória no sentido do seu uso como turismo residencial em regime de segundas habitações na Praia de Faro; 2) a criação formal do primeiro *resort* em Portugal num espaço sem ocupação humana até aí em Vale do Lobo; 3) a criação de uma cidade dedicada ao turismo junto da Praia de Quarteira e por fim, a 4) transição agrícola/turística no resort de Vilamoura.

Tal como noutros destinos turísticos balneares, o Algarve é marcado por um uso temporal marcado, nos meses de Verão, cujos corpos públicos de gestão pública tentaram combater. A resposta passou pela mercadorização da cultura local e globalizada, divulgando uma determinada imagem do Algarve e materializou-se na divulgação de eventos como o EURO 2004, o Faro Capital da Cultura, 2005 e o Allgarve 2007/2011. Tentou-se melhorar a performance de atração turística, de promoção imobiliária na região e de empatia por parte de um público mais letrado e sofisticado. Desta forma poderia permitir uma reinvenção da região como ativo económico contemporâneo no contexto global das viagens.

A dinamização do modelo de turismo de “Sol e Mar”, para além da sua particularidade espacial que acomoda formas de consumo de bens não primários, promoveu o desenvolvimento de um quadro produtivo e laboral particular. Percebemos a criação de uma população ativa marcada por elevados níveis de precariedade nos seus vínculos contratuais, baixa sindicalização, flexibilidade nas funções desempenhadas e taxas de desemprego elevadas.

Os setores de atividade com maior crescimento durante esta última metade do século foram ligados ao imobiliário e construção civil correspondente, comércio a retalho, restaurantes e bares, mas também na hotelaria formal. Despertou-nos um interesse particular algumas atividades fortemente ligadas ao fenómeno turístico, mas

que não tinham contacto direto com os viajantes, algumas atividades de bastidor, nomeadamente no handling do aeroporto de Faro.

Da conjugação dos resultados destas três dimensões: Espaço, Produção/Trabalho e Lazer surgiu um novo conceito de interpretação sociológica e do espaço urbano, o conceito de Metropolização Sazonal, uma forma conceptual adequada à turistificação algarvia, na verdade o objeto desta investigação.

Objetivos da investigação

Os objetivos que guiaram este trabalho correspondem, grosso modo, aos capítulos da tese, fazendo desta forma uma ligação entre os nossos anseios de investigação e a análise resultante. Passemos então a uma análise dos diferentes objetivos que dominaram esta investigação.

Objetivo 1: Abordar conceptualmente os campos do Lazer e o Turismo

Pretendemos compreender e analisar teoricamente os campos de estudo do lazer e do turismo, do consumo de bens não essenciais, da importância da imagem das cidades na sua reconversão económica pelo turismo, do fenómeno turístico como uma *salvação* de economias deprimidas e os possíveis efeitos de dependência quase exclusiva do fenómeno turístico. Este processo deverá ser discutido perante uma perspectiva sociológica, que analise os processos históricos mais marcantes, os protagonistas institucionais e privados, e as redes de poder e decisão estratégica na área do turismo. Neste campo pretendemos criar uma leitura plural do fenómeno turístico e a sua integração em sociedades de desenvolvimento médio, como a portuguesa.

Desejamos explorar um conjunto de contributos teóricos que serão uteis para a compreensão da importância do turismo e do lazer nas sociedades contemporâneas. Reunindo este corpo conceptual, estaremos mais preparados para a compreensão da especificidade algarvia e do seu processo próprio de ludificação. Este corpo teórico apresenta-se como fundamental para poder criar uma nova tipologia conceptual, adequada à diversificação turística sentida no Algarve na última metade do século XX.

Objetivo 2: Abordar conceptualmente os processos urbanos contemporâneos

Após uma primeira análise acerca dos processos sociais associados ao turismo e ao lazer, passámos à materialização destas dinâmicas no espaço, na recriação/reconfiguração/reconversão territorial com base nestas formas de consumo de bens não essenciais. Uma análise acerca dos processos urbanos a nível global, particularmente no entendimento das cidades e das suas margens como espaços dedicados ao turismo e ao lazer, que se generalizaram com particular interesse nas cidades litorais europeias e mediterrânicas a partir da segunda metade do século XX.

Entendemos que a compreensão das transformações urbanas apresenta-se como um fator determinante na análise dos comportamentos humanos na contemporaneidade.

Essa natureza urbana é facilmente reconhecível na sua dimensão material, nomeadamente através do uso de conceitos como o de edificado, forma urbana ou ocupação funcional do espaço: residencial, de consumo ou industrial; mas também na sua dimensão interpretativa, com as noções de bairro, cidade, periferia ou região. Estas são as marcas mais evidentes do efeito urbano da atividade turística no território, particularmente visíveis a olho nu, os efeitos artificializadores e transformadores das paisagens.

Mas ao mesmo tempo as mutações urbanas ocorridas poderão ser menos evidentes do que a perceção visual pode alcançar, sendo necessário um estudo mais apurado. Uma reflexão minuciosa, uma desconstrução dos preconceitos sociais acerca desta região em particular, uma crítica e ultrapassagem das construções apriorísticas do senso comum acerca dos usos sociais do espaço. Este esforço só foi possível através de uma análise do processo de turistificação desde o seu início, percebendo o seu contexto legislativo e económico particular.

Este corpo conceptual foi determinante para pensar os processos urbanização globais, que apresentam a particularidade de se desenvolvem com base no aproveitamento económico das belezas naturais locais, neste caso as suas praias e paisagens pouco alteradas. Permitiu igualmente a compreensão de processos de transformação urbana pós-fordistas, em que a economia e produção tradicionais são substituídas por novos modelos de desenvolvimento, neste caso dominadas pela opção turística. Este corpo teórico mostrou-se igualmente fundamental para compreender a

constituição de novas áreas urbanas e a transformação periferias das cidades tradicionais (Faro, Loulé, Portimão) da região.

Objetivo3: Compreender os primeiros passos da urbanização algarvia

Depois da abordagem teórica e conceptual foi necessário criar uma caracterização da região e da sua dinâmica global de transformação urbana sofrida nos últimos cinquenta anos. Até à década de 1960 o Algarve apresentava uma estrutura urbana marcada pela importância das suas cidades tradicionais, muitas delas criadas durante a idade média, algumas de origem árabe.

Mas a sua diversificação urbana contemporânea foi sobretudo dominada pelo fenómeno turístico, um processo global em que o lazer associado ao Sol e Mar funciona como motor da urbanização, em que a criação de infraestruturas de acomodamento e de diversão para uma população não local são determinantes na criação de áreas de natureza urbana.

Para compreender a origem da promoção inicial do turismo no Algarve teremos de esclarecer que este decorreu durante o final do regime autoritário do Estado Novo, sendo que os seus efeitos mais marcantes se deram posteriormente. Teremos de esclarecer a intervenção de natureza legislativa promovida, nomeadamente na regulação dos solos, na criação de planos de ordenamento territorial ao nível regional como o Plano Diretor da Região de Lisboa de 1964 ou o Plano Diretor do Algarve de 1966, uma tentativa de regulação que pudesse acompanhar a transição urbana que se esperava. É claramente uma opção do regime, consubstanciada na criação de um aeroporto internacional e numa posição mais flexível em redor da edificação e da promoção económica em redor do turismo.

Este espaço de forte dinamização económica materializa-se numa urbanização à beira da Estrada Nacional 125, num desenho urbano extensivo e criador de novas centralidades nas periferias das cidades tradicionais do Algarve: Faro, Loulé e Albufeira, como um triângulo de aglomeração urbana e conurbação particular em redor do fenómeno turístico que deveríamos utilizar de forma a circunscrever a nossa investigação. Importa notar que estas transformações são reféns de uma dinâmica económica sazonal e, por isso, promotoras de outras atividades igualmente temporárias

no terceiro sector, mesmo que não ligadas diretamente ao turismo e ao lazer, mas dependentes do desenvolvimento económico que este acarreta.

Objetivo 4: Descrever de quatro espaços balneares no Algarve

Como elemento mais claro deste processo de urbanização do litoral algarvio apresentámos quatro casos de turistificação, quatro praias que se alteram profundamente quando se tornaram espaços de concentração de turistas e residentes sazonais. Para além da especificidade de cada um dos territórios escolhidos, torna-se preponderante perceber se existe uma relação entre eles, se estabelecem contactos entre si ou se pelo contrário criam fronteiras de atuação.

Deveremos diferenciar desde logo duas situações distintas e que correspondem aos nossos casos de estudo de natureza espacial. Em primeiro lugar a criação de áreas urbanas turísticas de raiz onde não havia uma forte ocupação humana permanente, em que o processo de urbanização e de turistificação se dão de forma simultânea, como no caso da Praia de Faro e de Vale do Lobo. Em segundo lugar a transformação urbana das periferias de antigas pequenas povoações de natureza piscatória ou agrícola (caso Quarteira/Vilamoura) que, face à turistificação de algumas parcelas, ganham claramente uma nova centralidade e natureza urbana. É uma dinâmica que decorre da manutenção de espaços vazios, sem ocupação, expectantes, à espera da aprovação administrativa da edificação, da alteração da sua função urbana (edificável ou não). Este contexto criou uma nova estrutura fundiária que, ao contrário do parcelamento tradicional vindo da agricultura de subsistência, tende a ser concentrado em grandes frações à espera de um segundo momento de parcelamento, desta vez orientado para a edificação, tal como Teresa Salgueiro demonstrou na sua análise do processo de metropolização em Lisboa (Salgueiro, 2001).

Objetivo 5: Analisar a diversificação produtiva e laboral no Algarve

Seguidamente avançámos na análise das transformações laborais e produtivas, mais determinantes na região desde 1960. O Algarve viu transformar a sua estrutura

produtiva através da substituição de trabalhadores de atividades tradicionais como a agricultura, pesca e indústria transformadora no sentido de uma região dominada pelo setor imobiliário, hoteleiro e particularmente no comércio.

A dimensão plural da Urbanização Turística do Algarve e a sua particularidade enquanto processo de metropolização sazonal obrigou-nos a entrar em contacto direto com os residentes da região. Neste momento tentámos compreender as relações laborais no contexto turístico, acompanhadas de uma análise estatística acerca das grandes transformações económicas e da distribuição da força de trabalho no Algarve.

Foi determinante o desenvolvimento de um trabalho de campo etnográfico sobre uma comunidade de trabalhadores jovens, precários e integrados em esquemas de trabalho em tempo parcial do setor de *handling* do Aeroporto de Faro, que identificámos como atividades turísticas de bastidor. De modo a compreender as suas justificações acerca da sua particular gestão do tempo com base no trabalho por turnos, as perspetivas de futuro e os seus sentimentos em redor da sazonalidade nas suas vidas quotidianas.

Esta análise foi feita num contexto de crise económica particular, em que a região apresentava uma das maiores taxas de desemprego a nível nacional, que imprimia uma maior pressão sobre as ocupações laborais sazonais, nomeadamente no aumento de candidatos a estas posições, alterando a mão-de-obra tradicionalmente jovem e estudante que ocupava estas posições.

Objetivo 6: Analisar as propostas de ludificação no Algarve na última década.

Apesar do modelo de turistificação no Algarve ter sido até hoje dominado pelo modelo de “Sol e Mar”, que explora os territórios balneares litorais como espaços de lazer e consumo, as instituições públicas de promoção turística sentiram a necessidade de promover uma diversificação da oferta turística, apostando numa dinâmica cultural. Esta operaria como um elemento acrescentador de interesse à região, melhorando a experiência turística e a imagem exterior do destino de férias algarvio.

Esta preocupação em compreender a ludificação do Algarve permite-nos aceder ao contexto simbólico dedicado aos turistas, os trunfos da região num contexto de

competição mediterrânica e internacional, o seu modelo lúdico inicial e a aposta no turismo de natureza cultural e urbana a partir do início do século XXI. Nesse sentido pretendemos apresentar três eventos: o Mega Evento (Getz, 2008) EURO 2004 e os Eventos Hallmark (Hannigan, 2003, 2010a., 2010 b.) Faro Capital Nacional da Cultura de 2005 e Algarve 2007/2011.

Num contexto de crise económica atual tão determinante a nível nacional e regional, foi necessário perceber igualmente em que locais estes eventos ocorreram, e se eram de natureza pública ou privada. Pretendemos perceber se a iniciativa pública deseja de facto dinamizar os seus espaços próprios, ou se orienta o seu esforço financeiro no sentido da diversificação cultural de instituições privadas de promoção turística, difundindo-as a nível nacional e internacional.

Objetivo 7: Criação de um quadro teórico e empírico adequado à urbanização do litoral algarvio: o processo de Metropolização Sazonal.

Como síntese das abordagens teóricas acerca do turismo, lazer e urbanização; da compreensão dos primeiros passos da turistificação no Algarve e do seu contexto institucional e económico; da observação de quatro casos de urbanização em territórios balneares; da descrição dos principais eventos de natureza cultural promovidos pelo Estado central e da pesquisa acerca dos efeitos ao nível produtivo e laboral na região, avançámos para a criação de um objetivo central e fundamental desta investigação, a criação de um novo conceito adequado ao Algarve.

Deste modo surgiu o conceito de Metropolização Sazonal; como um processo temporal com efeitos a longo termo, uma estrutura urbana que perdura no tempo, mas que foi construída para ter um uso não permanente.

Esta análise permitirá dar conta das dinâmicas urbanas e sociais mais significativas na região, desde a dinâmica de circulação de bens, pessoas e serviços; passando pela influência da EN 125 como corredor de expansão e circulação rodoviária na concentração urbana, até à constituição de formas metropolitanas e de processos de reconversão urbana.

Opções metodológicas

A natureza pluridimensional, alargada a diferentes escalas e multidisciplinar do trabalho em Estudos Urbanos implica o uso de um ecletismo metodológico (Hannerz, 1980), congregando diferentes abordagens e técnicas. Tivemos um particular interesse no uso do “Método de Caso Extensivo” (Burawoy, 1998), passando das escalas micro à macro, criando conhecimento em diferentes modos, correspondendo à pluralidade de posições sociais, à diversidade existente nos agentes e nas instituições.

Contrariando uma dinâmica muito frequente nas ciências sociais e na Sociologia em particular, há que combater o método positivista, contrapondo com uma análise de vários níveis. Neste contexto a metodologia não deverá surgir unicamente para contestar as teorias existentes, afastar as nossas predisposições e relação pessoal com o objeto, criar um sentido progressista e regulador do campo social, mas sim uma *muleta* que orienta o nosso trabalho, criando um diálogo entre investigador, o campo e a teoria já construída, no sentido de a melhorar.

Pretendemos cruzar o uso de técnicas de observação de natureza dedutiva e indutiva, consubstanciando uma opção metodológica que cruze duas grandes formas de abordagem do objeto sociológico e urbano.

Quando iniciámos esta investigação pretendíamos analisar o processo de urbanização que ocorreu na região mais a sul de Portugal, que apresentava uma dinâmica particular, aliando a análise do fenómeno lúdico e a sua materialização no território (Mullins, 1991, 1994; Baptista, 2005). Sofreu um processo inicial de turistificação do seu espaço (Knafour, 2012), no sentido da constituição de formas de urbanização pós-fordistas (Soja, 2000), num contexto de forte dinamização da cultura e do lazer como novos negócios urbanos (Harvey, 1989).

Estas abordagens teóricas e conceptuais foram usadas como guias de leitura da realidade social, permitindo numa fase posterior a análise dos processos turísticos e urbanos no Algarve. A observação dos territórios e das suas populações permitiram validar ou não os contributos teóricos escolhidos, atestando da sua validade.

Mas ao mesmo tempo, pretendemos relevar uma atenção especial ao contexto local. As particularidades da urbanização no litoral do Algarve e a sua observação permitiram aumentar o conhecimento em redor das áreas urbanas pós-fordistas.

Uma posição multi-situada, entre a teoria base e a criação de um novo conceito, adequado ao nosso objeto de estudo, o processo de urbanização turística no Algarve. Deste modo poderemos observar populações numerosas, comparar os seus resultados económicos e urbanos, criar unidades de observação, compreender regularidades e determinados padrões locais. Um conceito localizado e particularizado, cuja possível exportação para outros contextos turísticos obedece a uma nova observação do campo, percebendo se de facto pode ser utilizado.

Avançámos com um conceito de metropolização numa região que não é considerada uma área metropolitana administrativamente, sem poderes efetivos de nível intermédio (entre o poder central e local), sem um corpo político, legislativo e orçamental que permitisse atuar diretamente na região.

Apesar da existência de uma Comunidade Intermunicipal composta por todos os municípios do Algarve, cujo presidente tradicionalmente é uma figura de proa regional, com alguma visibilidade nacional, esta instituição está bastante longe do poder efetivo que reconhecemos noutras entidades públicas de gestão de áreas metropolitanas ou regionais no contexto internacional.

Para além desta incompatibilidade administrativa, o Algarve, ao contrário de outras áreas metropolitanas, como a de Lisboa e do Porto (que à escala mundial apresentam um caráter periférico), não apresenta uma população residente superior a 1 milhão de indivíduos, apesar do fenómeno de agregação territorial que congrega formas de reprodução económica e cultural para além das fronteiras estabelecidas das cidades tradicionais.

Estamos assim perante um processo de metropolização que não se encerra nos limites da metrópole comum, sendo o seu elemento primordial o uso temporário do território por parte de vários milhões de turistas anualmente, particularmente na sua vertente litoral. Mas o conjunto de transformações de natureza espacial, lúdica e produtiva/laboral da região em causa, aproximam-na de outras metropolitanas consolidadas, perenes e utilizadas por uma multiplicidade de agentes durante todo o ano.

Ao mesmo tempo, tal como Magnani (2002) nos referiu foi necessário o uso de técnicas e de uma posição metodológica, que estivesse perto e por dentro, mas em que as questões da proximidade pessoal do objeto de estudo seja controlada. No nosso caso,

sendo natural da região, estas questões tornam-se prementes, no sentido de não nos enredarmos em muitas das reificações construídas pelos agentes do turismo, tomando aspetos do fenómeno como naturais, quando estes são socialmente construídos.

Face à sua especialização funcional pelo Turismo (como vertente económica principal) e pela massificação do direito ao tempo de lazer, estes territórios tornam-se visíveis num contexto de exposição globalizada pelas diversas plataformas de comunicação. Este bloco teórico serviu como referencial de outras experiências de investigação em contextos urbanos em zonas ribeirinhas (Ashworth, 2011), que se especializaram no turismo de massas.

O nosso trabalho pretende uma aproximação clara à Sociologia Urbana, ainda que sem compromisso de engavetamento disciplinar. Por isso, surge nesta investigação o recurso à ideia de Estudos Urbanos, que remete para uma visão interdisciplinar dos fenómenos que ocorrem na escala plural das cidades, em que diferentes tradições, práticas e resultados são produzidos.

Para além das alterações a nível urbano e do território, foi necessário refletir sobre as alterações decorrentes do processo turístico e lúdico no campo identitário: o que implica para os agentes sociais, particularmente os residentes?. Deste modo foi importante nesta pesquisa perceber a forma como os algarvios veem a sua região: um espaço dedicado aos turistas, onde todas as mudanças são a si orientadas; mas também de que forma estes territórios estão ligados a um contexto de comunicação, de partilha, de viagem.

Como um processo de síntese, identificámos aquelas que nos pareceram as dinâmicas fundamentais do processo de metropolização sazonal no Algarve: Espaço, Produção/Trabalho e Lazer. Desta forma pudemos fazer uma *ponte* entre os conteúdos ligados à criação de uma forma urbana particular, os seus efeitos na população ativa local e do lazer turístico, desde a reconversão turística de antigos centros, à criação de novas áreas urbanas de natureza pós-fordista.

Antes de avançarmos para a descrição das técnicas utilizadas, iremos apresentar uma tabela em que expomos o desenvolvimento do nosso trabalho.

Tabela 1: Estratégia e desenho de Investigação

Questão de partida:	- Como se deram os processos de diversificação, concentração e especialização territorial urbana no território. Que tipo de urbanização?
Busca de Informação	- Informação documental: Repositórios Municipais, CCDR Algarve, Região de Turismo do Algarve, AHETA, Secretaria de Estado da Cultura - <i>Focus group</i> com promotores culturais e turísticos - Monografias da Universidade do Algarve e Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Algarve - Recolha de dados estatísticos (INE) - Etnografia com um grupo de trabalhadores sazonais numa associação juvenil
Problemática	- Formas de concentração urbana e de metropolização: a sua dinâmica sazonal
Modelo	- A Metropolização Sazonal: Especialização espacial, produtiva/laboral e lúdica
Observação	- Criação de unidades de observação. a)Espacial com Praia de Faro, Vale do Lobo, Praia de Quarteira e Vilamoura b) Laboral e Produtiva com as transformações nas atividades económicas da região e a análise da sazonalidade no Handling do Aeroporto de Faro c) Lúdica através da análise das respostas ao modelo de Sol e Mar através do EURO 2004, FCNC 2005 e Allgarve2007/2011
Generalização	Um processo de Urbanização Turística sob a égide de uma metropolização sazonal

Fonte: adaptação de Quivy e Campenoudt, 1995

Técnicas utilizadas

Passaremos agora a referir as técnicas e instrumentos de observação usados para poder operacionalizar os objetivos antes mencionados, de natureza qualitativa como a revisão bibliográfica, *focus group*, observação não participante e análise de conteúdo e quantitativa de carácter secundário, maioritariamente estatística.

Técnicas e abordagens qualitativas

Com maior incidência nos capítulos 1 e 2, mas constituindo um esforço que teve frutos nos capítulos seguintes, promovemos uma análise do Estado da Arte em estudos

urbanos e do turismo, particularmente em revistas científicas especializadas¹, a nível internacional e regional. Esta análise foi fundamental para perceber como surgia uma nova forma de urbanização particular, em que ao invés da indústria e dos serviços como campos tradicionais de urbanização, era o lazer, o consumo de bens não primários, que está na base deste processo particular de transformação cultural, laboral e espacial.

Nesse sentido, foi determinante criar uma ligação entre a crescente importância do Lazer como forma de consumo e a sua materialização espacial, criando territórios dedicados quase que exclusivamente a este fenómeno. Neste caso a recolha bibliográfica foi determinante, colmatando uma das maiores dificuldades deste trabalho, uma abordagem urbana do fenómeno turístico e que fosse útil para pensar o processo de turistificação algarvio.

Tentámos afastar-nos de uma visão positivista do turismo, da modalidade urbana deste fenómeno, que domina grande parte da informação disponível. Esta visão apresenta a mercadorização do fenómeno turístico como uma *salvação* de áreas urbanas deprimidas economicamente, reificando muitas das suas dinâmicas aparentes (importância da imagem, criação de novos mercados de turismo), como se fossem elementos determinantes da sua compreensão.

Esta opção esquece deliberadamente os aspetos negativos mais comuns das transformações urbanas ligadas ao turismo: subvalorização dos residentes e sobrevalorização dos viajantes, rápidas e pouco criteriosas transformações espaciais dedicadas aos turistas, constituição de áreas marcadas pela segregação socio espacial, processos de gentrificação e de substituição de populações em determinados campos marcados pelo fenómeno turístico.

Também no capítulo 3 foi determinante a recolha bibliográfica, particularmente da produção científica e teórica realizada por investigadores associados à Universidade do Algarve como Fernando Perna, Maria João Custódio, Sérgio Brito e Antónia Correia, ou mesmo de Carminda Cavaco do Centro de Estudos Geográficos da Universidade de Lisboa. Este trabalho permitiu compreender a criação de uma nova elite económica, que se dedicava agora ao negócio turístico, a criação de uma nova estrutura económica e

¹ Neste caso foi determinante o acesso ao *International Journal of Urban and Regional Research*, *Urban Studies*, *Annals of Tourism Research* e *Tourism Management*. Igualmente o recurso a revistas de produção local como a *Tourism and Management Studies* ou *Dos Algarves* foram fundamentais para conhecer a produção existente dedicada ao Algarve.

social, a opção clara pelo modelo de *Sol e Mar*, os efeitos particulares ao nível social do turismo no Algarve.

A análise em regime de observação não participante nas margens da EN 125 constituiu um recurso posto ao serviço desta investigação, uma pista central de natureza sociológica para compreender melhor esta realidade social em causa, esforço desenvolvido no capítulo 3. Desta forma percorremos várias vezes a EN125 entre Faro e Albufeira (o nosso contexto territorial de observação da urbanização turística e da sua dinâmica metropolitana), de modo a acompanhar os ritmos e as especificidades de um processo particular de crescimento urbano, que assenta na ligação entre localidades historicamente consolidadas e as suas margens recém turistificadas. Esta é uma marca determinante da urbanização da faixa sul do território português.

De modo a compreendermos as dinâmicas de diversificação turística do Algarve, promovemos uma sessão de *focus group* nas instalações da Escola Superior de Hotelaria e Turismo, com a presença de vários agentes implicados no turismo algarvio: o responsável da ordem dos arquitetos, da secretaria de estado da cultura, o presidente da Associação dos Hotéis e Empreendimentos Turísticos do Algarve e alguns académicos. Foi igualmente importante a assistência a algumas palestras e conferências, nomeadamente de Vítor Neto, um agente primordial na dinamização turística do Algarve e antigo secretário de estado com responsabilidades no setor.

No capítulo 4 utilizámos igualmente a observação não participante na análise dos espaços litorais escolhidos, onde poderíamos observar alguns dos seus residentes e utentes, particularmente durante o inverno, percebendo assim o seu uso durante a época baixa de atração turística.

No capítulo 5 foi utilizada também a observação não participante. Recolhemos relatos, numa determinada associação juvenil, a *South Side*. Enquanto procurávamos uma determinada estrutura laboral para poder compreender os efeitos laborais da urbanização turística do Algarve, perguntávamos a alguns residentes na região qual seria o espaço ideal para fazer essa observação. Logo diretamente nos responderam: o aeroporto e análise dos trabalhadores de handling no Aeroporto de Faro.

Aí foi perguntado aos agentes como analisavam a sua condições de precariedade e de sazonalidade, sendo possível compreender as suas justificações e avaliação acerca do seu trabalho precário no aeroporto de Faro. Recolhemos essas informações num

caderno de bordo (neste caso digital) em que íamos apontando as respostas dos observados.

O nosso primeiro objetivo foi tentar compreender quem trabalhava ou já tinha trabalhado para esta empresa, promovendo de uma forma informal e não estruturada um conjunto de encontros em que através de uma conversa informal íamos discutindo alguns aspetos desta atividade. Foi necessário ocultar a identidade dos participantes, em grande medida para evitar qualquer tipo de retaliações possíveis.

Sendo avaliada como uma atividade marcadamente precária (temporalmente e em termos contratuais), algo perigosa (foi-nos relatados vários episódios de lesões temporárias e permanentes como as dores de costas entre o pessoal do porão) e vista “como o último lugar onde se arranja emprego em Faro” (conforme a nossa fonte BG) a recolha de relatos não se apresenta muito fácil. No momento em que quisemos marcar entrevistas com agentes particulares a sua resposta foi negativa, indicando que “não tinham nada para dizer”, apesar de quando falávamos deste assunto, os agentes quase que inconscientemente nos iam dando informações em particular.

Outra das técnicas utilizadas foi a netnografia, ou seja, a recolha de dados na internet em plataformas como o grupo fechado dos trabalhadores da empresa na rede social *Facebook*, em que muitos dos trabalhadores expressam as suas divergências acerca do modo como o trabalho se desenvolve, são afixados os comunicados do sindicato que representa esta estrutura, o SITAVA e outros assuntos, mais ligados a festas e eventos que promovem um sentimento de grupo entre os trabalhadores.

Na verdade, a nossa investigação no Algarve iniciou-se em Fevereiro de 2012, mês determinante para o processo de recrutamento de trabalhadores temporários, que iniciam as suas funções no mês de Março, terminando geralmente no final do mês de Outubro/início de Novembro.

Para a constituição do capítulo 6, dedicado ao processo de ludificação do Algarve, foi igualmente importante a criação de uma análise temática acerca do tipo de eventos culturais promovidos na última década, assim como uma observação de brochuras, panfletos e programas de eventos, alguns deles recolhidos no Turismo do Algarve e do Ministério da Cultura. Desse modo criámos um conjunto de categorias em que pudemos integrar os diferentes estilos e práticas artísticas, congregando as em grupos particulares.

A categoria Música apreende todos os espetáculos musicais, desde os concertos de música erudita à experimental, passando pelo Folclore e *world music*, do Rock ou Pop até à música eletrónica. A segunda categoria, Exposições e Conferências, agrega um conjunto de eventos que vai desde as mostras e instalações artísticas de artes plásticas e visuais, aos ciclos de cinema e as conferências, as palestras e *workshops*, apresentação de livros e de poesia. Como terceira categoria surgem os eventos desportivos. Por fim a quarta categoria, as Artes Performativas, corresponde a um conjunto de atividades culturais desde o Teatro e a Performance, à Dança ou Animação de rua e a Gastronomia.

Técnicas e abordagens quantitativas

Para além do uso de formas de observação e de construção de conhecimento em ciências sociais de natureza qualitativa, que dominam em grande medida esta tese, foi necessário igualmente a recolha de dados de natureza quantitativa, complementando a análise e avançando na constituição do conceito de metropolização sazonal.

Na tentativa da construção deste conceito de metropolização sazonal, o uso exclusivo de indicadores de natureza quantitativa pode constituir um problema, no momento em que queremos analisar o processo de aglomeração no Algarve como detendo uma dinâmica metropolitana formal, esforço empreendido nos capítulos 4, 5 e 6. Esta área histórica, identitária e cultural nunca deteve órgãos gestores a nível regional ou metropolitano, nunca foi legalmente registada administrativamente como metrópole, nem nunca atingiu a cifra de 1 milhão de residentes permanentes, uma marca tradicional de constituição metropolitana (Ascher, 1995).

A principal tarefa desta natureza passou pela recolha de dados de natureza censitária e turística de natureza secundária, relevando os valores que apresentam uma dinâmica mais forte (positiva ou negativa), assim como a sua variação ao longo dos anos. Neste caso acedemos a informação de natureza turística (hóspedes, dormidas, viagens), de natureza urbana (edifícios, alojamentos ocupados ou não permanentemente, população residente) e de natureza produtiva (setores e áreas de atuação profissional

mais significativas no Algarve. Este esforço foi determinante para contabilizar os efeitos do turismo algarvio, aspeto desenvolvido no capítulo 3.

Mas essa dificuldade pode ser superada com uma análise mais refinada. Se não é possível de forma estrita indicar exatamente o número de turistas que visitam o Algarve; teremos de avançar através de um processo de aproximação. Uma questão que dificulta claramente esta contabilização está relacionada com o acesso rodoviário em carro individual à região. Na verdade não é possível registrar todos os indivíduos que viajam até ao Algarve de forma rodoviária (nacionais e estrangeiros), que no caso dos turistas nacionais, espanhóis e franceses (por questões de proximidade geográfica), é bastante recorrente, não havendo qualquer barreira alfandegária que controle estes fluxos.

Uma das etapas fundamentais deste esforço passou pela quantificação dos efeitos do turismo, pela contabilização do número de turistas que visitam o Algarve anualmente, relevando o papel que a estrutura hoteleira tinha, podendo desta forma aceder aos turistas que ficaram alojados na oferta residencial formal, esforço desenvolvido no capítulo 6. Acedendo aos dados recolhidos em 2013 e compilados pelo Turismo de Portugal, I.P. em 2014, percebemos que se deram 1 534 000 viagens de lazer internas em direção ao Algarve nesse ano. Na verdade este indicador dá-nos uma visão global do número de viagens, as regiões mais procuradas, mas não nos dá o número de pessoas que viajaram, apenas o número de percursos que se deram.

O Instituto Nacional de Estatística apenas apresenta os dados dos turistas para o universo nacional, não sendo possível aceder a esses dados para o Algarve. No ano de 2013 o Algarve recebeu 14 468 630 dormidas de não residentes, que se concentraram maioritariamente nos meses entre Junho e Setembro (58%) conforme os dados que apurámos. A estada média foi de 4,71 noites, valor útil para um cálculo do número de turistas mais próximo do real. Esse valor estará próximo de 3 071 896 de turistas que dormiram no Algarve em 2013, segundo as Estatísticas do Turismo do INE do mesmo ano. Este valor é um valor ponderado, resultante da multiplicação das dormidas pela média anual de estadia em instituições hoteleiras. Esta dificuldade foi transposta com o contato direto com a investigadora do turismo Antónia Correia que nos propôs esta metodologia.

O Aeroporto de Faro foi responsável em 2012 por 18,3% de todos os passageiros que desembarcaram em Portugal, correspondendo a cerca de 3 milhões de pessoas segundo o Anuário Estatístico do Algarve de 2012. Na verdade nem todos estes

passageiros serão de facto turistas (alguns até poderão ser residentes), mas seguramente a sua maioria serão turistas. Outro elemento que facilmente clarifica este uso por não residentes está ligado ao número de residentes no Algarve, que nunca ultrapassou o meio milhão de pessoas. Se a maioria destes 3 milhões de passageiros fossem residentes, a população inteira do Algarve teria de fazer várias viagens de avião no ano de 2012 e ter uma situação económica que o permitisse, situação claramente caricata e pouco provável.

No sentido de acrescentar mais informação ao número de turistas no Algarve, acedemos a dados censitários acerca da edificação no Algarve, do enorme desenvolvimento do parque habitacional dedicado a um uso não frequente, nomeadamente turístico e de utilizadores de segundas habitações, nomeadamente no capítulo 3. Se acrescentarmos a esta população flutuante cerca de meio milhão de residentes no Algarve, facilmente chegaremos à marca de 1 milhão de utilizadores, demonstrativa do processo de metropolização sazonal empreendida. Tendo em conta a existência de cerca de 150 000 alojamentos (Censos de 2011) de natureza secundária, vazia ou à espera de ser vendida (que muitas vezes é arrendada de forma ilegal), mais facilmente chegaremos a uma estimativa acima do 1 milhão de residentes/utilizadores.

No caso do Algarve, como região turística, poderíamos desde logo fazer uma distinção entre a população residente e aquela que estava presente no momento censitário, percebendo se de facto existia uma grande diferença entre ambas. Percebemos da análise dos números que essa diferença não era determinante, uma vez que o processo de recenseamento foi feito em Março de 2011, um mês de fraquíssima ocupação turística. De facto a população presente era superior em 2,5% à população residente, um valor muito baixo que de maneira alguma é demonstrativo do processo de urbanização turística nesta região, sendo até de alguma forma enganador.

Para além da observação direta não participante nos territórios litorais considerados no capítulo 4, foi necessário aceder a dados de natureza estatística (populacional e urbana) acerca dos mesmos, e para tal socorremo-nos da página online de apresentação de mapas digitais do INE. Neste caso a disponibilização de dados pela categoria “lugar” foi determinante para aceder aos dados associados a estes espaços, que correspondiam às unidades territoriais observadas no terreno. Acedendo às subsecções que fazem parte destes lugares, pudemos enunciar a sua composição em

termos de alojamento, de edificação, de ocupações profissionais e níveis etários, elementos determinantes na análise destes espaços.

A compreensão do esforço de turistificação no Algarve passou igualmente pela análise estatística associada às ocupações profissionais e dos grandes setores de atividade económica no Algarve, em que observámos um conjunto de transformações particulares, nomeadamente a redução significativa em número de efetivos e do peso económico de alguns setores económicos tradicionais como a agricultura e pesca, substituídos pelos serviços associados ao comércio, hotelaria e serviços públicos, mas também pelo aumento significativo de importância dos setores económicos ligados à construção civil e promoção imobiliária. Estas técnicas foram fundamentais para compreender o fenómeno de natureza global associado à turistificação do Algarve, esforço desenvolvido no capítulo 5.

No capítulo 6 avançámos com uma análise da diversificação do modelo de *Sol e Mar* algarvio, nomeadamente na divulgação da cultura urbana e regional como um ativo económico a ser explorado. Passámos então a avaliar as dinâmicas de diversificação turística acedendo aos dados acerca do EURO 2004, Faro Capital da Cultura 2005 e Allgarve 2007/2011. Tentámos então aglomerar as diversas fontes de informação no sentido de criar uma tipologia que agregasse diferentes espetáculos, festivais e programas, criando critérios de análise.

Ao comparar um evento de natureza mundial e dois regionais estávamos perante formas de promoção cultural e turística completamente diferentes, com lógicas, número de participantes, reconhecimento mediático, financiamento e resultados económicos completamente díspares. Neste caso quisemos responder a três questões fundamentais em relação aos programas de eventos: o contexto político, económico, social e cultural em que os eventos foram aprovados e decorreram; os efeitos imediatos ao nível económico nos anos em que decorreram os eventos e, por fim, os resultados atuais dos eventos.

A recolha acerca dos orçamentos anuais e do número de eventos tornou-se uma tarefa árdua, entre financiamento público (municipal e central), com várias intensões demonstradas nos media pelos responsáveis políticos e um conjunto de reduções orçamentais. Entre os eventos que eram enunciados mediaticamente e aqueles que de facto se deram, muitas vezes havia uma discrepância que tínhamos de resolver e comprovar. Nesse sentido o acesso à comunicação escrita regional foi determinante,

nomeadamente nos jornais do Algarve, Região Sul ou mesmo o Observatório do Algarve, recolhendo aí os relatos dos diferentes eventos que de facto ocorreram.

Uma primeira dificuldade de contabilização estava ligada ao facto de algumas fontes contabilizarem como um 1 evento um conjunto de espetáculos iguais (repetidos), mas que se davam em diferentes locais. A diversidade de territórios no Algarve, entre o litoral e o interior implica segundo o nosso ponto de vista, uma necessidade de quantificação das diferentes realidades territoriais, sendo que contabilizámos cada evento mediante as cidades em que ocorreu.

Ao mesmo tempo não deveríamos confundir a categoria “Evento” com “Sessão” (Ferreira et al.:2007, 114), não contabilizando todas as ocorrências do mesmo espetáculo na mesma cidade. As exposições, instalações artísticas e peças de teatro que geralmente se prolongam por mais dias, foram contabilizados como 1 evento, apesar de apresentarem uma continuidade temporal, mas sempre localizadas no mesmo local, sendo provavelmente assistidas por um mesmo público. É igualmente importante reportar que os eventos que se alargaram por mais de um mês (principalmente exposições e mostras de artes plásticas) foram contabilizados apenas como 1 evento, sendo que para efeitos de contabilização mensal este foi calculado com base no mês em que foi lançado, não sendo repetida a sua contabilização nos meses seguintes.

Por fim, em jeito de conclusão, apresentámos o conceito criado de Metropolização Sazonal, como uma forma teórica adequada ao processo de urbanização encetado no Algarve, uma forma de compreensão e explicação do processo de natureza espacial, produtiva/laboral e lúdica que transformou progressivamente o território, população e economia algarvia.

Estamos perante novas aglomerações territoriais, políticas, culturais e urbanas marcadas pelo pós-fordismo, cuja natureza contemporânea e produtiva trouxeram novos aspetos, neste caso o uso temporal do espaço urbano. Mas esta forma de metropolização sazonal também requer estruturas urbanas permanentes como estradas e caminhos de acesso às praias, hospitais e locais de alojamento e particularmente uma força de trabalho sazonal adequada às necessidades do turismo, utilizada por mais de 1 milhão de turistas anualmente, conforme as Estatísticas do Turismo de 2013 do INE. Para além destes turistas que usam as estruturas formais de alojamento turístico, teremos de acrescentar um número desconhecido de utilizadores com segundas residências (nacionais e estrangeiros) que também se concentram na região.

ÍNDICE

INTRODUÇÃO

OBJETO, OBJECTIVOS, METODOLOGIAS E TÉCNICAS USADAS

1. TURISMO, LAZER E CONSUMO	1
1.1 Da Antiguidade Clássica à Massificação Turística	2
1.2 Tematização e turismo cultural	8
1.3 Ideias finais sobre a importância do fenómeno turístico	18
2. DA FORMAÇÃO DO ESPAÇO URBANO À CONSTITUIÇÃO DE ESPAÇOS DE CONSUMO LÚDICO	22
2.1 A formação do espaço urbano	23
2.2 A metropolização dos territórios urbanos	27
2.3 Espaços Urbanos de Lazer	33
2.4 A Turistificação como momento inaugurador da Urbanização Turística	37
2.5 Ideias finais sobre Turismo e Urbanização	43
3. A URBANIZAÇÃO DO LITORAL ALGARVIO (1960/2011)	45
3.1 Contexto geográfico do Algarve: Serra, Barrocal e Litoral	46
3.2 Conjuntura política, institucional e económica da turistificação do Algarve	50
3.3 Evolução da área edificada no Algarve	59
3.4 Crescimento e diversificação da população residente entre 1960 e 2011	62
3.5 Urbanização nas margens da Estrada Nacional 125	66
3.5 Ideias finais sobre a urbanização do litoral algarvio	72
4. DIMENSÃO ESPACIAL DA METROPOLIZAÇÃO SAZONAL: PRAIA DE FARO, VALE DO LOBO, PRAIA DE QUARTEIRA E VILAMOURA.	75
4.1 Caso de Estudo nº 1: A Praia de Faro.	76
4.2 Caso de Estudo nº 2: O <i>resort</i> de Vale do Lobo.	88
4.3 Caso de Estudo nº 3: A Praia de Quarteira.	97
4.4 Vilamoura: uma reconversão agrícola no sentido do resort de alta qualidade	111
4.5 Considerações finais sobre a Praia de Faro, Vale do Lobo, Praia de Quarteira e Vilamoura	123
5. DIMENSÃO PRODUTIVA E LABORAL DA METROPOLIZAÇÃO SAZONAL: DINÂMICAS DE DIVERSIFICAÇÃO NO ALGARVE	127
5.1 Dinâmicas de diversificação profissional e produtiva no Algarve entre 1960 e 2011	128
5.2 Relações de trabalho no contexto pós fordista do Turismo.	135
5.3 O Aeroporto de Faro e a sua importância na economia regional: o handling como forma de observação da análise das relações laborais no Algarve.	136
5.4 Considerações finais sobre o campo produtivo e laboral no Algarve	148
6. DIMENSÃO LÚDICA DA METROPOLIZAÇÃO SAZONAL: DO SOL E MAR AOS EVENTOS DE NATUREZA URBANA, CULTURAL E TURÍSTICA.	150
6.1. A ludificação inicial do Algarve: o Sol e Mar	151
6.2 A Promoção de Programas de Eventos Culturais no Algarve 2004/2011	152
6.2.1 Contexto político, económico, social e cultural em que os eventos foram aprovados e decorreram	155
6.2.2 Distribuição Espacial e temporal e temática dos eventos	167
6.2.3 Custos, financiamentos e receitas	170
6.3 Análise da estrutura hoteleira entre 2003 e 2013	174
6.4 Resultados da diversificação turística do produto Sol e Mar	181
CONCLUSÕES: A METROPOLIZAÇÃO SAZONAL NO ALGARVE	184
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	195

1. TURISMO, LAZER E CONSUMO

Enquanto os primeiros estudos dos 1960's focavam maioritariamente as suas contribuições económicas, os esforços presentes definem-no com um todo, como indústria, fenómeno, ou como ambos. Para enquadrar este foco compreensivo, nos anos recentes definições e formas de tratar a informação de natureza holística têm ganho popularidade. Por exemplo, o turismo é definido como o estudo dos Homens (turistas) fora do seu habitat usual, do aparato resultante e das redes que respondem a diversas necessidades, dos mundos ordinários (de onde o turista vem) e extraordinários (para onde o turista vai) e das suas relações dialéticas. (Jafari: 2000, 585)¹

Neste capítulo abordaremos o fenómeno turístico contemporâneo como um processo histórico, não evolucionista e com uma importância fulcral nas sociedades ocidentais atuais. Explicitaremos o caminho percorrido entre os seus primeiros passos do fenómeno turístico e a sua massificação a classes sociais mais modestas, o processo de democratização do lazer. Num contexto marcado pelo aumento dos capitais escolares e culturais dos turistas, aumentou a vontade de contacto com a cultura local, mesmo que esta fosse recriada. Em reação a esta massificação, dão-se um conjunto de processos de especialização turística, nomeadamente através da tematização urbana.

Atualmente, a *World Tourism Organization* da ONU, designa o turismo como um fenómeno resultante das viagens de lazer por um período superior a 24 horas, implicando nessa deslocação o desenvolvimento de um sistema económico e produtivo, com fortes implicações e consequências na vida social e cultural.

O contexto de globalização económica, a divulgação de informação acerca dos melhores destinos a visitar nos media, os melhoramentos associados à mobilidade em longa distância, facilitaram em grande medida o desenvolvimento do fenómeno turístico, tornando-se uma das atividades legais mais lucrativas a nível global (Hall, 2005).

¹ Tradução do autor

1.1 Da Antiguidade Clássica à Massificação Turística

Presente desde a Antiguidade ao Renascimento até às Sociedades atuais, o fenómeno turístico, como conjunto de atividades de lazer que se realizam em locais distantes da zona de residência, é um processo imemorial da existência humana, particularmente nas sociedades ocidentais (Costa, 2005).

Encontramos exemplos desta dinamização territorial ludificada nos teatros e arenas gregas ou mesmo no caso romano, em que o processo associado ao estanciar se dava numa *Villa* (Brito, 2009), onde os banhos estavam presentes. Durante a Idade Média as viagens de natureza religiosa (a Santiago de Compostela ou a Jerusalém) faziam-se num contexto de insegurança, resultante de conflitos militares e saques constantes (Brito, 2010 b; Freitas, 2010; Ferreira, 2007; Pearce 2001)

Durante o Renascimento, o *Grand Tour* consistia numa viagem de vários meses, em que os jovens *gentlemen* se deslocavam aos grandes centros culturais da Europa, complementando assim a sua formação cultural, académica e política. É deste processo que nasce a palavra *Tourism*, usada pela primeira vez em 1670 por Richard Lassels, o tutor de alguns jovens nobres que já efetuavam o *Giro of Italy* que se generalizava. (Fortuna, 1995; Santos, 2002)

No século XVIII (Urry, 1990), estas viagens perdem o seu carácter pedagógico segundo os seus detratores (Brito, 2010 a.), agora associadas a uma burguesia industrial recém-formada, levando à criação de estâncias, um primeiro território construído exclusivamente para viajantes de lazer. Como exemplo destas formas iniciais de turistificação (Knafou, 2012), surge a estância termal de *Bath* (Ashworth, 2010); conhecida desde a ocupação romana da Inglaterra, enredada numa busca do lazer, terapêuticas e distinção social. A simples estadia para viver os prazeres da vida enfrenta resistências sociais e culturais, vindas do catolicismo e protestantismo conservadores, sendo a prática terapêutica um alibi que torna socialmente aceite o facto de se estanciar por prazer.

O processo iniciado em Nápoles nos primeiros séculos da era cristã é retomado na Inglaterra do século XVIII, nomeadamente em Brighton, Blackpool (ligada por comboio a partir de 1840). Estas novas estâncias termais promoviam um incentivo à saúde e diversão, sendo até palco de uma nova forma de lazer, a assistência de jogos de

futebol (Brito, 2010a, Ashworth, 2011). Também em Portugal, o termalismo instala-se junto de algumas fontes de água, a que são associadas propriedades curativas, em zonas como o Luso ou Monchique.

Até ao século XVIII, marcado por uma visão cristã que via o mar como uma extensão do inferno, da incerteza, as praias eram locais a evitar (Freitas, 2010). Influenciado pela orientação romântica de muitos artistas, a praia, o litoral, passam a ser motivos de contemplação, expressas nas artes plásticas, de isolamento face a uma sociedade restritiva, um espaço de liberdade (Cavaco, 1996).

Estes territórios deixam de ser vistos como selvagens, não dedicados à presença humana, sendo integrados como um elemento terapêutico ao nível da saúde física e mental dos seus utilizadores. Perante um contexto de uso crescente de águas medicinais, no caso das áreas litorais este passa a ser feito no mar e com água salgada. (Leite, 2008).

O acesso ao lazer balnear na Europa, por parte dos trabalhadores, dá-se a partir do final do século XIX e o início do século XX, particularmente entre os ingleses. Estamos assim perante um novo paradigma nas viagens de lazer, marcadas pela alteração de um campo inicial profundamente elitista e individualizado, em que a busca de conhecimento, artes plásticas e cultura nas grandes capitais europeias dominavam; no sentido de um turismo mais indiferenciado, alargado a sectores económicos mais baixos da população (Costa, 2005).

Está assim criado um contexto favorável para a viagem de estanciar, uma nova geografia dos destinos e um mecanismo de massificação e de indiferenciação dos territórios de uso turístico. Quatro elementos foram fundamentais para esta transformação.

Em primeiro lugar, o melhoramento das tecnologias de transporte através do melhoramento da sua qualidade, rapidez, comodidade e custo, permitindo a massificação turística. Neste campo a introdução da navegação a vapor, o desenvolvimento ferroviário, o posterior melhoramento das estradas e o desenvolvimento de uma sociedade automobilizada (Urry, 2004), a liberalização da aviação comercial, foram elementos determinantes para a generalização das viagens de lazer.

Em segundo lugar, deveremos ressaltar a popularização entre classes sociais mais modestas das excursões, criadas por empresas dedicadas ao setor, nomeadamente a

do seu precursor, o pastor batista Thomas Cook (Cheon e Miller, 2000). Este organizou pela primeira vez uma excursão orientada aos sectores populares, criando o primeiro *Tourism Package*, um momento inaugurador da massificação da viagem de lazer. Estes produtos conferiam previsibilidade e segurança a um conjunto de viajantes claramente inexperiente.

Este *Tourism Package* seria um precursor do contemporâneo do *holiday package*, criado por programadores turísticos britânicos (Brito, 2010b.), surgido na segunda metade do século XX. Consiste num conjunto de produtos prontos a consumir, compostos por alojamento e viagem, reduzindo os custos financeiros associados, inserindo o viajante num ambiente controlado e seguro.

No *holiday package*, a promoção e a exploração do empreendimento turístico respondem às exigências dos operadores internacionais. O empreendimento pode ser de propriedade indivisa (o hotel é o caso mais frequente) ou de propriedade plural (com unidades de alojamento cedidas à exploração turística), qualquer deles com mais ou menos serviço hoteleiro. 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. Pode limitar-se a uma mera relação bilateral com o operador (business-to-business) ou criar parcerias para captar o cliente final (business-to-business-to-consumer). (Brito, 2010 b., 16 e 17).

Em terceiro lugar, teremos que salientar o processo decorrente da redução dos horários de trabalho e do alargamento do direito a férias pagas nas sociedades europeias ocidentais. Este é um direito cada vez mais alargado à generalidade dos trabalhadores, que agora podem ter acesso ao lazer, criando uma relação dual entre o tempo do trabalho (negativo) e o tempo do lazer (positivo).

Estas transformações do campo laboral, nomeadamente a regulação dos tempos de trabalho, levaram a uma sobrevalorização das férias, como um “direito de cidadania” (Urry: 1995, 195), que se expressa nos diferentes níveis de mobilidade dos agentes, até além-fronteiras.

O crescimento de tal turismo representa uma «democratização» do viajar. Nós temos visto que a viagem sempre foi socialmente seletiva. Estava disponível para apenas uma elite limitada e era um marcador de *status* social. Mas na segunda metade do século XIX deu-se um desenvolvimento extensivo das

viagens de massa por comboio. As distinções de *status* passaram a ser desenhadas entre as diferentes classes de viajantes e não tanto entre aqueles que podiam ou não viajar (...). No século XX o carro e o avião democratizam ainda mais o movimento geográfico. À medida que a viagem foi democratizada foram estabelecidas distinções de gosto entre os diferentes lugares, sendo que o lugar para onde se viajava se tornava uma marca de «distinção» (Urry: 1990, 16).

Em quarto e último lugar, esta massificação turística envolveu um processo de transformação territorial destes locais. O uso lúdico das áreas litorais implicou um conjunto de transformações físicas, das estruturas de acesso e de consumo ao alojamento, passando pelo saneamento básico e eletrificação; em áreas que poderemos apelidar de espaços de vazio (Salgueiro, 1999), desocupados em termos económicos e sociais.

Esta reorientação territorial implica a capitalização de um investimento, face a espaço que não teria as condições ideais para a receção de visitantes, alguns bastante peculiares e que só se tornaram acessíveis devido aos avanços da engenharia civil.

Os novos núcleos populacionais, arquitetados em relação estreita com o mar, tiveram de se adequar ao mercado da oferta e da procura que se desenvolveu *pari passu* com o despontar do turismo de massas. Simultaneamente foram levadas a cabo todo um conjunto de ações com reflexos importantes na dinâmica litoral. Referimo-nos quer às obras efetuadas diretamente na orla costeira, como as intervenções de carácter portuário e de florestação das dunas; quer às atividades realizadas no interior do território, com implicações no regime hidrográfico das bacias fluviais e no carreamento de sedimentos para o oceano, como por exemplo a regularização dos cursos dos rios, a construção de barragens e a manutenção ou destruição do coberto vegetal/florestal das vertentes montanhosas e margens ribeirinhas. (Freitas: 2010, 133).

Com este processo de massificação turística surgiu um novo ideal tipo de turista, o “Homo-Touristicus masse” (Ferreira et al.: 2007, 110): inexperiente nas viagens de lazer, caracterizado por um comportamento gregário e previsível, repetindo um mesmo tipo de consumo. As férias são apresentadas como uma fuga à rotina, sendo que a especificidade do destino não constitui um fator determinante na escolha, não apresentando quaisquer interesses particulares.

Este fenómeno de indiferenciação das ofertas turísticas levam-nos a considerar um modelo urbano em que as cidades se homogeneizam (Harvey, 1989; Ritzer, 2010);

apresentando-se “cada vez mais iguais entre si (...) como formas de capitalismo organizado ou fordista” (Fortuna e Ferreira: 1996, 3), repetindo muitas vezes formas simbólicas distinguíveis (Mullins, 1991), a organização urbana do espaço, constituindo-se como um *manual de boas práticas* para as cidades que querem singrar no sentido turístico.

Não é de estranhar que muitas das lojas e serviços se repetem em diferentes cidades turísticas (Bryman, 2004). Todos estes espaços urbanos concentram restaurantes de comida rápida como a *MacDonnalds*, *Burguer King* ou *Kentucky Fried Chicken*, cafeterias como a *Starbucks*, Hóteis *Hilton* e *Sheraton*, prontos-a-vestir da *Mango* ou *Zara*, *rent-a-cars* como a *Avis*.

A sua presença permite a antecipação da experiência de consumo, uma determinante fundamental perante grupos sociais que não pretendem experienciar os usos da comunidade visitada, que apresentam dificuldades na comunicação de uma língua não nacional, que pretendem assegurar formas de consumo já conhecidas no seu local de residência.

Não produz novas experiências, apenas a oportunidade para uma repetição compulsiva de um reportório rigorosamente programado de momentos mágicos. Os visitantes de locais como os parques de diversões como a Disney são desencorajados de seguir o seu próprio itinerário. Ao fazê-lo aumentam as possibilidades de desvio do tema pretendido. Entre os dispositivos para assegurar o cumprimento por parte dos clientes está a arquitetura paisagística, tecnologia e agendamento (como por exemplo os bilhetes para eventos especiais e performances) (Hannigan: 2010 b.,808).

Um processo particular de massificação foi identificado como *Disneyzização* (Bryman, 1999 e 2004), cuja origem advém do processo de tematização dos parques Disney, orientado particularmente para recém-consolidadas classes médias brancas num contexto de pós-guerra e o “ seu consumo supérfluo de atividades de ócio e recreação” (Clavé: 1998, 20).

O termo não se refere exclusivamente à diversificação comercial do produtor Walt Disney, mas à massificação de um processo de construção urbana e lúdica que proporcionasse a integração de aspetos positivos da identidade e cultura nacional/regional, aliado a elementos de forte inovação tecnológica de forma a cativar os mais novos.

Estas transformações permitiram uma industrialização das práticas turísticas, através da mecanização, sistematização, quantificação e programação de um modelo até aqui profundamente tradicional e individualizado da viagem de lazer.

Dá-se o alargamento de uma “ideologia das férias” (Fortuna e Ferreira: 1996, 3) até dos trabalhadores mais modestos, uma mitologia do consumo e da mobilidade que se generaliza. Ao mesmo tempo estas classes médias ao viajarem, desenvolvem um conjunto de comportamentos que tradicionalmente foram desenvolvidos pelas elites, associando-se a estas e diferenciando-se dos sectores populares e mais pobres.

As classes sociais mais modestas podem agora aceder ao lazer turístico, deslocar-se da sua residência para um local marcado pela beleza paisagística e até a alguns dos locais antes ocupados pelas elites. Ao verem os seus conterrâneos e parceiros turísticos mais pobres acercarem-se das suas áreas de lazer, as elites acabam por se afastar destas zonas, procurando novos locais *virgens*, ainda não massificados.

Estamos perante uma diferenciação social e classista entre os diferentes atores sociais, aspirando os viajantes a serem reconhecidos pelos outros, face à possibilidade de viajarem, mas também à existência de uma hierarquia dos lugares turísticos.

Este processo de massificação turística teria efeitos determinantes nos territórios e nas populações que recebem os turistas: aumento do consumo de bens primários e consequente degradação ambiental (Leite, 2008; Freitas, 2010), aumento dos preços associados ao alojamento alimentação e restantes serviços para a população local mesmo fora do período turístico (Brito, 2009), elevadas taxas de desemprego decorrentes da natureza precária, flexível e pós-fordista das ocupações profissionais (Mullins, 1991), baixa sindicalização (Gladstone, 1999), construindo uma cidade e sociedade para os outros, os turistas (Relvas, 2010).

Na verdade, estamos perante uma mitologia do consumo e da mobilidade como fatores distintivos, uma cidadania que é comum a todos (porque todos têm o direito a viajar), mas que acabam por ser experienciadas diferentemente pelos vários grupos socioeconómicos. A detenção de capitais económicos, culturais e escolares diferenciados, levaria naturalmente a experiências de viagem socialmente diferenciadas, orientadas a estratos sociais particulares a que a *indústria* turística iria dar resposta.

1.2 Tematização e turismo cultural

Depois do processo de alargamento das experiências turísticas a mais sectores da população, passámos a uma fase de especialização turística, ou seja a diferenciação económica, cultural e social dos diferentes territórios turísticos adequados a determinados extratos e classes sociais que dominam o uso destes espaços.

Num ambiente fantasioso, estes “branded leisure spaces” (Hannigan, 2003) ou espaços urbanos representacionais (Lefebvre, 1968), são enredados num ambiente místico como verdadeiras “catedrais do consumo” (Ritzer, 2004). São erigidos como novas formas urbanas dedicadas ao lazer, marcados pela constituição de uma identidade, de uma marca distintiva; promovendo desta forma o seu posicionamento no mercado concorrencial.

Este novo perfil do turista cultural, em que predominam as pessoas com formação de nível superior, deve-se, por um lado, ao alargamento da participação propiciada pelas políticas culturais de inclusão dos países de origem e, por outro, ao acesso generalizado da população ao ensino superior que ocorreu, na maioria dos países desenvolvidos, na segunda metade do século XX. (Ferreira et al.: 2007, 70)

Dá-se “cultural turnout” (Zukin, 1992) das cidades, constituindo-se como gigantes parques temáticos (Hannigan, 2003). A Exposição Mundial de 1998 em Lisboa, a reconfiguração pós industrial em Bilbao entre 1980 e 1997 ou os jogos olímpicos de Barcelona em 1992, são exemplos claros deste sistema de *branding* de natureza internacional. (Hannigan, 2010 b.).

A tematização funciona como um mecanismo de sensibilização e de chamada de atenção para o valor e a identidade própria de uma *brand* (marca distintiva) específica (Hannigan, 2010 b.), facilmente reconhecidos pelos visitantes através da arquitetura, das atrações, da paisagem, da música, da comida, pela sua associação a um acontecimento desportivo específico, a formas de entretenimento industrializado ou a celebridades que mediaticamente aí se concentram. Todos estes elementos irão proporcionar níveis de conforto e certeza, nomeadamente de segurança do que iremos ver e experienciar, uma certa antecipação da experiência turística.

A transformação destes espaços passou pela difusão mediática de elementos simbólicos identificativos, proliferando um conjunto de signos pelas quais as cidades podem ser reconhecidas e de alguma forma ganhar poder face a outras. Constituem dessa forma lugares cimeiros da atração turística, nomeadamente na inclusão de diferentes modalidades como a neve, praia, arte e cultura, a noite ou o consumo especializado. Esta especialização pretende responder aos anseios de lazer de diferentes estratos sociais/ culturais que visitam estes territórios; apartando muitas vezes as comunidades locais mais pobres do espaço dedicado aos turistas/consumidores.

Dá-se nestes espaços uma necessidade de forte diferenciação entre mercados e clientelas, uma convocação de legados semióticos, de capacidades interpretativas dos sujeitos; que não querem fazer férias num local marcado pela indiferenciação e sobreocupação da sua capacidade turística. Na verdade um público mais esclarecido e que procura individualmente a busca do prazer, que programa as suas férias, fugindo aos locais tradicionais de implantação turística. Este processo ocorre perante a difusão de informação mediatizada acerca dos diferentes lugares turísticos e da própria repetição do ato de viajar, capacitando os agentes para as futuras viagens, para as suas escolhas específicas de lazer.

Este fenómeno de especialização nos territórios de turismo cultural, traz uma nova revalorização a um sector marcado pela massificação de formas culturais (Fortuna e Ferreira, 1996), num contexto de aumento significativo do fenómeno turístico, surgindo novas dimensões da sua concretização, com um novo agente social, o pós-turista.

A figura sociológica do «pós-turista» é a ilustração extrema deste turista consciente e conformado com a sua dupla condição de actor e espectador (...) O «pós-turista» conhece o jogo em que está envolvido, nomeadamente conhece e aceita que a experiência turística seja totalmente mercadorizada e comercializada. (...) Reconhecendo que os ambientes que visita são artificiais e encenados, o «pós-turista» procura o seu conforto de consumidor e, por vezes, usa-o com ironia para avaliar as suas experiências. A tentativa para denegrir esta postura é enorme entre os defensores nostálgicos do viajante activo e reproduz, em boa medida, as críticas persistentemente o pensamento social tem feito a propósito da pretensa passividade e alienação do consumidor em geral. (Fortuna e Ferreira: 1996, pp. 6 e 7)

O *novo* turismo surge num contexto económico, social e cultural que implica uma crescente diversificação dos operadores turísticos tradicionais (em que a iniciativa pública é determinante) e do surgimento de novos concorrentes nesse mercado particular, mais esclarecido e conhecedor das estratégias e produtos do turismo massificado e indiferenciado (Urry, 1990).

O aumento progressivo dos capitais escolares de entre uma população com um acesso facilitado à informação, a alteração dos costumes no sentido do contacto e da curiosidade pela cultura local, dos usos e representações artísticas das comunidades visitadas; consubstanciou-se num público-alvo particular neste mercado de experiências interculturais. Estes mostram-se disponíveis para interagir com outros e refletir sobre essa interação, pondo em evidência as diferenças entre os ambientes sociais, culturais, históricos e naturais visitados (Pearce, 2001; Cohen, 2008)

Estamos perante um cosmopolitismo estético, para usar a linguagem de Lash e Urry (1994), sendo que os agentes possuem os códigos para descodificar as diferentes imagens, sensações, através de “dispositivos culturais e sensoriais” (Fortuna:1995,14), reabilitando a “modernidade reflexiva” de Giddens (1995), uma progressiva racionalização das condições de existência dos agentes sociais, marcada pela individualização das suas práticas sociais.

A orientação particular para as cidades de forte componente lúdica e cultural, a difusão de discursos produzidos pelos campos técnico/institucional (vindos do Marketing, Gestão Turística) criaram um quadro representativo, espacial e económico que se configura como uma nova fase de desenvolvimento do fenómeno turístico. Estamos perante uma construção social, política, ideológica e económicas, com uma forte componente utilitária que unifica o território, mitos e justificações culturais; num determinado pacote turístico, construído pela indústria turística, ou pelo próprio viajante.

Na verdade um corpo cultural unificado que funciona como um agregador, uma forma de *cimento social* que identifica uma comunidade e o seu território (Peralta, 2003). Estes elementos diferenciadores, a criação de uma imagem sólida, coerente, cronológica, enredada em narrativas de natureza populista e simplificadoras da realidade social terão de ser desconstruídas sociologicamente; dando a perceber o seu processo de produção e difusão, negando a sua suposta naturalidade e autenticidade,

recriadas num contexto de dinamização económica, espacial e cultural dos territórios fortemente influenciados pelo turismo.

O aumento das experiências turísticas levam a que estes *novos turistas* procurem práticas alternativas, depois das tentativas iniciais menos positivas da indústria hoteleira massificada do *primeiro turismo*, marcado por um maior ecletismo, o "Homo-Touristicus versatile"(Ferreira et al.: 2007, 110). Um novo ator social em "busca de imagens autênticas de um tempo mítico" (Peralta: 2003, 83).

Individualização dos comportamentos, versatilidade de gostos, consciência ambiental e cultural, flexibilidade e independência, consciência da qualidade (value of money), espontâneo, imprevisível (não seguem linha de consumo previsível) e ativos, melhor informado, deseja distinguir-se das multidões, necessita de controlar a experiência turística, destino constitui razão de ser da viagem, férias constituem extensão da vida diária (Peralta: 2003, 83).

Como resposta do mercado ao alargamento destas formas representativas, a indústria turística responde com uma reinterpretação identitária, que pretende associar as melhores imagens a um passado que poderá ser reinventado e experienciado pelos turistas, numa lógica de mercadorização (Cohen, 1988; Conceição, C, 1998; Tonkiss, 2005; Fainstein, 2007; MacCarrone-Eaglen, 2009; Ashworht et al., 2010).

O fenómeno turístico apresenta uma relação conflitual com outros possíveis usos daqueles espaços, implicando a constituição de um território a si orientado. A exclusividade turística (Leite, 2008) inviabiliza outras formas de rentabilização económica, condicionando fortemente as condições de vida dos residentes.

O seu âmago tende a ser dominado pelo comércio e instalações de entretenimento e menos como espaço de escritórios, sendo os bairros residenciais da classe trabalhadora localizados no centro uma raridade. Consequentemente a cidade pertence mais aos visitantes do que aos residentes, resultando na exclusão das classes trabalhadoras residentes do seu cerne. (Fainstein e Gladstone: 1999, 31).

Operado por uma necessidade de uma diferenciação entre mercados e destinos turísticos, estes espaços urbanos são forçados a uma mercantilização da cultura urbana, através de um processo ideológico onde o país, a região e os seus cidadãos são apresentados como heroicos e idílicos, representados num conjunto de imagens e discursos acerca da sua própria autenticidade.

Estas novas formas urbanas são construídas para não residentes permanentes, cuja diferenciação económica passa pela escolha de elementos históricos, pela convocação simbólica e comercial do edificado identificado como património, pela mercadorização da cultura urbana e do património natural. Esta mercadorização espacial e cultural deu-se através da transformação do espaço e da cultura urbana em território-mercadoria, “uma territorialização de uma organização social” (Portas et al: 2011, 25) num contexto pós-fordista, que se generalizou sob forma de commodification (Tonkiss:2005) ou commoditization (Cohen: 1988).

Este é um conceito que revitaliza o conceito de feiticismo da mercadoria de Karl Marx, agora apropriado à cidade pós-fordista (Harvey, 1989; Smith, 1996; Hall, 1997) Este é um processo em que a utilização “de objetos materiais, eventos e performances, ou mesmo pessoas e estilos de vida” (Graburn: 2000, 91), todos os aspetos da vida social passam a ser através da integração num sistema particular “de trocas desenvolvidos em que o valor de troca das coisas (e atividades) é indicado em termos de preços um mercado”. (Cohen: 1988, 380).

A comercialização da cultura por razões económicas é também conhecida por privá-la dos seus sentidos e do seu papel de promoção de sentimentos de identificação e pertença. Na verdade, é atribuída uma forma fraca de mercadorização à alta cultura, como se os factos históricos e as artes supostamente se mantivessem com o mesmo valor se fossem ou não usadas para atrair turistas. Pelo contrário, uma forma forte de mercadorização é atribuída à baixa cultura porque os rituais, hábitos e modos de vida atuais ou passados podem ser desvalorizados quando transformados em objetos de venda ou são reconstruídos para os turistas² (MacCarrone-Eaglen: 2009, 3)

Esta valorização económica do espaço e a sua materialização num esquema de usos, mas primordialmente estandardizadas através de um preço, inunda todos os níveis de produção de vida social, desde as relações sociais entre pares à relação turística entre residentes e turistas, determinado de forma política (Appadurai, 1988), mas também pelos poderes económicos e sociais (Tonkiss: 2005).

Essa diferenciação poderá ser vista na convocação de um património edificado, que de alguma forma contraria uma cultura massificada visual, operando um processo

² Tradução livre do autor.

de individualização através da procura de um passado coerente face à suposta ambiguidade, incerteza do presente, apresentando um “efeito reconfortante” (Fortuna, C; Ferreira, C: 1996, 8).

Este é um público que detém estratégias de “autonomia negativa que lhes permite selecionar, rejeitar, distanciar-se ou mostrar-se indiferentes face às imagens que os rodeiam” (Fortuna e Ferreira, 1996:10), auto consciencializados acerca da experiência turística, distanciados desse papel, vendo-a como uma série de jogos recriados com múltiplos sentidos, reconhecedores desta recriação identitária (Lash e Urry, 1994).

Desde a recriação musical deslocada do contexto artístico local à recriação natural, surge a ideia de um simulacro contínuo, espaços vazios, que se tornavam o “back seat” onde uma “staged authenticity” (Hannigan: 1995, 193) é recriada. Pelo contrário este tipo de turistas pretende a busca pelo desconhecido, pelo não visível, pelo escondido. Esta encenação pode ocorrer em diferentes níveis, sendo alguns deles impercetíveis para o observador menos atento em contexto de férias.

Sobre a forma como se constroem as representações dos turistas sobre um determinado espaço turístico teremos de apresentar o legado de Urry (2004, 1994, 1990). Este levanta o fenómeno de construção de uma *tourist gaze*, como uma representação massificada, construída e controlada para apreender o espaço turístico e a experiência de lazer, criando formas simbólicas reconhecíveis de um dado território turístico: a torre Eiffel em Paris, o Big Ben em Londres, ou a estátua da liberdade em Nova Iorque.

Estas representações são veiculadas pela comunicação social e líderes de opinião, são resultado da experiência vivenciada por pares, assim como são decorrentes da proliferação de modas, permitindo uma antecipação da experiência de consumo, a ilusão de controlo de todos os riscos possíveis, uma sensação de segurança que favorece o fenómeno turístico.

Este é um olhar apropriado individualmente que configura uma visão socialmente construída sobre a cidade do prazer e do tempo livre, avessa às regularidades decorrentes dos horários de trabalho. Ao mesmo tempo promove uma ideia de conformismo, de industrialização do ócio, que leva a que os agentes aceitem e incorporem este campo representativo sem contestação.

Esta cultura visual deverá igualmente ser associada aquilo que Guy Debord (1972) chamou de Sociedade do Espetáculo, uma esteticização da vida quotidiana, integrando elementos de diversão e espetáculo em todas as arenas da vida pós-industrial/ pós-material. Essa imagem é avaliada primariamente pelo seu valor de troca e não como valor de uso, através da criação de um “sign-value” (Fainstein e Gladstone, 1998). Nessa reavaliação a cultura urbana é mercadorizada como um novo filão económico, permitindo um contacto mais próximo com a cultura local dos destinos turísticos, dos seus usos, costumes e representações artísticas; numa lógica de reinvenção das tradições e identidades locais.

Na construção desta imagem dos lugares turísticos, os agentes públicos e privados profundamente ligados ao sector promovem construções de natureza publicitária, marcadas por uma atitude abnegada e zelosa, a atitude *boosterist* de Mullins (1991). Muitas vezes está associada a discursos que versam sobre a defesa da promoção social e económica da região, da sua adequação turística, esquecendo propositadamente os aspetos negativos, nomeadamente a existência de conflitos sociais latentes entre diferentes comunidades, que são apagados do famoso postal turístico. As contradições e conflitos, bem como as distâncias e diferenças sociais são esquecidas pela ideia de paz social, de amortecimento das tensões conflituais, no sentido de entreter o visitante e que essas intensidades se existirem, não sejam visíveis ao turista.

Este é um processo claro de singularização de um determinado território, que lhe permite a integração num circuito comercial local e transnacional das viagens de lazer e da imobiliária, associando-o a um conjunto de dimensões sensoriais como a beleza, cosmopolitismo, autenticidade e sensação de segurança. Um corpo explicativo mitológico, construído propositadamente para eles; baseado em mitos e objetos que tentam retratar estas populações e os seus espaços como positivos, espetaculares e integrados (Urry, 1990; Mullins, 1991; Hall, 2000; Hannigan 2003).

O sensível, o imaginário, a distinção simbólica de certas populações de acolhimento e dos seus territórios, constituem-se como um incentivo cultural para visitar novas geografias de lazer, encadeadas numa visão turística - a *tourist gaze* (Urry, 1990). São elementos distintivos destas áreas, desde o uso cultural e identitário de património histórico, mitológico e arquitetónico, passando pelo uso sazonal e balnear do seu litoral, o lazer noturno, o consumo em *resorts* de turismo e centros comerciais: são estes os novos negócios urbanos.

Estamos assim perante um processo *glocal* (Bassand, 2000) que busca a sua origem nas particularidades locais de cada cidade, região ou área metropolitana; sendo posteriormente integradas numa economia transnacional. A distribuição do capital financeiro e fundiário e o esquema de classes sociais urbanas influem profundamente no ambiente espacial construído.

A vontade de manter o espaço urbano perene, retirando-lhe instabilidade, incerteza e encerrando-o num plano ou função, levou a fenómenos de patrimonialização através de narrativas, valorização do edificado classificado e da identidade cultural dos locais. Esta relação é construída segundo MacCannel (1973) através de uma encenação recorrendo aos conceitos de região frontal (encenada) e bastidor (real): “O modo turístico de entrar em contacto com os nativos é uma busca por experiências autênticas, perceções e visões. A busca é marcada por etapas na passagem da frente para o bastidor. (MacCannel: 1973, 602) ³

Um exemplo claríssimo de mercadorização da cultura urbana, da sua integração como um elemento distintivo entre diferentes apostas de lazer, é o dos eventos de natureza cultural, desde o desporto à música popular e tradicional de um determinado território de turismo.

Constituem uma aposta fortíssima na tentativa de mostrar um pouco da produção cultural de uma comunidade ou de apenas reproduzir eventos de natureza massificada (Nascimento, 2012; Miranda, 2012; Guerreiro et al., 2011; Valle et al., 2011 e 2012; Mendes et al., 2011; Perna e Custódio, 2008; Cohen, 2008 e 1998; Ferreira et al. 2007; Getz, 2008; Hiller, 2004; Custódio, 2006; Jafari et al. 2000; Jago, 1997).

A necessidade de diferenciação constante entre diferentes contextos turísticos e de lazer fez emergir um termo particular o *Tourism Destination Image* (Geetz, 2008; Custódio, 2008). Este é um campo multidisciplinar desde a Antropologia à Psicologia passando pela semiótica e marketing, no sentido da construção de um “mix de comunicação mais apropriado” (Custódio: 2006, 24), em que a imagem de destino turístico se torna determinante na avaliação da viagem e da satisfação associada.

Na construção dessa imagem torna-se primordial perceber a que público-alvo se destina, a familiaridade do turista com o destino e a sua origem geográfica, os capitais

³ Tradução do autor

escolares e as experiências turísticas anteriores. Num segundo momento dá-se a medição entre essa imagem e as suas componentes principais, percebendo que influências temporais implicaram mudanças na visão, a diferença entre a imagem dos viajantes e o propagandeado, a relação entre variáveis sociodemográficas e a imagem de um destino.

Este tipo de eventos constitui a 4^a atividade económica mais rentável ao nível das exportações (Perna et al, 2008) em todo o mundo; tornando-se possíveis catalisadores da imagem positiva do destino turístico, aumentando a demanda turística futura e o valor económico das regiões. A escolha por eventos de enorme notabilidade como os Jogos Olímpicos ou o Rock in Rio implicam um sistema de planeamento, desenvolvimento e crescimento económico orientado para um segmento de mercado específico. Ao mesmo tempo estes acontecimentos necessitam de um ambiente (económico, cultural, político, urbano) que congregue lazer e turismo, um espírito festivo.

Estes eventos surgiram em grande força durante a década de 1990 (Getz, 2008), respondendo a sintomas de depressão económica (desindustrialização, desemprego, emigração, crise económica) ou da revitalização turística de “destinos turísticos maduros” (Carvalho et al., 2011), como uma atividade económica potente e com interesse para parceiros privados e públicos.

Os reflexos positivos destes eventos são claros como no caso da Expo 98 ou Euro 2004 (Perna et al, 2008), ou mesmo recentemente na final europeia de futebol de clubes em Lisboa em 2014, que influenciou positivamente a vinda de centenas de milhares de pessoas até à capital portuguesa conforme os media noticiaram. Com os seus efeitos curto e longo prazo (Jago, 1997), constituem elementos de revitalização social, económica e cultural de áreas economicamente deprimidas, da constituição de formas de *urban branding* particulares.

Em termos mais gerais são eventos de natureza “espacial e temporal” (Getz:2008, 404), eventos “*must see*” (Perna et al, 2005, 6) que pretendem tornar-se grandes êxitos devido às interações que estabelecem entre visitantes e residentes, mas também dos seus resultados finais ao nível material e imaterial. São lançados como um apelo, só podem ser disfrutados se estivermos no local, constituindo uma experiência única, impossível de replicar (Getz, 2008, Hannigan, 2010).

Na verdade, a existência de eventos sempre foi um chamariz para a viagem de lazer, desde os gladiadores romanos, passando pelos espetáculos de música erudita em Viena ou pelos festivais de música como o *Rock in Rio*. Mas a sua importância contemporânea levou à necessidade de criação de uma *indústria* a “gestão de eventos” (Getz: 2008,422), como campo profissional, que não pode ser feito por amadores, procurando “planejar, produzir e gerir” (Getz:2008, 404) um conjunto de eventos de natureza recreativa ou política, das artes ao desporto através de “ reuniões, convenções, feiras e exposições” (Getz:2008, 404).

Aqui duas linhas claras dividem o tipo de eventos, se são resultado e produzidos pela comunidade, recriando um conjunto de costumes e práticas culturais que divulgam a formas de coesão e de divulgação da cultura popular; ou se pelo contrário pretendem introduzir elementos de novidade, orientados para um público mais geral.

Mas também no campo científico, da Gestão e Economia à Sociologia e Antropologia, os eventos de natureza turística e cultural levantaram interesse. Neste caso os turistas constituem um público-alvo, não sendo o único destinatário dos eventos, mas um dos mais determinantes. Mas aqui percebemos que para que o evento seja apoiado socialmente terá de ser alargado à comunidade local, refletindo as suas características, mas principalmente o seu apoio e participação, que permite a sua continuação. Se um evento é fortemente criticado, diminuem claramente as condições políticas para a sua manutenção.

Porque é a dimensão da viagem e dos impactos do turismo que trazem estes, de outra forma divergentes, comunicantes à mesma mesa. Desta forma, os temas e a linguagem usadas nos discursos é largamente orientado ao turismo. Outras partes interessadas incluem os promotores de políticas públicas (planeamento urbano, conservação ambiental, desenvolvimento cultural) e cidadãos afetados. O primeiro desafio é então assegurar alguma equidade entre os interesses representados. A revisão da literatura torna claro que o tema que prevalece (...) apresenta os eventos como atrações e como construtores de imagem para os destinos turísticos, e com um papel menor como catalisador, como animador, como constituinte de um *marketing do lugar*.⁴ (Geetz: 2008, 442).

Ao mesmo tempo os residentes poderão criar uma reação ao “custo de oportunidade” (Perna et al: 2005,10) associado ao evento, que poderá passar pelo

⁴ Tradução Livre do autor

aumento extraordinário dos preços, pela exposição mediática da população com objetivos ideológicos, uma pressão elevada sobre o mercado de alojamento, ou mesmo um efeito ao nível do investimento público no desenvolvimento urbano que depois se dá ou não: “De facto, muito do sucesso destes eventos está na relação estabelecida entre residentes e visitantes. Este contexto social, aliado a fatores económicos, pode influenciar o sucesso operacional do destino” (Perna et al: 2005, 10).

Muitas das críticas associadas a este tipo de eventos (reservas estas que foram claramente expostas nas manifestações populares aquando do Campeonato de Futebol no Brasil em 2014) levantavam o facto de este tipo de eventos serem marcados por elevadas isenções fiscais, uma reorientação do investimento público para áreas como a saúde, educação, alojamento e exclusão social para a construção civil e imobiliária; não sendo de facto visíveis efeitos positivos e duradouros deste tipo de eventos no longo prazo, nomeadamente no que toca às populações mais desfavorecidas. Desta forma estes eventos têm

(...) um efeito diminuto de atração gerado pelo evento, na medida em que o entretenimento não é identificado como motivação principal destes turistas na visita àquelas cidades, sendo inclusive aquele que menos contribuiu para essa visita. (...) Conclui-se assim que aquelas cidades foram visitadas pelos turistas sobretudo porque queriam sentir a atmosfera da cidade e saber mais sobre a cultura local” (Ferreira et al. 2007, 86).

Os eventos de natureza cultural e urbana que foram expostos apresentam os contributos históricos como positivos e engrandecedores da população local, uma história que apenas aborda os vencedores, não conflitual e linear, exatamente aquilo que os acontecimentos históricos não o são, retirando todos os elementos contraditórios e conflituantes, numa narrativa *pronta a levar*, simplificada e glorificadora.

1.3 Ideias finais sobre a importância do fenómeno turístico

No contexto de alargamento dos mercados e conseqüente processo de globalização, a atividade turística apresenta-se hoje em dia como a atividade legal mais lucrativa, se excetuarmos o comércio legal de armas (Hall, 2005). O turismo é apresentado como uma atividade primordial devido ao seu peso económico através do

PIB ou orientação dos recursos humanos, assim como a sua atração de capitais locais e estrangeiros, induzindo igualmente mudanças noutros sectores, desde os restantes serviços ao imobiliário e construção civil, ou mesmo na reabilitação e uso comercial do património cultural. O turismo implica igualmente o contacto cultural e a deslocação, um conjunto de serviços e indústrias associados ao ato de viajar.

Os estudos sobre o Turismo foram (desde o seu início na segunda metade do século XX) marcados por uma posição que privilegia a construção de conhecimento com base em indicadores, metodologias e análises de natureza quantitativa (Tribe, 1997). A enorme influência que as redes de operadores turísticos realizam nos estudos sobre o Turismo, aliada à exigência da população local na dinamização territorial deste fenómeno, aumenta ainda mais a pressão sobre os pensadores do fenómeno, na necessidade de criação de conhecimento que seja comercialmente importante para esses mesmos agentes.

Da análise feita, percebemos que estes estudos não funcionam como um corpo disciplinar autónomo, não criam conceitos exclusivos, sendo um contexto de reprodução de outros fenómenos de dimensão macrossociológica (Tribe, 1997). Foi assim necessário recorrer a bibliografia maioritariamente de natureza urbana para compreender a dinamização do lazer e turismo.

A Sociologia tradicionalmente tinha dado pouca importância ao turismo como fenómeno social determinante (Cohen, 1984), já que se encontrava claramente ancorado nos campos de observação do lazer, muito longe das áreas tradicionais de investigação sociológica – classes sociais, desvio e trabalho -, sendo visto como um fenómeno não central para a disciplina até à contemporaneidade. Essa transformação decorreu no momento em que o turismo e o lazer se tornam centrais para uma cada vez maior comunidade de cidadãos que agora podem viajar, num contexto marcado pela “globalização dos novos modelos de organização social e económica ou a multiplicação dos estilos de vida” (Conceição, C: 1998, pp.68). Neste contexto o consumo em lugares cimeiros da diversificação turística torna-se um anseio, a materialização de estratégias de ascensão social, um reflexo de acesso à cultura urbana valorizada socialmente.

Passado este momento inicial, em que o turismo é visto como um elemento pouco importante, este fenómeno passa a ocupar uma posição central no debate das ciências sociais e dos estudos urbanos em particular, desde a mitologia do consumo em

viagem, à importância que encerra num número crescente de cidades e espaços urbanos atuais.

Para além da diversidade de objetos e temas, também as diferentes disciplinas responderam aos desafios criados pelo alargamento do fenómeno turístico. Desde a Antropologia e a relação entre o *Anfitrião* e o *Convidado*, possibilitando mudanças culturais marcadas pelo contexto turístico e na (re) criação de “tradições”; passando pela Psicologia e a análise do comportamento e perfil do viajante ou mesmo da Geografia e Ecologia com a sua análise das alterações ambientais e paisagísticas (Hall, 2005, 6)

A atividade turística é uma prática social que apresenta um elemento de cariz funcional preponderante e exclusivista; no sentido em que no momento em que a atividade é introduzida num determinado espaço altera os seus utilizadores e funções produtivas, sociais e culturais num curto espaço de tempo, readaptando-o ao mercado, através de dois sectores primordiais: imobiliária e lazer. Esta exclusividade irá determinar a constituição de sistemas sociais (urbanos, culturais, económicos, simbólicos) que perduram no tempo, marcando fortemente as populações e o território, criando uma possível dependência económica do Turismo.

A implantação do turismo e lazer como atividades dominantes implica uma relação conflitual entre esta atividade e outras que poderiam utilizar o mesmo espaço. Implicam um uso de recursos naturais e mão-de-obra muito alargados, apresentando efeitos ao nível da poluição e do esgotamento de recursos naturais, sendo identificada como uma atividade que se torna exclusiva num determinado espaço. Esta orientação influencia o desenvolvimento de outras formas de rentabilização económica do espaço, anteriormente dedicado à agricultura e sectores de exploração primária (como as pescas).

O Turismo apresenta esta tendência exclusivista e globalizadora, impedindo a coexistência com indústrias com maior impacto ambiental e paisagístico, mas também um forte processo predador face aos territórios antes dedicados à agricultura, alterando a sua função e utilizações possíveis, o seu preço e integração no mercado fundiário, ditando desenvolvimentos produtivos através de um efeito de durabilidade.

Este efeito de ocupação de uma atividade produtiva no uso dos recursos naturais, nomeadamente o território, não termina unicamente neste aspeto consumista do espaço e dos recursos naturais (água, energia), mas alarga-se ao campo social na região,

implicando uma especialização laboral dos trabalhadores num novo sector de atividade e um abandono conseqüente das atividades económicas tradicionais (pelo uso conflitual do território e da necessidade de mão-de-obra que progressivamente se orienta para estas atividades), mas também através da necessidade de contacto entre visitantes e residentes, elemento fortemente conflitual no campo do turismo e do lazer.

Depois de enunciarmos os elementos originais e os desenvolvimentos contemporâneos do fenómeno turístico, passaremos no capítulo seguinte a uma abordagem urbana destes processos, nomeadamente na criação ou reconversão de novas áreas urbanas dedicadas a este tipo de negócio. Estas transformações no campo do lazer são fundamentais para pensar as cidades contemporâneas, face a um contexto particular em que as viagens de lazer foram facilitadas (transformações laborais, melhoramento das condições de viagem, liberalização do setor turístico) e em que as cidades de encontro turístico se apresentam como aquelas em que a reprodução de capital financeiro se dá com grande intensidade, concentrando ao mesmo tempo elevados níveis de segregação socio-espacial e de precariedade laboral para os seus residentes.

2. DA FORMAÇÃO DO ESPAÇO URBANO À CONSTITUIÇÃO DE ESPAÇOS DE CONSUMO LÚDICO

Desde as cidades da antiguidade, passando pelas suas congêneres medievais, até às novas aglomerações urbanas nas metrópoles da América Latina e Ásia, o processo de aglomeração de pessoas, ideias e mercadorias em espaços característicos é um processo intemporal, denominado de urbanização. Neste capítulo gostaríamos de anunciar o surgimento de uma forma particular de urbanização, fortemente influenciada pelo lazer.

A escolha deste campo de estudos obedece à escolha de um conjunto de dimensões urbanas, que pelo seu interesse sociológico significativo merecem um olhar particular: espaços litorais em que o lazer é o motor da urbanização, a dinamização concentração de uma mão-de-obra sazonal, ou mesmo a promoção de eventos culturais como política pública relacionada com o lazer.

A Sociologia Urbana é um dos domínios mais produtivos da investigação sociológica, não só pela diversidade de objetos, mas também de perspectivas envolvidas. A história da Escola de Chicago ou a Escola Morfológica Francesa (Hutchison, 2010) são representativas desta realidade. Espaço de intensa discussão e conflito ideológico (Ledrut, 1968; Castells, 1972), a Sociologia Urbana tem sido objeto de diversas tentativas de refundação e torna-se um campo de experimentação conceptual, teórica e metodológica (Martinotti 1993; Wacquant 2008).

Até meados do século XX, a cidade industrial, era marcada por um desenho urbano específico, baseado nas relações entre o centro urbano e as suas margens, a periferia. Este desenho concêntrico, modelizado pela Escola de Chicago (Domingues, 2008), representava a cidade como uma unidade composta por diferentes partes, com importâncias e usos distintos, ocupações profissionais e económicas díspares, populações de classes e origens sociais diferenciadas. Os processos de urbanização contemporânea são marcados pela criação de novas polaridades urbanas nas margens das cidades tradicionais, promovendo fenómenos de fragmentação territorial, apesar de manterem elevados níveis de segregação social e espacial (Castells, 1972), gentrificação (Smith, 1996) e mercadorização do espaço urbano (Fainstein, 2007).

2.1 A formação do espaço urbano

Segundo Henri Lefebvre (1974 [1968]), um autor que achamos determinante na compreensão das transformações urbanas da última metade do século XX, a produção do espaço urbano obedece a três ordens de razão. Em primeiro lugar, a construção representativa, criada em contexto de interação entre os agentes sociais a que o autor denomina de *Práticas Espaciais*. Em segundo lugar o desenvolvimento de um discurso e práticas urbanas, através da criação de quadros conceptuais e objetos de planeamento efetuados por corpus profissionalizados, materializando a institucionalização de um campo de saberes e experiências, denominado de Urbanismo, Ordenamento e Planeamento Territorial ou Estudos Urbanos, a que o autor apelida de *Representação do Espaço*. Em terceiro lugar, a associação de determinadas partes do espaço urbano a diferentes classes sociais, funções e símbolos, formas identitárias de natureza cultural que tornam um território urbano específico, particular, identificável, o *Espaço Representativo*.

Por um lado, como face de uma moeda, o acesso ao espaço urbano favorece processos de ascensão social, particularmente por parte das populações migrantes que procuram melhorar a sua a condição de vida. Associado a este aumento de capitais económicos, está uma possibilidade de participação política e cívica, processo que muitas vezes é inaugurado nestes espaços, verdadeiras arenas onde os movimentos sociais agem num contexto de centralidade regional, nacional ou mesmo internacional.

O exemplo das Metrópoles Turísticas americanas relatadas por Gladstone (1998) e o seu efeito de *empowerment* na crescente luta política, sindical e pelo reconhecimento de direitos civis dos trabalhadores precários ou não nacionais; ou mesmo a constituição de uma *petite bourgeoisie* decorrente dos processos de Urbanização Turística relatados por Mullins (1991, 1994) são exemplos claros de ascensão social de populações que até aqui eram claramente deficitárias no campo económico.

Por outro lado, como a outra face da mesma moeda, teremos de ressaltar um fenómeno coincidente, a concentração de zonas de pobreza urbana, de desigual distribuição do poder sobre os diferentes territórios (uns nobres, outros segregados), o acesso diferencial a bens e serviços por largos sectores da população.

Daqui ressaltamos um conjunto de processos de exclusão social, desde a construção social das populações (Chamboredom and Lemaire, 1970), a Cidade Fragmentada (Salgueiro, 1999), a Morfologia Social Urbana (Martinotti, 1993), passando pela Segregação Espacial e Social (Castells, 1972), da cidade da cultura mercadorizada (Harvey, 1989 e 2001; Cohen, 1988;) ou mesmo dos processos de gentrificação (Smith, 1996). De entre estes há um elemento comum: o progressivo afastamento das áreas nobres e de consumo dos residentes e viajantes com menores recursos económicos, um fenómeno de substituição, alteração ou mesmo de coexistência pouco pacífica entre diferentes populações que usam aqueles espaços.

Estamos assim perante um contexto de forte concentração da pobreza, de desigual distribuição do poder sobre os territórios e as pessoas, de desequilíbrio no acesso a bens e serviços por parte de largos sectores da população, independentemente do contexto de crescimento económico que se possa estar a fazer sentir. Nesse sentido teremos de apresentar o contexto desigual e segregacionista do desenvolvimento metropolitano com base no turismo, através de um *mapeamento da cidade*, escolhendo determinados locais para a implantação dos empreendimentos turísticos, proporcionando processos de gentrificação de bairros históricos e marginalização espacial dos grupos sociais indesejados) do *famoso cartão postal* das cidades competitivas e ligadas ao contexto de turismo internacional (Wacquant, 2008)

Para Zukin (1992), esta concentração da pobreza nas cidades contemporâneas, implica retomar o legado da Escola de Chicago, consubstanciada numa preocupação moral com os aspetos associados aos grupos *absent*, com os pobres, as mulheres e as minorias raciais, uma preocupação de carácter próximo do cívico, militante, situando o autor na análise. Os elementos dinamizadores deste processo de segregação urbana são os arquitetos e planeadores, as elites financeiras, os intelectuais e os gestores políticos da cidade, grandes proprietários fundiários e promotores imobiliários. Criaram uma cidade desigual, segregando populações e usando o espaço urbano para materializar divisões de classe e de género (Harvey, 1989).

A cidade turística é também o lugar para a reprodução das desigualdades sociais. Harvey (1989) vai mais longe, afirmando que a dinâmica espacial urbana e a estratificação social são formas de reprodução da dinâmica económica capitalista no desenho urbano, nos territórios sob égide da urbanização. Deste modo, os espaços urbanos passam a ser marcados pelas características sociais dos residentes e

utilizadores, criando uma forte homogeneização dos espaços, mas também uma forte disparidade entre as diferentes zonas.

Quando a distância social tem uma forte expressão espacial, Castells (1972) chama-lhe segregação urbana. Mas no que toca ao campo cultural, essa avaliação terá sempre em vista num campo que valoriza/demoniza uma determinada prática turística, sendo importante discutir o “acesso democrático à experiência extraordinária” (Fainstein e Gladstone:1999, 42), de entre os locais, se participam ou não nas ofertas de lazer dedicadas aos turistas e se são afastados quais as razões principais: rendimento, capitais escolares, pertença a grupos sociais específicos.

A especificidade espacial de cada área urbana resulta de um duplo processo. Por um lado, de um conjunto de transformações da estrutura económica, política e cultural não só do espaço em questão, mas também do mercado global a que está ligado. Acaba por se adaptar às necessidades económicas locais e globais, proporcionando a criação de novas centralidades e o fluxo de pessoas, mercadorias e capitais. Por outro lado a sua localização geográfica é também determinante, nomeadamente no que toca à proximidade de vias de acesso marítimas ou terrestres importantes, que ao mesmo tempo favorecem a instalação de atividades económicas, de população residente e flutuante, como no caso das áreas litorais ludificadas (Sassen, 1991).

Quando nos referimos à forma física de um dado território, à materialidade de um espaço de uso humano entraremos no campo da morfologia urbana, entendida como a “compreensão da forma, estrutura física, plano e composição, elementos da paisagem e áreas funcionais das cidades (...) incluindo aspetos físicos, socioeconómicos e culturais da forma urbana.” (Andersson: 2010, 894). Esta abordagem implica uma visão em que a observação do espaço social é fortemente ligada à ideia de suporte/recetáculo das atividades culturais, económicas e políticas de um dado sistema produtivo, não se dando num vazio, correspondendo a uma fase avançada do capitalismo pós-fordista.

Nesse sentido, a preocupação em compreender o fenómeno urbano na sua dimensão espacial é muito importante, apesar de poder encerrar em si um erro de análise particular. Ao consagrar uma determinada função, uso, apropriação exclusivista a um determinado espaço, estamos a indicar que este não é mais do que o resultado da sua atividade económica, dos seus fenómenos de acumulação capitalista. Nesse sentido será importante relatar os processos de espacialização não só de pessoas e capital, mas

também de ideias e representações acerca dos diferentes modos de apropriação do espaço e das relações sociais entre agentes.

Como Rémy (1997 [1992]) sugeria, pretendemos compreender a interação entre *corpus sociais* espacializados, utilizando diversas técnicas e recursos no sentido da compreensão do espaço urbano como palco da interação social. Um processo de apropriação social do espaço que critica a leitura funcionalista, singularizando a cidade como uma “entidade social e espacial específica” (Rémy: 1997 [1992], 12).

Uma visão que critica a análise da cidade como resultante de “uma soma de espaços monofuncionais” e “não o lugar onde se justapõem essas forças específicas” (Rémy: 1997 [1992], 14). Jean Remy defendia o abandono de um funcionalismo morfológico tradicionalista, de formas de representação do espaço urbano como se este fosse uma simples reprodução funcional do sistema económico, o capitalismo desorganizado (Giddens et al. 1995), de reprodução espacial de capitais culturais e económicos, de dinamização de modelos de conduta social num determinado espaço.

Remy (1992) atribui uma dupla dinâmica à cidade, como um conceito "descritivo" que representa uma realidade material concreta, com consequências sobre o território, mas ao mesmo tempo um conceito de "interpretação", evocando um conjunto de funções sociais.

O espaço é, então considerado como uma «superfície de registo perfeitamente neutral»; esta perspetiva tem uma função estritamente nominal: é o estudo da estrutura ou das características sociais dos habitantes que vai servir para informar o espaço. Em última análise considera-se que o espaço só existe através das representações dos indivíduos, os quais são considerados capazes de orientar a forma como se realiza a própria apropriação do espaço. (Balsa: 2006, 15)

Esta perspetiva relacional permite olhar para o espaço como resultante interação social, um processo localizado, particular, carregando naturalmente o peso da superestrutura económica, social e cultural; mas apresentando uma autonomia relativa face ao exterior. Materializa modos de vida que se espelham no território, *habitus* urbanos que se generalizam como culturas globalizadas, modos de vida particulares, mas também fortemente ancoradas em processos de individualização, num contexto claramente pós-fordista que é influenciado pelo contexto local.

Esta abordagem acerca da produção do espaço urbano é uma análise que aponta as cidades turísticas como palco da reconfiguração produtiva e financeira mundial, como territórios de criação cultural e simbólica no contexto do capitalismo contemporâneo, mas em que é determinante fazer uma análise minuciosa dos contextos de reprodução destes fenómenos sociais. A sua dinâmica de consumo é determinante, corporalizando as principais dinâmicas de vida social, mas não constitui uma pura e simples reprodução do sistema económico capitalista.

2.2 A metropolização dos territórios urbanos

Segundo os dados apresentados pelo Banco Mundial no seu *site* oficial em 2013, a população urbana neste preciso momento já suplantou a população não residente em cidades a nível internacional. No caso das áreas que aglomeram mais de 1 milhão de residentes, o Banco Mundial estimava que em 2013 mais de um quinto da população mundial residisse nesse tipo de aglomerações. Se no caso Europeu, cerca de três quartos da população vive em cidades, maioritariamente de tamanho médio (Branco, 2009), em Portugal essa população representa 62% do total (Banco Mundial, 2013).

Este fenómeno urbano é geralmente marcado pela integração de estruturas urbanas como as pontes, estradas, centros comerciais, estações de caminho-de-ferro e de metropolitano. Estas formas visíveis constituem elementos determinantes na estruturação destas formas urbanas, mas também na compreensão da localização destas populações e das suas relações sociais.

Este processo de aglomeração populacional, dinamização económica e simbólica em redor do território, obriga-nos a olhar particularmente para as aglomerações urbanas. Nestas concentra-se a maioria da população mundial (Banco Mundial, 2013), criando uma inevitabilidade sociológica em redor do fenómeno urbano, um dos campos de investigação mais frutuosos não só na Sociologia, mas também noutras áreas que estudam comportamentos humanos, podendo deste modo constituir uma pista fundamental para compreender estes fenómenos.

Estaremos assim perante uma inevitabilidade urbana (Branco, 2009), marcada por uma dinâmica “essencialmente” económica (Branco: 2009, 18) que promove as cidades como lugar de produção, mas também de consumo (Lefebvre, 1974 [1968]).

Estamos assim perante um conjunto de lógicas que associamos ao contexto urbano, materializado em conurbações de natureza centralizada, polinuclear ou mesmo metropolitana. Daqui vem a ideia, cada vez mais recorrente no nosso ponto de vista, de alargamento progressivo do espaço urbano, imprimindo uma alteração funcional de antigos territórios rurais que se tornam cada vez mais diversificados, congregando um passado ligado aos campos com um conjunto de utilizações de natureza progressivamente urbana (Leite, 2008).

O conceito de metrópole apresenta a ideia de uma área urbana competitiva, respondendo a uma variedade de necessidades, onde os moradores e usuários devem ser enquadrados num *design* urbano. Ascher (1995) introduz o conceito de metapolis, como uma nova forma de compreensão dos fenómenos urbanos e metropolitanos, profundamente heterogéneos e que produzem um novo desenho urbano, mas também uma nova mentalidade urbana, marcada por uma heterogeneidade.

A isto acrescenta-se a integração, no sistema de funcionamento quotidiano das metrópoles e das cidades, de aglomerados e de aldeias periféricas, às vezes, de novas urbanizações (habitações e empregos) bastante afastadas, aumentando a descontinuidade dos espaços metropolitanos. As metrópoles estão assim e ao mesmo tempo, mais diluídas e compactas, mais integradas e mais descontínuas (Ascher: 1995, 8 e 9)

A constituição destas novas áreas urbanas implica a constituição de polaridades urbanas associadas a determinadas atividades produtivas e sociais, dispersas pelo território, ligadas de forma rodoviária, num desenho urbano alargado a diferentes municipalidades e territórios numa lógica de aglomeração urbana. Esta análise implica uma metodologia com várias escalas, desde do espaço da cidade tradicional à sua periferia, da urbanização extensiva à metropolização (Pearce, 2001).

É assim necessário repensar o papel das *downtown* (ou dos centros históricos no caso europeu e português), das *edge cities* como áreas que se aproximam progressivamente das dinâmicas de centralidade urbana e das *outer-cities* ou *exburbs* enquanto subúrbio clássico, unidades territoriais marcadas pela ocupação exclusivamente residencial de forma permanente, implicando a fixação de populações.

Novas polaridades urbanas reféns do acesso rodoviário são criadas, implicando claramente uma nova relação entre os tradicionais centros urbanos e a periferia que antes era ocupada pelos campos, pelo espaço de identidade rural. Agora ambos os

espaços são integrados em formas progressivas de urbanização, criando um território compartilhado, onde diferentes formas de dinamização urbana estão presentes; da reconfiguração dos antigos centros históricos urbanos à constituição de novos centros de dinamização residencial, económica e cultural na antiga periferia.

Nasce assim um espaço “rurbain” (Bassand: 2000,35), onde são estabelecidas novas relações pendulares, novas relações centro-periferia, expressando formas económicas particulares (a promoção do lazer como negócio urbano) e de modernidade, um novo modelo de organização social em que o entretenimento, o tempo livre e o contacto com outros referentes culturais tornam-se centrais para os agentes residentes e em viagem.

Este é um processo de metamorfose territorial, decorrente de uma urbanização ruralizada, implicando a recriação de espaços aparentemente não urbanos, contrariando de forma intencional alguns dos elementos tradicionais da cidade (ruído, poluição, stress); mas em que os equipamentos instalados (estradas e parques de estacionamento, os passadiços de acesso ao mar, redes de acesso à internet sem fios, estruturas de saneamento básico), mas também os valores e representações associadas ao estio veraneante de Sol e Mar advêm de uma sociedade profundamente urbanizada e com acesso facilitado à informação.

São elementos originais que extravasam as classificações clássicas urbanas, propondo novos usos do espaço como elemento de contemplação e descanso, associado às dinâmicas de distinção social. Uma mutação territorial que não levou à constituição de espaços marcados pela relação centro-periferia, da criação de um ponto central e das suas coroas de distribuição periférica, o modelo clássico de urbanização trazido até nós pela escola ecológica de Chicago.

Apesar da crise que as grandes cidades ocidentais sentiram durante as décadas de 1970 e 1980, (Mullins, 1991, Gladstone, 1998; Soja, 2000; Harvey, 1989; Cohen, 2008) decorrentes de processos de reconfiguração industrial e do surgimento de outras cidades competitivas; deu-se um renascer de algumas destas cidades como gateway cities (Branco, 2009), articuladas num sistema que combina dois modelos: o reticular com a ideia de rede e o hierárquico, em que as cidades apresentam claramente condições diferenciadas no que podem produzir e oferecer, na sua capacidade económica e produtiva.

Gateway cities ou cidades-portas é um termo que referencia as cidades que funcionam como pontos de acesso privilegiados a mercados nacionais ou regionais e que por isso constituem locais onde as empresas que pretendam ter uma escala de actuação global aspiram estar presentes; a sua importância decorre da diferenciação dos mercados; caracterizam-se pela sua elevada conectividade e/ou pela função de plataforma de acesso a mercados emergentes. Alguns exemplos são: Helsínquia (relativamente aos países nórdicos), Madrid (Península Ibérica), Vancouver (costa Oeste do Canadá), Singapura (Sudeste asiático). (Branco, 2009, 32).

A aglomeração progressivamente distribuída pelo território de parcelas de natureza urbana, marcadas por processos de forte dinamização económica é comumente designada de Metropolização (Bassand, 1972; Bourdin 2008; Brenner, 2006). Este é um espaço alargado em que uma variedade de necessidades ao nível produtivo, cultural e político têm resposta no espaço construído, enquadrados numa determinada forma urbana que congrega de forma variável todos estes fenómenos de vida social numa unidade territorial, a área metropolitana. O poder de cada área metropolitana está constantemente em jogo, decorrente das flutuações da economia global que valoriza e desvaloriza continuamente as áreas de maior dinamismo económico, mas também das transformações na escala local, da sua centralidade regional ou nacional.

A especialização funcional (industrial, comercial, de lazer) de cada um destes territórios apresenta-se como um elemento fundamental no sucesso de uma área metropolitana. A constituição de centros de partilha e divulgação da informação, de núcleos de dinamização lúdica, a constituição de plataformas de distribuição de comércio grossista, a concentração de populações migrantes, são elementos fundamentais para compreender a natureza financeira e urbana destas áreas metropolitanas. Se a este fenómeno migratório juntarmos o contacto com viajantes em lazer, acreditamos que teremos o contexto perfeito para analisar o cruzamento de experiências culturais em contexto de mobilidade global.

No que toca a estas últimas formas urbanas, as Cidades Globais, a socióloga americana Saskia Sassen (2001) identifica-as como áreas com uma orientação local determinante, com uma certa particularidade, mas ao mesmo tempo integradas em circuitos de natureza global. Apresentam um conjunto de características marcantes como a integração em mercados mais alargados; a existência de uma estrutura

morfológica que permita a receção e envio de pessoas, bens e informação; a constituição de um contexto cultural, económico e político que promova o conhecimento e a produtividade económica e por fim a criação de novas formas de subjetividade política e novos atores sociais que passam a ser determinantes nos processos de transformação urbana.

Todas essas características são usadas como capitais económicos, políticos e sociais no sentido de criar uma cidade mais forte e competitiva, integradas num sistema mundial metropolitano, em rankings particulares (Brenner, 2006), desde a posição semiperiférica global da metrópole Lisboa à periferia algarvia.

Ulf Hannerz (1980), antropólogo urbano que abordou a constituição de cidades mundiais, declarou que estas não são apenas materializações imediatas de uma cultura nacional, mas sim transnacionais, uma vez que os seus habitantes têm ligações não só com essas cidades, mas também com outros locais do mundo, constituindo um contexto em constante transformação. São marcadas, tal como as cidades globais de Saskia Sassen (1991) por uma enorme heterogeneidade ao nível económico, cultural e social, influenciadas por uma diversidade de classes sociais, atividades económicas e educação de nível superior. Para além dos especialistas (em moda, arte ou economia), estas cidades mundiais concentram uma elite fortemente escolarizada e economicamente solvente, as classes criativas (Florida, 2003). Mas ao mesmo tempo são um foco de concentração de populações pobres locais, mas também de imigrantes de países do Terceiro Mundo, que trazem consigo formas culturais que inicialmente eram de diáspora, mas que progressivamente passam a fazer parte do corpo cultural destas cidades mundiais.

Esta imagem da cidade competitiva e das suas margens (Baptista e Nunes, 2004), a área metropolitana, faz muitas vezes esquecer aqueles que aí residem, reproduzem a lógica dos mercados livres. Não foram criadas para corresponder a toda variedade de necessidades e de ações, não respondendo de forma igual a todas as solicitações, desde os moradores aos utilizadores. Usualmente associada ao conflito social, a metrópole contemporânea é um espaço de forte desigualdade social.

No que se refere aos utilizadores metropolitanos Guido Martinotti apresentou uma classificação particular, a sua “Morfologia social das cidades” (Martinotti, 1996). Estas formas urbanas estão dependentes do tipo de público ao qual se destinam: (i) Os *Inhabitants*, ou seja a sua população residente; (ii) os *comutters* ou trabalhadores em

deslocação pendular casa/trabalho que implicam a criação de uma estrutura de suporte (comboios, metropolitanos, autoestradas, túneis), (iii) os *city users*, que usam a cidade com um objetivo lúdico e de ocupação de tempos livres e por fim, marcado pelo contexto de globalização e os (iv) os businessmen que visitam estas cidades para contactar com clientes, apoiar o trabalho dos seus colaboradores em empresas multinacionais.

Outro dos instrumentos de análise de áreas urbanas marcadas por formas de efeitos de aglomeração urbana em configurações metropolitanas não formais está ligado ao conceito de policentrismo (Carmo, 2008). Este conceito tornou-se um paradigma nas atuais políticas de ordenamento do território europeias, baseando-se na perceção das cidades como nós, pontos integrados numa “rede interurbana” (Carmo: 2008, 777), sendo aqui importante relevar que pontos dessa rede são os mais fortes e que constituem os limites destes sistemas urbanos.

Os objetos de planeamento decorrentes escolhem a gestão da distância e não da proximidade, não a ligação clássica centro-periferia, mas sim entre polos distanciados geograficamente, mas ligados de forma rodoviária. De facto a promoção de instrumentos de planeamento à escala europeia institucionalizou-se em 1999 através do, ESPON 1.1.1, “Potentials for polycentric development in Europe” (ESPON 2006), cujos resultados apontavam para a promoção por parte da União Europeia de um modelo de cidades médias pela Europa, de modo a contrariar os efeitos nefastos da constituição de megacidades, nomeadamente em relação ao pentágono “Londres, Paris, Hamburgo, Milão e Munique.” (Carmo: 2008, 779), que não representava condignamente a Europa, sendo a sua estrutura urbana de média e baixa dimensão:

A questão agora é que o desígnio do policentrismo se banalizou a todas as escalas territoriais, ao mesmo tempo que se diversifica o conceito e a fenomenologia da «condição central». Houve sempre «centro» quando num lugar coincidia o máximo de acessibilidade, a aglomeração de funções direcionais, e as marcas identitárias e referenciadoras (edifícios e espaços públicos) como as que derivam da monumentalidade e dos bens patrimoniais. Hoje, essas coincidências raramente se encontram num único lugar (Carmo, 2008,.22).

Ao contrário do desejado, não foram criadas sinergias e ligações entre fortes áreas interconectadas entre si, como regiões dinâmicas ao nível económico no contexto

global, uma marca das áreas policêntricas. Na verdade este é um objetivo de natureza político-institucional, torna-se mais uma “bandeira” (Marreiros: 2010, 80) do que uma realidade. A representação pictórica do policentrismo é uma das suas maiores forças (Carmo: 2008), que na verdade pode ser enganadora, uma vez que poderá responder à nossa vontade de ter um território articulado com base num conjunto de lógicas, quando na verdade ele poderá ter outra natureza. Este é um conceito que se apresenta com uma dinâmica mais normativa do que operativa.

2.3 Espaços Urbanos de Lazer

Como foi relatado anteriormente, foram as transformações no campo laboral, financeiro e produtivo da maior parte dos países capitalistas ocidentais na segunda metade do século XX que permitiram o desenvolvimento do fenómeno turístico, alargando o número de pessoas que podiam dispor do seu tempo livre e consumir num local de recriação turística. Ao mesmo tempo esta orientação decorreu da escolha e transformação dos melhores espaços para a implantação dos empreendimentos turísticos, das melhores paisagens, da criação de infraestruturas de mobilidade aérea e rodoviária; permitindo a constituição de novas áreas urbanas resultantes destes fluxos.

Na constituição de contextos urbanos turísticos percebemos a prevalência de determinados estratos sociais que evitam outros mais populares, consubstanciando uma tentativa de diferenciação socioespacial. Espaços de concentração de capital financeiro, força de trabalho, mercadorias e serviços, materializando uma nova forma de cidade, a do consumo pós-fordista (Zukin, 1992); corporalizando um processo histórico de concentração de meios de reprodução de capital financeiro que se diferenciam pelo seu *core business*, o aproveitamento económico da viagem de lazer.

Este consumo de massas do prazer passou a representar o lado do consumo do pós fordismo, com o termo pós-modernidade a ser usado para definir este tipo de consumo. Por sua vez a forma urbana pós-moderna pode ser chamada de «cidade pós moderna», sendo a urbanização turística a sua mais dramática expressão, porque aqui estão cidades e aldeias inteiramente construídas explicitamente para o prazer.” (Mullins: 1991, 331).

As transformações decorrentes do final da Segunda Guerra Mundial, da Crise económica de 1973 e da consequente perturbação económica que se fez sentir nos centros industriais tradicionais (na América do Norte e Europa Ocidental) alteraram profundamente o quadro global urbano (Harvey, 1989, Urry, 1990; Mullins, 1991 e 1994; Zukin, 1992, Gladstone, 1998; Pearce, 2001; Sassen, 2001; Hoffman, L, Fainstein et al. 2003; Ritzer, 2010; Bryman, 2004). A resposta a esta crise económica foi feita pelo alargamento social do consumo, não nas áreas tradicionais (educação, saúde, alojamento), mas no uso do tempo livre na viagem a espaços divertidos, alegres, históricos, desejáveis à permanência lúdica (Saunders, 1986).

Decorrente destas transformações dá-se a criação de um novo negócio urbano, a dinamização turística e o uso lúdico dos territórios (Baptista, 2005) e consequente dinamização de novas cidades fora dos contextos até agora usuais, nomeadamente na Ásia, América Latina ou África do Sul. Estas transformações foram acompanhadas do surgimento de novos agentes económicos (empresas e nações), num mercado cada vez mais alargado, uma nova estrutura de acumulação do capital e de exploração da mais-valia, materializado numa nova forma urbana, a cidade e metrópole pós-fordista. Tal como sugere o geógrafo norte-americano Edward Soja:

Com base nos seus analistas, pós fordismo é uma palavra composta útil para definir e descrever a emergência de novas formas e características tendenciais do capitalismo contemporâneo urbano-industrial. (...) Foi desenhado para captar todas as qualidades aparentes do Fordismo enquanto simultaneamente sugere que alguma coisa significativamente nova e diferente já se tinha consolidado no fim do Fordismo. Pós-Fordismo é então visto como um conceito «pendente», aberto a múltiplas especificações, um apanha tudo temporário que pode desaparecer quando as suas qualidades distintivas forem inequivocamente estabelecidas, identificadas e nomeadas (Soja: 2000, 171)¹”.

Durante as décadas de 1980 e 1990, assistimos a uma alteração profunda nos orçamentos públicos dos estados ocidentais (Mullins, 1991), desregulação fiscal e financeira, o surgimento de governos de tendência neoliberal (Brenner e Theodore, 2002) e uma consequente privatização de sectores económicos até aqui controlados pelos Estados centrais. Estes agentes privados iriam operar uma diversificação dos seus

¹ Tradução do autor

mercados de atuação, das atividades a financiar e do tipo de consumo promovido num contexto de desindustrialização e desemprego.

Ao contrário dos processos de urbanização industrial, esta urbanização reorienta-se para a satisfação dos turistas, o novo consumidor alvo. Neste contexto as cidades e restantes áreas urbanas tocadas pelo lazer e pelo turismo apresentam-se como espaços de encontro lúdico, que pelas suas condições naturais (praias ou montanhas), condições patrimoniais (uso comercial de ruínas e edifícios de interesse estético e histórico), ou da criação de polos de dinamização cultural e lúdica (museus especializados, marinas de recreio, pontos de animação noturna) reconvertem-se em espaços de encontro turístico.

Esta é uma nova forma de urbanização, em que a dinamização do consumo de bens dispensáveis, “o consumo supérfluo das pessoas”² (Clavé, 1998, 27 in Leite, 2008) se torna central. Este é usado como elemento de diversificação económica e de ultrapassagem dessa mesma crise, resultante da dinamização do crédito bancário, aumento dos salários, racionalização da organização laboral e de integração destes mecanismos a todos os sectores de atividade económica e da vida social.

Estas transformações são de tal forma profundas que alimentam a ideia da passagem a uma nova fase de desenvolvimento do sistema económico com base no consumo (Saunders, 1986; Ritzer, 2010; Bryman, 2004), que passa pelo alargamento dos seus destinatários, progressivamente ampliado a extratos sociais cada vez mais diversificados, não só às elites, mas também às classes sociais mais baixas. Estamos assim perante a passagem de uma Sociedade marcada pela redução para um contexto social *só* de consumo, inspirando uma nova estrutura social, novos atores sociais, novas interações.

O contexto económico que marca esta urbanização é de natureza pós-moderna, integrada num novo ciclo económico, antes ligado a determinados fatores de produção como a propriedade fundiária, as matéria primas, a mão-de-obra e a distribuição e que é reorientado no sentido do consumo, sendo determinantes a publicitação, a distribuição e a venda. Estas cidades e áreas metropolitanas dedicadas fundamentalmente ao consumo massivo de lazer partilham um conjunto de características entre si: atraem largas camadas de turistas, uma forte integração de trabalhadores, são simbolicamente distintas, uma prevalência das *FIRE Industries* (*Finance, Insurance and Real Estate*).

² Tradução do autor

Mas também apresentam atrações turísticas diferenciados, níveis de sindicalização díspares, empresas de dimensão variável e processos de concentração humana particulares. (Zukin, 1992; Harvey, 1989; Gladstone, 1998)

Desta forma a cidade turística, como espaço natural e esperado de consumo, apresenta-se como a forma urbana da sociedade pós-moderna: Noutras palavras, onde a pós-modernidade identifica, conceptualmente, o consumo massificado do prazer, a cidade pós-moderna é a forma urbana da pós-modernidade, uma forma urbana focalizada no prazer (...) Este consumo de massas de prazer tornou-se a representação do consumo do pós-fordismo, com o termo «pós-modernidade» sendo usado para definir este tipo de consumo. Desta forma, a forma urbana «pós-moderna» pode ser chamada de «cidade pós-moderna» (Mullins, P: 1991, pp. 331).³

A dinamização da viagem temporária de lazer está igualmente ancorada num contexto ideológico que associa o ato de viajar a processos de distinção social, constituindo uma marca diferenciadora entre os agentes: aqueles que podem ou não viajar e os diferentes locais de uso lúdico segmentados socialmente. Ao mesmo tempo cria formas de controlo social pondo em causa antigos valores, que perdem força face a este contexto de acesso ao lazer; reabilitando a teoria romana do *pão e circo* e da Sociedade do Espetáculo (Debord, 1967). Neste momento torna-se determinante perceber até que ponto os agentes resistem ou não aos apelos do consumo, de que forma esse acesso funciona como um apelo ao conformismo social, passando por cima de tensões de natureza classista, de género, étnicas, religiosas ou políticas. São “catedrais de Consumo” (Ritzer, 2010), elementos estruturantes na paz social, pensadas para lhes ser associado um encanto e atmosfera religiosa.

Espacialmente, estas áreas turísticas são construídas para classes e extratos sociais díspares das cidades industriais, sendo a sua especialização territorial marcada pela produção e distribuição dos seus produtos (Fainstein et al, 2003). Estes novos/renovados espaços urbanos apresentam marcas claramente distintas: edificado orientado para a oferta formal de acomodamento, um espaço marcado pelo lazer e pelas diversas possibilidades de recreio, sendo que o seu centro urbano passa a ser dominado por visitantes e não pelos residentes; dando início à configuração de uma nova forma urbana (Gladstone, 1998), profundamente tematizada (Hannigan, 2003).

³ Tradução do autor

A importância do consumo na configuração espacial destes territórios reafirma-se numa relação dupla: como espaços de consumo e produção (Leite, 2008 e Conceição, 1998). Esta fixidez territorial do fenómeno quebrou a anterior separação fordista entre a criação dos produtos e a sua utilização, que agora acontecem no mesmo lugar. Os cidadãos tornam-se produtores dos lugares, ao mesmo tempo que são consumidores desse mesmo espaço (Lefebvre, 1974, [1968]). Ao mesmo tempo, estes territórios respondem a um conjunto de apelos ao consumo, promovidos por grupos financeiros que reorientam os seus investimentos da produção industrial e agrícola para a dinamização turística, inicialmente através do processo de massificação e depois particularizando-se em determinados grupos de natureza económica, social e cultural.

Do ponto de vista prático designamos territórios lúdicos os lugares/cenários edificados de raiz para serem usados como espaços de entretenimento e consumo programado. Economicamente, o turismo (visão lúdica dos usos dos lugares experimentados e a experimentar) revaloriza as economias locais na medida em que dá oportunidade às localidades, às regiões, às nações de fazerem uso do seu património de modo a dele tirarem proveito. Contudo é evidente que o mercado, e a hierarquia dos lugares turísticos, sendo altamente competitivo, promove e despromove lugares, havendo a priori condições distintas nas capacidades de dar importância aos lugares e de os publicitar. (Baptista: 2005, 55).

A dinâmica lúdica na produção dos territórios turísticos é explicada pelo cruzamento de um modo de vida particular e a sua materialização no espaço. As cidades e suas margens constituem-se como campos fundamentais de materialização dessa urbanização lúdica e do consumo.

2.4 A Turistificação como momento inaugurador da Urbanização Turística

Para que um território se turistifique, há que ter atenção a duas ordens de fenómenos: por um lado o uso de recursos naturais, patrimoniais e edificado; a que teremos de acrescentar o recurso a um conjunto de ideologias, representações e intensões que acabam por orientar o destino turístico, os seus utilizadores e as práticas de lazer que aí se desenvolvem (Leite, 2008).

Se estas transformações são claras para os agentes transformadores do turismo, não serão tão perceptíveis para aqueles que não se dedicam a esta atividade, mas que sofrem os seus efeitos através do aumento dos custos associados ao trabalho, aos solos, à produção. Estamos perante um conjunto de atividades e populações bastidor, que não interagem diretamente com o turismo, mas que são igualmente influenciados pelas suas lógicas.

Apesar destes processos estarem intimamente ligados à constituição e diversificação urbana, de se darem com particular incidência nos centros urbanos das capitais mundiais; teremos de enunciar um processo anterior, o processo de turistificação (Knafou: 2012; Leite, 2008.).

uma inversão da ordem estabelecida: a atividade económica muda, as populações alteram-se, as práticas do espaço diferem, quando o turismo se torna uma atividade dominante [...] ao ponto de os habitantes do sistema urbano antigo não se reconhecerem uns dos outros [...] empurrados para uma vida quotidiana que não é mais o que era (fuga do comércio de proximidade, dos outros habitantes) num círculo vicioso doravante bem conhecido” (Knafou: 2012, 130)⁴

O termo designa a introdução de atividades de lazer independentemente da natureza urbana dos espaços, uma acessão de natureza geral acerca da criação de territórios lúdicos (Baptista, 2005), uma espacialização de formas económicas marcadas pelo uso do espaço como recreio, que progressivamente alteram a natureza destes territórios. Estamos neste caso a abordar um conjunto de territórios que ainda não foram totalmente urbanizados, cuja dinâmica de introdução de atividades lúdicas é determinante no seu processo de transformação territorial. Este é na verdade, o primeiro passo que levará no futuro à criação de novos territórios associados ao fenómeno turístico.

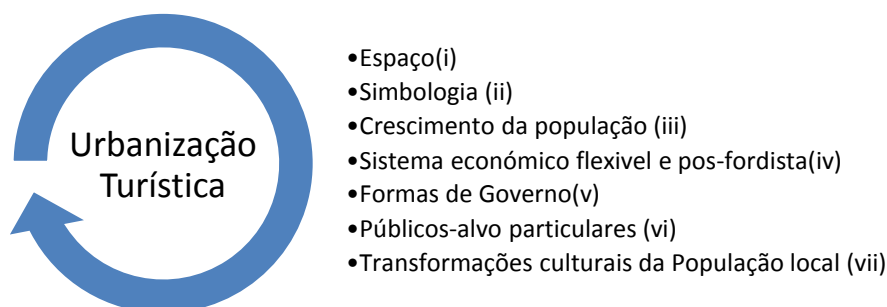
O processo atrás enunciado é eminentemente urbano, mas teremos de fazer uma distinção entre aquilo que apelidamos de processo de turistificação e um processo posterior de transformação mais profunda, que leva a que uma determinada área (região, cidade, espaço não urbanizado) se oriente exclusivamente aos desejos dos visitantes, criando até um espectro de dependência económica do fenómeno turístico. Quando este

⁴ Tradução do autor

processo se aprofunda estaremos perante um processo de Urbanização Turística (Mullins, 1991, 2003). Estamos assim perante dois fenómenos que enunciam dois estádios de desenvolvimento do fenómeno turístico, com níveis de dominância económica, social e cultural do fenómeno turístico numa determinada área.

A Urbanização Industrial emergiu no século XIX e início do século XX, quando a manufatura era um sector económico emergente e declinou nos anos 1970 e 1980 com a desindustrialização. (...) Onde a urbanização industrial, por exemplo, era acompanhada por uma infraestrutura de produção como fábricas, canais e estradas, a urbanização turística é suportada por uma infraestrutura de consumo composta de parques, casinos, hotéis, centros de conferências, condomínios, campos de golfe e por aí em diante. (Mullins: 2003, 126)

Esquema nº1 Urbanização Turística de Patrick Mullins: esquema teórico



Modelo de Urbanização Turística (Mullins, 1991).

Teremos então de desenvolver mais um pouco o que o autor denomina de cidades turísticas, decorrentes de uma transformação urbana que as tornou locais de consumo turístico. Este contributo será útil para pensar outras situações de urbanização turística, apesar de este modelo estar totalmente orientado para o turismo de natureza balnear.

Estas cidades são espacialmente diferentes, uma vez que estão orientadas para estratos sociais específicos, implicando transformações na sua forma, destoando de outras cidades que até tenham o mesmo número de população, mas uma ocupação funcional diversificada. Nestas cidades deu-se um processo de concentração de populações não largo da costa, perto do mar ou com acessos facilitados a este.

Estas novas formas urbanas apresentam uma simbologia particular, que é usada como um chamariz para os turistas, uma “laid back atmosphere” (Mullins: 1991, 123), um contexto espacial que se ostenta como um trunfo distintivo, uma forma

territorial que favorece o processo de estanciar por lazer. Estas cidades representam a materialização do prazer, do divertimento, símbolos de pós modernidade em que as formas arquitetónicas refletem esta natureza. Este processo passa pela articulação de formas modernas e em altura, como a abertura da paisagem para formas naturais, integrando elementos de segurança e de comodidade num só campo simbólico. Os canais de água, os espaços de prazer (casinos, parques temáticos), as marinas e praças centrais dedicadas ao turismo, acabam por evocar as imagens e símbolos do pós-modernismo, uma ideia de aglomeração de diferentes origens, camadas sociais e históricas que se materializam na cidade pós moderna.

O crescimento na população residente e laboral é uma consequência direta da dinamização turística, tal como a indústria o tinha sido para o modelo anterior de urbanização. Como desenvolvimento pós fordista, apresenta-se com um carácter bastante flexível ao nível laboral, sendo que estas cidades apresentam uma ligação clara a determinados setores, desde a construção aos serviços, passando pelo comércio e FIRE industries (Financiamento, Seguros e Imobiliária), sendo igualmente áreas marcadas fortemente pelo desemprego.

Ao contrário do Algarve, o fenómeno turístico normalmente promove processos de autonomia administrativa destas regiões, marcadas por um governo próprio e fortemente ligado à atividade turística. Mullins (1991) tinha-o referido em relação à região de Queensland na Austrália, referindo que a constituição de uma área turística levaria à constituição de um governo *boosterist*, ou seja abnegado e intransigente na defesa da região, uma forte força política que teria de ser tida em conta em termos nacionais.

Contudo, apresentam formas de consumo massificado e especializado, orientado para públicos particulares. Neste caso poderemos perceber que não só as suas condições naturais (existência de praias, montanhas com neve) são determinantes no tipo de turismo desenvolvido, como também o tipo de intervenção económica e turística será determinante no tipo de turistas que ocorrerão a um determinando destino turístico.

Por fim, estes processos de urbanização turística acabam por influenciar as populações locais, uma vez que o seu processo de urbanização é igualmente socio-espacialmente distinto, marcadas pela imigração, uma população mais envelhecida, mas também em que o uso de uma segunda língua é relativamente presente.

A Urbanização Turística apresenta-se assim como um dos conceitos determinantes na compreensão do fenómeno urbano e turístico, podendo ou não ser exportado (Cruz e Pinto, 2008) para outros territórios turísticos, mesmo que na sua raiz estejam presentes processos de turistificação diferenciados. São na verdade elementos claros de diversificação territorial, económica e social, que se desenvolveram depois da urbanização com base na indústria do início do século XX.

Defendemos assim que as relações entre o fenómeno urbano e o turismo apresentam uma relação recíproca (Henriques. 2003), mas em que deveremos determinar em que momento cada um dos elementos é introduzido e qual o mais determinante. É aqui que são levantadas as maiores críticas ao legado de Mullins por Gladstone (1998), Hannigan (1995) e Leite (2008). Os autores criticam o carácter exclusivista do turismo nas *Tourist Cities* australianas de Mullins, sendo necessário fazer um esforço de desconstrução do objeto, percebendo as suas condições de criação, se o processo de urbanização turística se fez de *raiz*, como no caso do Algarve, ou apenas corresponde a uma reconfiguração produtiva pós industrial, como aconteceu em Londres, Paris ou Barcelona.

Teremos de ter em atenção que estamos a abordar duas épocas e dois contextos claramente distintos. Mullins constrói o seu conceito de Urbanização Turística em 1991, após uma vaga importante de desenvolvimento das atividades económicas ligadas ao imobiliário e ao lazer (nomeadamente o surf) no Sudeste australiano. Neste contexto deu-se a promoção de migrações de natureza laboral, mas também de lazer, a constituição rápida de uma estrutura de receção dos visitantes e do seu entretenimento, a criação de áreas residenciais que até há cerca de um século nem ocupação humana tinham.

No caso das cidades americanas apresentadas por Gladstone (1998), como Las Vegas (Harvey, 1989; Hannigan, 2005), o seu desenvolvimento urbano inicia-se durante década de 1930, sendo assim um processo anterior à urbanização turística australiana e com lógicas claramente díspares. A constituição de grandes áreas metropolitanas dedicadas ao lazer, como a *Disneyland* na Califórnia na década de 1950, acompanha um processo de massificação do consumo e de aumento geral das condições de subsistências de escalões sociais baixos, criando uma classe média consumidora, processo que ainda dava os primeiros passos na Norte da Europa e Austrália nesse

momento. Estamos claramente perante períodos históricos e contextos urbanos e nacionais claramente diferenciados.

Uma classificação muito próxima da anterior acerca da criação de formas urbanas dedicadas ao turismo, lazer e consumo é feita por Fainstein et al. (2003). Os autores defendem a existência em primeiro lugar das *Cidades Resort*, aquelas que são marcadas pela existência de infraestruturas de apoio ao lazer dos visitantes, tal como as *Cidades lúdicas* de (Gladstone 1998), dedicadas exclusivamente ao consumo de lazer de não locais, ou as *Cidades Turísticas* de Mullins (1991). Em segundo lugar surgem as *Cidades Históricas Turísticas*, espaços que foram tradicionalmente focos de dinamização da economia urbana e as *Cidades Reconvertidas* que apresentam uma orientação mercadorizada do seu legado cultural, recriando o *Grand Tour* oitocentista, através de um quadro representativo, simbólico e identitário das suas populações e do seu local de residência. (Fainstein et al. 2003)

Acreditamos que esta forma urbana pós-fordista (Harvey, 1989; Zukin, 1992; Santos, 1994; Fortuna, 1996; Salgueiro, 1999; Soja 2000) é uma marca determinante da passagem de um primeiro capitalismo organizado para um sistema económico mais plural, mas também mais desorganizado (Guiddens et al., 1995), em que as estruturas sociais e os grandes quadros teóricos (Marxismo, Estruturalismo) que conhecíamos da Modernidade entram num processo claro de fragmentação conceptual, criando novos sentidos, ou mesmo perdendo grande parte da sua força explicativa, face a uma nova realidade social. Esta nova forma urbana interrelaciona-se com a noção de Território lúdico (Baptista, 2005); Turistificação (Knafour, 2012) e Urbanização Turística (Mullins, 1991; Hannigan, 1995; Gladstone, 1999).

De forma a podermos ter uma ideia mais concisa acerca deste tipo urbanização promotora de lazer, iremos apresentar em baixo uma tabela com alguns tipos de cidades turísticas, assim como de alguns exemplos a nível europeu e norte-americano que são ilustrativos destes processos de urbanização turística. Apresentam-se como ideais-tipo de cidade, como modelos que podem ser transpostos para outros exemplos a nível mundial, sem necessariamente serem reproduções de outros destinos turísticos. Neste caso, o processo de interação social entre turistas e visitantes, a estrutura económica e social serão elementos individualizantes de cada situação urbana, sendo estes novos lugares do turismo o resultado da confluência entre diferentes dinâmicas sociais, urbanas e económicas.

Tabela 2: Tipologia de cidades pós-fordistas

Cidade	Exemplo	Caracterização
Cidades Capitais ou Capitais Culturais	Londres, Paris, Nova Iorque, Roma	Forte passado citadino, reorientando-se económica e urbanisticamente ao Turismo e ao Lazer, utilizando o património edificado e imaterial como chamariz de viajantes e consumidores
Cidades Históricas dentro de Muralhas e Pequenas cidades	Canterbury York	Pequenas cidades históricas importantes ao nível nacional, muralhadas, sendo esta uma marca fundamental da sua forma física e economia urbana.
Grandes Cidades Históricas	Cambridge Veneza	Importância citadina que se perdeu, sendo a sua continuação urbana marcada pela turistificação: Cambridge como cidade histórica universitária ou Veneza como museu urbano.
Áreas no Centro das Cidades	Manchester, NYC Berlim	Reconversão de suas áreas da cidade antes dedicadas ao comércio local, produção e distribuição industrial
Revitalização das Frentes de Rio	Barcelona, Sidney, Lisboa	Reconversão de antigas estruturas portuárias desocupadas e a sua substituição pelo lazer, consumo e fruição cultural
Resorts Marítimos ou de Desporto de Inverno	Algarve, Alpes	Marcados profundamente pela sazonalidade associada ao uso do ar livre, o seu produto turístico é dependente do uso das condições naturais como forma de lazer
Complexos de Diversão Turísticos	Las Vegas Disneyland	Próximo do conceito de <i>Metrópole Turística</i> de Gladstone (1999), surgem grandes áreas dedicadas ao consumo, enquadradas em empresas de entretenimento.
Centros de Serviços Turísticos Especializados	Lourdes, Fátima, Calcutá	Orientados para um público muito específico de natureza social ou cultural fechada
Cidades Arte	Florença	De menor dimensão que as <i>Grandes Cidades Históricas</i> , mas em que o elemento cultural se sobrepõe sobre todas as outras dinâmicas económicas

Fonte: Adaptado de Henriques, 2003

2.5 Ideias finais sobre Turismo e Urbanização

Foi nas cidades e áreas urbanas de natureza metropolitana que foram promovidas formas de acessibilidade aérea e rodoviária, um elemento significativo no processo de viagem, assim como de elementos distintivos de natureza cultural que os viajantes procuram. Estas áreas apresentam elementos de comodidade que induzem sentimentos de segurança por parte dos viajantes, sendo possível antever as possibilidades de lazer,

desde o balnear ao cultural, concentrando formas de exploração hoteleira para exposições e congressos.

Como formas urbanas dedicadas ao lazer, estas áreas concentram um conjunto de símbolos urbanos que se associam a este sector produtivo específico e a extratos sociais pretendidos, desde o processo de massificação do lazer aos processos de gentrificação turística e de separação física entre classes sociais diferentes. Este processo passa pela associação de um conjunto de características positivas a um produto ou território, que não é um processo exclusivo do Turismo, sendo que outras áreas do consumo também o fazem, nomeadamente as empresas de cosméticos, filmes ou mesmo mobiliário, que pretendem apresentar os seus produtos como extraordinários, fora da lógica do dia-a-dia. (Fainstein e Gladstone, 1998).

Estas formas simbólicas materializam-se numa multiplicidade de formas, desde o edificado aos espaços intersticiais, desde o *layout* gráfico às cores escolhidas, passando pelo *lettering* e a língua predileta, do tipo de linguagem utilizada (mais ou menos formal) à denominação dos diferentes territórios, que nasce e se consolida como desenvolvimentos espaciais dos sectores imobiliários e hoteleiro. Tal como descreveu Mullins (1991, 1994, 2003) estamos assim perante uma cidade ou área urbana turística dedicada ao lazer, à ideia de prazer, do divertimento; articulando formas modernas e em altura como a abertura da paisagem para formas naturais, integrando elementos de segurança e de comodidade num conjunto de imagens aprazíveis.

Depois da abordagem teórica acerca da ludificação das sociedades atuais e da forma como esta se materializa no território urbano, passaremos no próximo capítulo a iniciar a caracterização de um processo de urbanização particular, em que a sua dinâmica temporal é fundamental. Passaremos a abordar o caso do Algarve e da sua urbanização turística no próximo capítulo, cujos efeitos espaciais se materializam em processos de transformação territorial das margens litorais, usando as praias e o lazer urbano a elas associado como um ativo económico, que implicou a transformação global de toda a região.

3. A URBANIZAÇÃO DO LITORAL ALGARVIO (1960/2011)

O processo de litoralização da concentração urbana generalizou-se a todo o mundo, decorrente do afluxo de pessoas, mercadorias e ideias aos limites litorais dos diferentes países. Na Europa e particularmente na Península Ibérica poderemos encontrar algumas marcas deste processo, nomeadamente junto das áreas metropolitanas de Barcelona, Valência, Madrid em Espanha, mas também das concentrações urbanas junto de Lisboa, Porto e do Algarve litoral.

Figura1: Imagem noturna de satélite da Península Ibérica

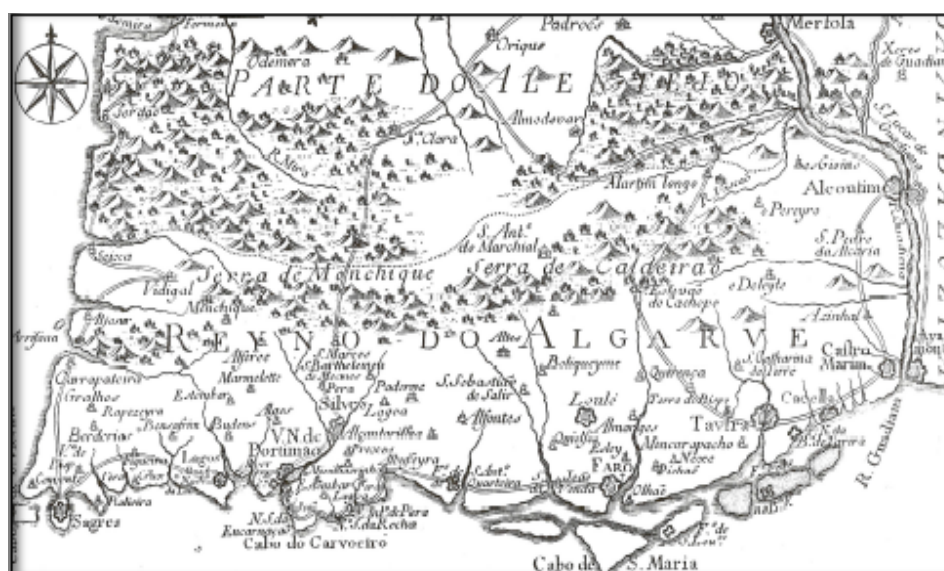


Fonte: Expresso.pt (acedido em Março de 2014)

A diversificação urbana e turística no Algarve na contemporaneidade é um dos desafios mais interessantes em Estudos Urbanos em Portugal. A primeira forma política reconhecível que agregava grande parte do território atual da região é o *Al Gharb* (o ocidente), região sob controlo árabe de Córdoba ou Sevilha, mas que apresentava alguma autonomia. Após a tomada militar do território por Afonso III em meados do século XIII, torna-se um reino sob tutela da coroa portuguesa (que apenas termina em 5 de Outubro de 1910), um título apenas simbólico, sem poder efetivo.

De uma região ultra periférica no contexto política e colonial português, adquire uma centralidade muito particular no turismo de Sol e Mar, alterando profundamente a estrutura territorial, económica e social da região e do país.

Figura 2: Mapa do Algarve de 1762 de Carpinetti



Fonte: Freitas: 2010

Neste capítulo passaremos então a descrever alguns dos elementos fundamentais para conhecermos a região, desde a sua turistificação e urbanização turística, a sua dinâmica metropolitana e o uso por não residentes como elementos fundamentais na sua compreensão.

3.1 Contexto geográfico do Algarve: Serra, Barrocal e Litoral

Algumas áreas à beira-mar do Algarve, com uma estrutura económica e populacional reduzida, dedicados à pesca, agricultura e indústrias fracamente mecanizadas são integradas depois da década de 1960 num sistema formal/informal de turismo, mudando a região nos seus termos ambientais, económicos, simbólicos e sociais, dominadas pela introdução de uma indústria globalizada de experiências de viagem. Mas as grandes transformações de natureza urbana, as profundas metamorfoses da morfologia das suas áreas litorais (praias, zonas lagunares) resultaram de um processo de mercadorização do espaço, de comercialização do solo urbanizado no sentido do seu uso como experiência lúdica associada ao lazer balnear.

Figura 3: Mapa da Península Ibérica com o Algarve (a vermelho)



Fonte: Google Maps (acedido em Dezembro de 2014)

Até ao final da década de 1960, o Algarve constituía uma fronteira da centralidade económica, política e cultural de Lisboa, mais uma província, no contexto colonial português. Até as primeiras estâncias balneares reguladas pelo Estado surgem junto de Lisboa (Costa do Sol) e do Porto (Costa de Prata), quando as águas e praias do Algarve apresentavam uma qualidade maior, sendo o mar mais sereno e a temperatura das águas mais amena.

Poderemos até afirmar que a inexistência de uma estrutura de transportes públicos na região foi determinante no desenvolvimento turístico do Algarve, permitindo assim “a continuidade e manutenção das suas características paisagísticas e urbanísticas, bem como dos modos de vida tradicionais da sua população.” (Freitas, 2010, 235), quando outras regiões do país já sentiam um forte impacto de transformação urbana.

Como região afastada do centro, o Algarve conheceu até meados do século XX algum isolamento em relação ao restante continente, uma região periférica no contexto português, deslocada da centralidade económica, política e cultural de Lisboa. Nesse sentido, o transporte de pessoas e mercadorias era regularmente feito de forma marítima, usando o Atlântico e o Guadiana como vias de deslocação. No que toca à rede viária, a sua condição era bastante má, implicando longas deslocações; sendo só em

1911 que é concluída a ligação entre o Algarve e Castro Verde (atual Estrada Nacional N2 entre Faro a Chaves) e em 1948 a ligação a Lisboa (Freitas, 2010). Terminado o percurso até Beja em 1864, o caminho-de-ferro chega a Faro em 1889, sendo que a rede ferroviária do sul só foi terminada em 1921, 65 anos depois do primeiro troço inaugurado em Portugal entre Lisboa e o Carregado.

Na verdade a tardia expansão do caminho-de-ferro foi preponderante para o desenvolvimento tardio do turismo balnear na região, ao contrário de outras áreas como o Estoril, Espinho ou a Figueira da Foz, que muito rapidamente se ligaram pelo comboio e desse modo se tornam as áreas privilegiadas para o lazer balnear (Freitas, 2010).

O Algarve é composto por cerca de 5000 km², correspondendo a apenas 5,4% do território português, situado junto do oceano Atlântico e as regiões fronteiriças do Alentejo e Andaluzia. A estrutura base e a denominação administrativa do território das suas cidades históricas (Portimão, Silves, Albufeira, Loulé, Faro, Tavira, Vila Real de Santo António) foram estabelecidas durante a Antiguidade e a Idade Média, desde a ocupação romana, passando pelo domínio muçulmano e a soberania cristã. A sua extensão marítima alarga-se a mais de 200km, criando uma configuração territorial particular, para além das fronteiras administrativas existentes, compreendendo as transformações de índole económico e espacial neste espaço escolhido, as relações entre os diferentes tipos de abordagem turísticas.

A região apresenta recursos de qualidade, desde os seus produtos agrícolas e piscícolas, está geograficamente distante do centro político e administrativo do país e exhibe um sistema territorial marcado fortemente pela importância das conurbações urbanas de Faro e Portimão (Portas et al., 2011). Foi até ao momento da turistificação, uma das regiões mais pobres no todo nacional, consubstanciado em perdas de população residente até à década de 1970, que migravam no sentido da capital lisboeta e dos países europeus em contexto de reconstrução do pós guerra: França, Alemanha, Luxemburgo e Suíça tornam-se locais de emigração para as populações algarvias, como os dados censitários de 1951; 1961 e 1971 da população demonstram.

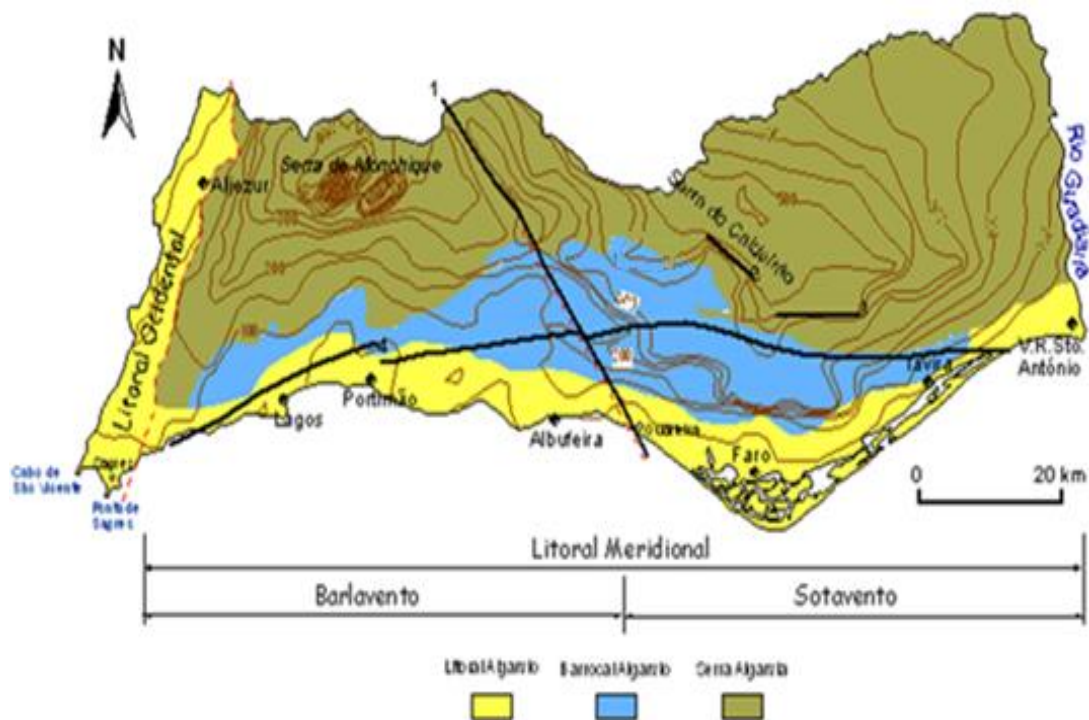
Reportando à divisão tradicional da região, com base na sua ocupação funcional e geográfica, mas também social, esta é dividida em três sectores, o mais reconhecível junto do mar e duas áreas interiores, divisão esta que se materializa em objetos de

planeamento territorial como Plano Regional do Algarve de 1963-66 (Plano Dodi) ou o Plano Regional de Ordenamento do Território do Algarve de 2007 (PROTAL).

A Serra é um espaço que atravessa toda a região norte e é composta por três grandes conjuntos de elevações, ou montes, (Serra do Caldeirão, Espinhaço de Cão e Monchique). A sua observação revela grandes espaços desocupados em termos populacionais e económicos, solos desadequados à exploração agrícola intensiva e de regadio, estando presente uma ocupação funcional ligada à agricultura de sequeiro.

O Barrocal, situado entre a Serra e a margem norte da Estrada Nacional 125, é igualmente uma zona marcada pela fraca ocupação residencial, mas que ao contrário da Serra, apresenta uma boa qualidade dos seus solos, estando presentes uma grande quantidade de pomares, produzindo um dos produtos mais reconhecíveis da região, a laranja.

Figura 4: Mapa do Algarve com divisão geográfica



Fonte: http://rochadapena.no.sapo.pt/pages/enquad_geog_geomorf_rp.htm (acedido em Dezembro de 2014)

Estas áreas foram profundamente marcadas pelo processo de deslocação das suas populações desde o início do século XX, particularmente em direção de uma outra área, o litoral, que até aos anos 1960 foi marcada por uma estrutura urbana de cidades

de pequena dimensão. As áreas mais próximas do mar estavam em grande parte desocupadas, compostas por pequenas comunidades piscatórias dedicadas à pesca do atum, sardinha e recolha de mariscos geradoras de baixos rendimentos (Cavaco, 1996).

Figuras 5, 6 Imagens rurais do Algarve pré turístico



Fonte: Postais do Algarve em <http://www.prof2000.pt/users/avcultur/postais/AlgarvePost05.htm> (acedido em Dezembro de 2014)

3.2 Conjuntura política, institucional e económica da turistificação do Algarve

Depois de séculos de afastamento das grandes decisões do país, face à centralidade de Lisboa no contexto colonial português, o Algarve torna-se uma região apetecível ao investimento público do Estado Novo na década de 1960, mas também das suas elites económicas. Até aqui o regime tinha reservado muito pouco interesse pela região.

Reproduzindo um processo iniciado na vizinha Andaluzia durante a década de 1950, para os turistas norte europeus começam a chegar à região número crescente, buscando uma Europa e Mediterrâneo idílico (William et al. 2000). A descoberta *virginal* do Algarve é feita num contexto muito particular, onde se destacam estrelas como Cliff Richard¹, ou Paul MacCarteney, que procuravam um conjunto de territórios ainda não urbanizados, vistos como exóticos, numa região em que a industrialização e a sua estrutura social não se tinham firmado. Na verdade uma busca por paraísos perdidos, numa Europa cujos processos de urbanização levaram a uma suposta perda de

¹ Atual produtor de vinho no concelho de Albufeira, com uma rua a si dedicada neste município.

carisma, de singularidade, de autenticidade. Ao mesmo tempo, o Algarve era visto como um espaço de evasão numa Europa demasiado industrializada e marcada por elementos negativos como a poluição e destruição de áreas naturais, confirmando uma crítica a urbanização excessiva destes territórios.

Figura 7: Paul McCartney no Algarve em 1968



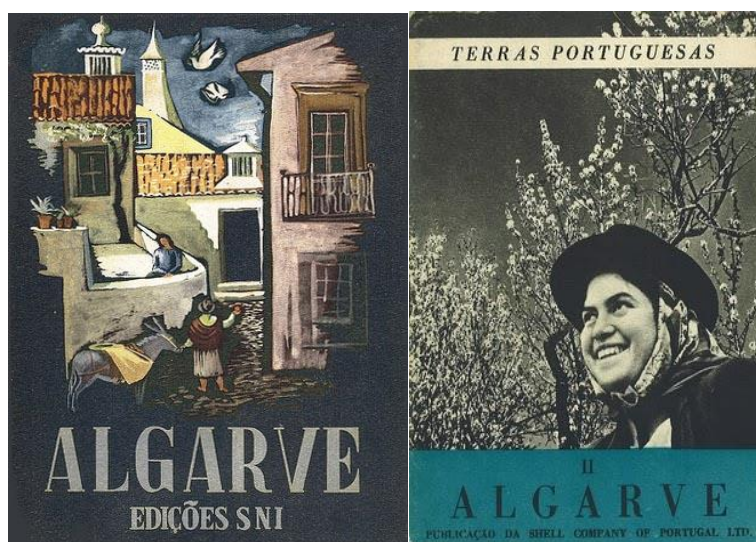
Fonte: Blog do Turismo do Algarve (acedido em Dezembro de 2014)

Em resposta a esta demanda inicial, os setores de investimento financeiro (local, nacional e internacional) começam a apostar na dinamização turística como um fator de diversificação económica da região. No caso das elites locais, é clara a sua reorientação da indústria de transformação de produtos locais (frutas e peixe) e da agricultura, para os setores do turismo e da imobiliária associada, implicando um aumento do investimento financeiro na região.

Torna-se assim necessário fazer um esforço de contextualização sobre a constituição de áreas turísticas durante o Estado Novo. Tal como outros setores da vida social, o turismo era encarado (até aos anos 1960) como uma reprodução ideológica do regime, sendo descritos determinados locais como os mais adequados ao lazer, com modalidades de alojamento particulares e formas de ócio consideradas adequadas ao contexto simbólico e identitário existente. Todas as regiões eram caracterizadas e reificadas por um conjunto de características: os pescadores do Algarve, as ceifeiras alentejanas, os campinos ribatejanos; qualidades que os portugueses deveriam reconhecer num Portugal diverso, do *Minho a Timor*. (Brito, 2009).

Este desejo de enformar o fenómeno turístico era materializado num complexo labirinto burocrático, quando ao lado, na Andaluzia espanhola o processo de urbanização turística avançava com grande velocidade. A F.N.A.T (Fundação Nacional para a Alegria no Trabalho) desenvolvia os conteúdos ideológicos e programáticos das viagens de lazer; o S.N.I (Secretariado Nacional de Informação), a D.G.S.U (Direção Geral dos Serviços de Urbanização) do Ministério do Equipamento/Corporações e a partir de 1969 a DGT (Direção Geral do turismo), eram responsáveis pela autorização de abertura dos estabelecimentos. Como culminar desta centralização administrativa, surgia a aceitação pelo Conselho de Ministros na pessoa do seu presidente, António Oliveira Salazar.

Figuras 8 e 9: Póster de Maria Keil e representação do Algarve na década de 1940 pelo SNI



Fonte: Blog do Turismo do Algarve (acedido em Dezembro de 2014)

As manifestações culturais que estes turistas encontravam eram uma produção ideológica, uma recriação turística, consubstanciada no *Corridinho*, uma dança cuja origem advém dos *bailes mandados* já existentes na região, alterados durante o Estado Novo no sentido da sua uniformização.² Na verdade um processo profundamente ideológico e muitas vezes marcado por influências externas, ao contrário do que foi tentado passar aos turistas, que esta seria uma dança imemorial e de origem algarvia.

² Esta recriação não só aconteceu no Algarve, como em Lisboa com o Fado, no Alentejo com o *cante*, ou mesmo no Ribatejo com o Fandango. Todas estas formas culturais foram criadas ou dinamizadas para a constituição de uma ideia de identidade nacional, diversa e una ao mesmo tempo, em que o apelo rural estava profundamente presente.

O Surgimento dos Ranchos folclóricos na região tem como contextualização, o Estado Novo. (...) O que interessa destacar é que durante o Estado Novo e através do grupo de folclore ele adquire um estatuto preponderante, emblemático e teatral, facto que o vem colocar num novo plano – o da sua manipulação simbólica em função do poder instituído (...) A música popular, versus corridinho é recontextualizada (Sousa, 1996, 14)

Assistindo a alguns eventos de folclore algarvio, que desenvolvemos durante o trabalho de campo, entre eles o *Faro Folk*, percebemos que a letra das músicas é marcada pela vida nos campos, pelas colheitas ao qual é associado um elemento determinante, a crítica social aos costumes. A dança é feita em pares, muitas vezes na modalidade de *baile corrido*, em que num movimento rápido as saias das dançarinas levantam, criando um momento de excitação e quebra de moralidade. Naturalmente para quem não fala ou compreende português irá ver a dança como exótica, energética, mas nunca compreenderá o seu conteúdo lírico.

Até à transição democrática em 1974, o processo de diversificação urbana das cidades portuguesas e particularmente do Algarve como região periférica foi fortemente controlado pelo anterior regime político e a sua ideologia anti-urbana. A opção foi bastante clara: manter as áreas rurais povoadas de modo a permitir uma alta concentração de trabalhadores agrícolas a baixo custo, possibilitando um acesso razoável de alimentos a todo o país, sem depender de importações. Ao mesmo tempo defende ideologicamente a vida e identidade rural, como um suporte simbólico para todo o país, apoiando as elites locais no campo e na cidade como elementos dinamizadores da atividade económica, sob um manto protecionista, declarando combater fenómenos de especulação imobiliária.

Estes processos administrativos de programação territorial tentavam antever e controlar o processo de diversificação urbana operada pelo turismo, promovendo na verdade processos de segmentação social e diferenciação espacial entre diferentes cidades, processos de segregação sócio espacial e de iniquidade (Cardoso e Vazquez, 2007). À partida este sistema de sistema de planeamento apresenta-se como separado do campo dos valores, como resultado de uma construção teórica formal, objetiva e neutral, como se fosse possível ler a cidade sem ter em conta as representações que diferentes elementos fazem sobre ela, como se esta respondesse a todos os estímulos de forma coerente, sem ter em conta os diferentes níveis socioeconómicos.

A recolha estatística dos alojamentos formais dedicados a não residentes durante a década de 1960, demonstra-nos que Algarve tinha uma estrutura muito reduzida, um conjunto de operadores turísticos de baixa intensidade, algumas pensões, albergarias e pequenos hotéis de iniciativa privada (INE, 1960). Este subdesenvolvimento da iniciativa privada no ramo da hotelaria e restauração (quando já apresentava desenvolvimentos interessantes durante a década de 1950 no sul espanhol), era mantido através da existência de um labirinto burocrático, que dificultava enormemente o processo de legalização das futuras estruturas de lazer. Neste contexto as estâncias programadas de Portimão e Montegordo, (Leite, 2008) ou de Quarteira (Santos, 2013) são três exemplos de promoção turística controlada diretamente pelas entidades supracitadas.

Mas esta posição mais restritiva ao nível económico acabaria por se liberalizar a partir dos meados da década de 1960, permitindo um avanço mais claro dos processos de urbanização turística do Algarve, num contexto de progressiva descoberta do Algarve litoral por parte dos turistas norte europeus. Segundo o nosso ponto de vista, o regime político foi determinante neste capítulo, ao alterar o intervencionismo burocrático que até aí se fazia sentir, consubstanciada numa abertura clara à iniciativa privada neste sector económico, permitindo até a generalização da casa individual de férias a largos setores da população e com esta opção uma dinamização da construção civil, sistema bancário e imobiliária.

Politicamente o regime operava uma tentativa final de *salvar a face*, perante um contexto político bastante negativo marcado pela guerra colonial. Efetuava pequenas alterações, denominadas de cosmética uma vez que o regime repressivo e centralista continuava, mas tentava ao meso tempo mostrar uma imagem de abertura e de liberalização do sistema político, de que é prova o ascenso mediático e progressivo de uma elite autoproclamada de *liberal*, vinda do mundo dos negócios e com fortes ligações à burguesia nacional, que progressivamente se internacionalizava e se afastava do antigo paradigma económico colonial.

O contexto económico era dominado por um conjunto de empresas dirigidas por grandes grupos económicos de dinâmica familiar, entre elas a família Mello, Champalimaud e Espírito Santo (Rosas e Louçã, 2010). Estes, com o apoio explícito do Estado Novo, iriam diversificar a sua produção à medida do contexto nacional e internacional. Da agricultura senhorial inicial passaram à indústria massificada, para

depois se orientarem no sentido do imobiliário e do turismo. Antes dominada pela exploração e venda de matérias-primas coloniais, ou de produtos de baixa qualidade e com pouca artificialização industrial, a economia portuguesa no final da década de 1960 é já marcada pela entrada de capitais estrangeiros, principalmente através da consolidação bancária que irá ditar o desenvolvimento futuro, como no caso de Vilamoura, promovida pelo grupo económico de Cupertino de Miranda, que aliava no seu grupo económico a banca, os seguros, a indústria pesada e agora, a construção civil, a imobiliária e o turismo.

A tomada de decisão de construção do aeroporto de Faro em 1962 e a sua inauguração em 1965, favoreceu em grande medida este despontar do turismo, uma estrutura de mobilidade fundamental, que materializa uma opção clara do Estado Novo no Algarve e essa opção passava pela criação de uma nova centralidade de turismo no contexto mediterrânico e do Sul da Europa.

Apesar do Plano Diretor Regional de 1963-65 (Plano Dodi) não ter sido aprovado centralmente, este era visto como um documento orientador das atividades urbanas, estando bem expressa a defesa da orientação turística da região por parte dos seus autores, mas também dos poderes políticos de então que promoveram o plano. Essa abertura permitia uma progressiva flexibilização nos processos de alteração funcional dos territórios, que se urbanizam progressivamente, particularmente as áreas de baixa ou mesmo sem ocupação humana; desafiando as antigas diretrizes do urbanismo administrativo, que defendiam a integração destes estabelecimentos na malha urbana existente, não permitindo o alargamento indefinito de novas áreas urbanas.

A transformação da Quinta de Quarteira (Vilamoura) em 1966 e dos territórios litorais da freguesia de Almancil a partir de 1964 (Ancão, Vale do Lobo e Quinta do Lago) são descritivos desta realidade. São empreendimentos turísticos de uma natureza contrária aos desenvolvimentos turísticos até então, particularmente orientados para estratos sociais mais elevados, com alojamento e formas de lazer particulares, em grande medida a casa unifamiliar em regime de *villa*. Estes dois progressos constituem-se como fundamentais para a compreensão destes novos processos de urbanização.

Estas grandes parcelas de terreno estavam agregadas em grandes unidades territoriais, que são compradas por grupos de capital financeiro associadas a empresas de construção civil e de promoção imobiliária. Num segundo momento estes terrenos são divididos em grandes frações à espera de um segundo parcelamento, cuja venda será

feita por empresas criadas para responder a diferentes mercados, criando uma simbologia associada a cada um dos empreendimentos turísticos.

Este processo de diversificação urbana opera uma ocupação dispersa do território, mantendo espaços intersticiais sem ocupação humana, ao contrário da tradicional mancha de *óleo* e das relações entre centro urbano da cidade e a sua periferia (Salgueiro, 2001 e Portas *et al*, 2011). Estes eram na verdade espaços expectantes, que não apresentavam interesse imobiliário, zonas alagadas junto de cursos de água ou pântanos como no caso do empreendimento turístico Quinta do Lago, impossibilitados legalmente até aqui de ser alterados urbanisticamente.

Os agentes ligados a este sistema são vários: ligados ao investimento inicial em co associação com outros investidores na compra do terreno, promotores de processos de fracionamento e de distribuição por diferentes operadores, construtores e financiadores, a promoção da venda individual ou em regime plural (*timesharing*), empresas de arrendamento ou mesmo vendedores. Desde as primeiras ofertas hoteleiras da década de 1960, até à criação de pensões e albergues em zonas litorais de utilização piscatória, passando pela criação de um parque habitacional disperso e em regime de segunda habitação ou de aluguer ilegal, o território no Algarve materializa claramente uma estratégia de urbanização com vista de mar, apesar de a sua qualidade ser claramente variável.

Um dos públicos determinantes na compra de alojamento em zonas turísticas são os chamados residentes/turistas de luxo, que pretendem passar o seu tempo de reforma em locais como o Algarve. Allan Williams et. al. (2010) desmonta um pouco o efeito de ascensão social. O autor defende que muitos dos reformados a residir no Algarve ascenderam socialmente porque efetuaram um processo de valorização dos seus rendimentos num contexto mais pobre, escolhendo viver em países economicamente mais débeis, em que o custo de vida mínimo é mais baixo, podendo aí aceder a níveis de consumo impossíveis nos seus países de origem. Acabam por vender as suas habitações nos países de origem ou apenas hipotecam-nas e com o valor reminiscente compram habitações a preços mais reduzidos nos países recetores.

Apesar dos instrumentos de planeamento como o Plano Regional de 1963-66 e os Planos Regionais de Ordenamento do Território de 1991 e de 2007, parece que a realidade foi mais além do que os planeadores desejaram, uma vez que estes desejavam um controlo apertado da edificação como elemento de diversificação urbana e ocorreu

exatamente o contrário, a proliferação de alojamentos de natureza turística em toda a orla litoral. Proliferaram habitações dedicadas ao turismo na região, sem qualquer controlo por parte dos organismos centrais de administração. O processo construtivo, as soluções arquitetónicas e de engenharia passam a ser feitos sob um manto de informalidade, num contexto de reprodução de capital financeiro, aumento do número de visitantes e potenciais clientes e a pressão consequente sobre as municipalidades para aprovar novos projetos urbanísticos de natureza turística.

A urbanização turística do Algarve lembra-nos um processo de diversificação rápida e acelerada, marcada por formas urbanas particulares, resultantes de uma prática de planeamento ineficiente que pudesse controlar / guiar / adaptar os seus desenvolvimentos, apesar da existência de uma consciência particular por parte do Estado Novo e posterior regime democrático, materializado num discurso retórico sobre a necessidade controlo urbanístico de áreas como o Algarve. Neste caso ficou evidente que a criação desta forma urbana sazonal teve efeitos permanentes sobre o espaço urbano e deveria ter sido pensada dessa forma.

Mesmo algumas das transformações do turismo mais evidentes foram implementados em áreas que atualmente são ecologicamente protegidas, sob rigorosas normas ambientais que só foram criadas após a sua construção. O exemplo do aeroporto internacional de Faro é sintomático desta situação, localizado numa zona de sapal. O processo inicia-se em 1962, sob um manto de informalidade, nomeadamente na inexistência de um controlo por parte do Tribunal de Contas (Brito: 2009a.). A imprevisibilidade estava igualmente patente quando duas décadas depois, em 1987, o território envolvente ao aeroporto é decretado como parque natural, face à diversidade e riqueza ambiental existente.

Só mesmo num país em que o processo de urbanização se efetuou de forma tão acelerada e liderada pelo interesse da iniciativa privada, em que o Estado é profundamente submergido pelos promotores turísticos, se poderia aceitar a instalação de uma estrutura urbana pesada como um aeroporto numa zona lagunar, que no futuro acabou por ser certificada como parque natural, não sendo uma reserva uma vez que a urbanização daquele espaço já era irreversível.

Uma mesma lógica prevalece, a procura de áreas *esquecidas*, desocupadas, longe dos eixos turísticos criados pelo Plano Regional de Algarve 1963-1965 (Plano Dodi), que foi claramente ineficaz. Alguns dos erros desenvolvidos no Mediterrâneo e

Atlântico acabaram replicados no Algarve, algumas burocracias foram esquecidas com a complacência das autoridades locais e uma forte conexão entre estes órgãos administrativos, construtores civis, promotores imobiliários e os agentes ligados ao financiamento bancário.

O processo de edificação turística torna-se assim o promotor real da expansão urbana. As primeiras casas e *resorts* em áreas periféricas criam novas centralidades, os espaços intersticiais entre diferentes edifícios criam novas ruas (Madeira, 2006), marcados por elementos de notoriedade e distinção social que os promotores pretendem manter, aumentando assim o valor imobiliário destes projetos, constituindo a qualidade do espaço construído uma previsão da condição social dos futuros utilizadores.

Embora promovido pelo setor de investimento privado, terão de ser os compradores os responsáveis pela valorização económica das suas frações, permitindo a capitalização contínua do seu investimento. Muitas vezes estes projetos imobiliários são deficitários no que toca ao saneamento básico, estradas ou arruamentos. Sem a existência de regulamentos que impliquem o pagamento de despesas de manutenção dos espaços intersticiais, com a não utilização de muitas das frações ou mesmo no caso do uso sazonal da sua maioria, os processos de degradação são recorrentes, pondo em causa a notoriedade e distinção social atrás referida.

A manutenção dos espaços públicos, dos edifícios de habitação e dos equipamentos colectivos apenas é possível com a permanência de pessoas, as quais, através da respectiva utilização, da vivência ou da apropriação colectiva que fazem dessas componentes urbanísticas, assegurem a respectiva manutenção. Sem habitantes residentes em regime de permanência, a degradação terá tendência para se instalar. (Guerreiro: 2003, 8)

Muitos destes regulamentos de gestão urbana tende a não ter uma base legal consolidada (Brito, 2010b.), acabando este facto por levar à demissão de responsabilidades por parte dos proprietários e da entidade promotora da edificação, que muitas vezes se extingue após a venda da última fração.

Em resultado desta desresponsabilização, de modo a não criar zonas que facilmente perdem o seu interesse imobiliário, a gestão dos espaços intersticiais passa para a gestão das autarquias “na ausência desta administração, o «ambiente de resort» é de limitada sustentabilidade turística, pois acaba por dar lugar a espaço público indiferenciado e mantido pela autarquia” (Brito: 2009, 22).

Neste contexto, conseguimos perceber que à partida, estes utilizadores são mais exigentes em relação à qualidade dos espaços circundantes às suas habitações do que os residentes locais. Pretendem ascender a um ambiente de *resort* a baixo custo, como poderemos constatar na promoção imobiliária em redor do empreendimento de Vilamoura, nomeadamente nos territórios costeiros da restante freguesia de Quarteira, sujeitos a um processo rápido e massificado de edificação de alojamentos.

Este aspeto apresenta-se como um logro para os compradores que pretendem uma alta qualidade e notoriedade, que a administração pública não pode assegurar, mas que progressivamente é integrada no âmbito das suas responsabilidades. Na verdade um espaço social suportado em boa medida pela iniciativa pública e rentável para os agentes privados.

3.3 Evolução da área edificada no Algarve

A configuração espacial turística do Algarve resultou de um sistema contínuo e circular, promovido por agentes imobiliários no sentido da reprodução de capital financeiro. Esta caracterização decorre da observação direta e participante no território, assim como do acesso a contributos teóricos acerca do processo urbano algarvio. (Casanova, 1991; Soares, 1997; Ferreira, 2001; Guerreiro, 2003; Lobo, 2007; Brito, 2009, 2010 a., 2010 b.)

Deste esforço surge um território particular, de natureza turística, decorrente de um processo particular de urbanização, a “imobiliária de lazer” (Brito, 2009). Segundo Sérgio Brito o Plano Regional de Ordenamento do Território de 1991 criou uma situação caricata, reduzindo as áreas de implantação do turismo, sendo que a atividade imobiliária continuou em áreas de natureza urbana, ou como o autor refere, em zonas dispersas em redor dos grandes centros urbanos e turísticos. Uma separação muito confusa entre o sistema urbano tradicional e o sistema urbano do turismo, transcrito para os instrumentos de planeamento territorial.

Um primeiro indicador que nos poderá ajudar a compreender o processo de edificação passa por analisar a natureza dos solos no Algarve, nomeadamente os “Usos do Solo identificados em PMOT” (Anuários Estatístico do Algarve 2012), em que o

Algarve é composto por cerca de 56,2% de territórios de natureza urbana, 16,4% de equipamentos urbanos e áreas verdes e 20,4% formalmente dedicados ao turismo.

Esta baixa percentagem relativa ao turismo é explicada pela existência de áreas rurais no norte da região não urbanizadas que constituem bem mais de 50% do território; porque quando observamos os territórios urbanos dos municípios de Albufeira, (onde a área planeada para turismo é de 46%) Loulé e Faro, podemos ver que a introdução de turismo é muito mais forte do que os números possam apresentar. Na verdade muitos dos equipamentos turísticos estão formalmente integrados como territórios urbanos, apesar do seu uso estar totalmente ligado ao lazer de natureza residencial.

Figura 10: Indicação para *resorts* no concelho de Loulé



Fonte: autor

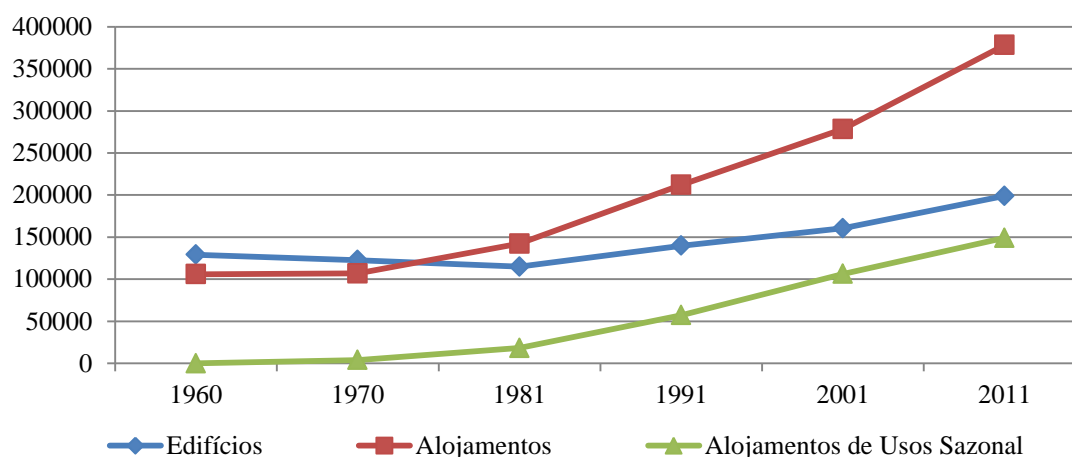
Como reação à massificação do turismo no Algarve, este sistema duplo pretende criar uma separação artificial entre os espaços dos turistas e dos residentes, não tendo em conta o facto de a ocupação turística estar presente em territórios para além daqueles que são administrativamente turísticos. Alargando-se por todo o território destas cidades, o uso turístico do espaço constitui-se como um referencial imobiliário, de qualidade estética dos seus espaços públicos.

A ausência de um planeamento urbanístico eficaz permite que, quando a procura de apartamentos cresce, algumas das regras da edificação urbana comecem a desempenhar um papel que não é o seu: o do alargamento de núcleos urbanos e o da sua densificação, sem estruturação por planeamento urbanístico. Mais uma vez, esta é uma realidade local, que se manifesta em força no seio e nas franjas

dos núcleos urbanos da vilegiatura balnear tradicional (...) Estas formas urbanas formaram-se se a norte de largas frentes de mar, seguindo dois movimentos: a expansão orgânica do núcleo urbano turístico inicial e a integração de outros focos de dinâmica urbana dispersa, localizados a poucos quilómetros deste núcleo (Brito: 2009,77 e 125)

Os edifícios existentes no Algarve em 2011 representavam 5,4 % do total de todos os existentes no país; sendo que 79% foram construídos entre 1960 e 2011, um aumento de 55 % nestes últimos 50 anos segundo os censos de 2011.O Algarve detém 6,4% de todos os alojamentos em Portugal, sendo que aí o aumento ainda foi mais significativo, de 256,6% entre o censo de 1960 e de 2011, apesar de apenas concentrar 4,5% de todas as famílias existentes em 2011 (Censos 1960 e 2011).

Gráfico 1: Edifícios, Alojamentos e Alojamentos de uso sazonal



Fonte: Censos de 1960, 1970, 1981, 1991, 2001 e 2011

Desde as primeiras ofertas turísticas que se localizaram junto de áreas marcadas pela beleza natural (praias, montanhas), até à dispersão de casas em regime de segunda habitação, *timesharing*, ou mesmo da tipologia em aparthotel, o caminho foi longo, alterando-se progressivamente uma das dinâmicas mais importantes neste sector, o alojamento, particularmente aquele que tem um uso não permanente e temporário: as segundas residências, ou que estão espera de venda ou aluguer.

Em 2011, segundo os dados do Censo desse ano, 52,7% de todos os alojamentos no Algarve não estavam ocupados permanentemente. Passando a um nível de análise mais criteriosa, desse parque residencial com um uso sazonal, 39,2% são declarados legalmente como de segunda habitação. O setor da hotelaria corresponde a apenas 0,4% e cerca de 13% estão declarados como desocupados.

A criação de alojamento de natureza turística mas que não está integrado como alojamento temporário formal, é apresentado recorrentemente como *camas paralelas* pela indústria turística e entidades regionais gestoras, que trazem problemas particulares: necessidade acrescida de gestão dos espaços intersticiais aos alojamentos por parte das municipalidades, desvalorização da atividade formal e evasão fiscal.

As Estatísticas do turismo de 2012 mostram-nos que apesar da profusão de alojamento não formal de turismo, esta região concentra 21,1 % de todas as instalações formais existentes e 35,9 % de toda a capacidade de alojamento: 69,7% de todos os apartamentos turísticos e 76% de todos os Resorts existentes em Portugal, uma marca clara de associação a classes sociais mais elevadas.

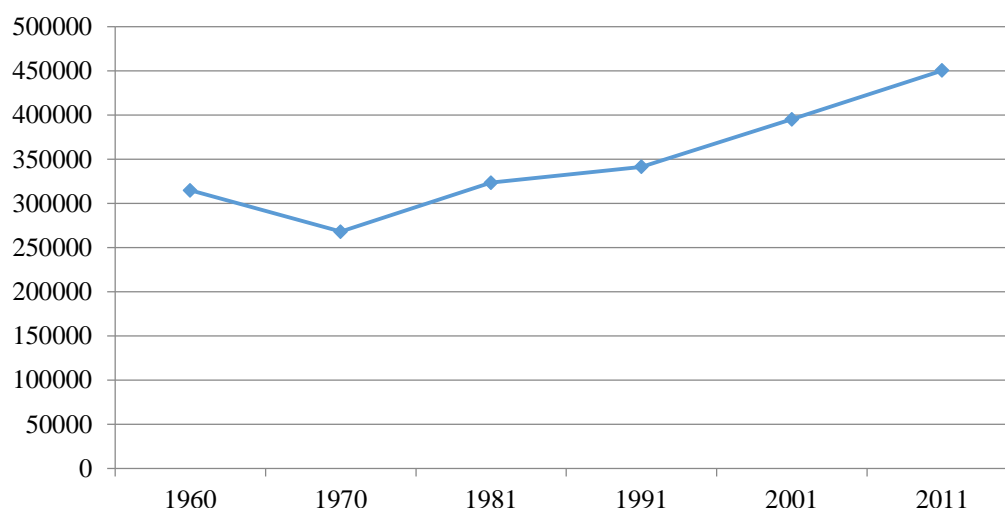
3.4 Crescimento e diversificação da população residente entre 1960 e 2011

A transformação na população residente, tal como Mullins (1991) tinha descrito, é uma das variáveis principais no processo de urbanização turística, que também ocorreu no Algarve. Este processo deu-se em grande medida em resposta ao aumento do número de postos de trabalho criados diretamente pelo fenómeno turístico. Ao mesmo tempo, teremos de acrescentar todo um conjunto de residentes que trabalham num nos serviços públicos, desde escolas a serviços de segurança, finanças, segurança social e autarquias locais, que não estão ligados diretamente ao turismo, mas que crescem igualmente em resultado do aumento populacional ligado a este.

Em 1960 o Algarve é claramente uma região periférica no contexto português, marcada por processos migratórios orientados às margens recém-industrializadas do Tejo (juntando-se aos contingentes de alentejanos que povoam a Margem Sul) e particularmente importante, em direção aos países da Europa Ocidental (maioritariamente França, Suíça e Alemanha) num contexto de guerra colonial, de 1961 até 1974.

Entre 1974 e 1975, a região recebe 20 mil retornados (Cavaco,1979), composto por populações que tentam se afastar de um contexto de pobreza e guerra civil presente nas ex-colónias portuguesas, sendo claro esse aumento em 1981. A partir de 2001, são as comunidades da Europa Oriental e Brasileira que se instalam.

Gráfico 2: População Residente na Região do Algarve (1960/2011) (N)



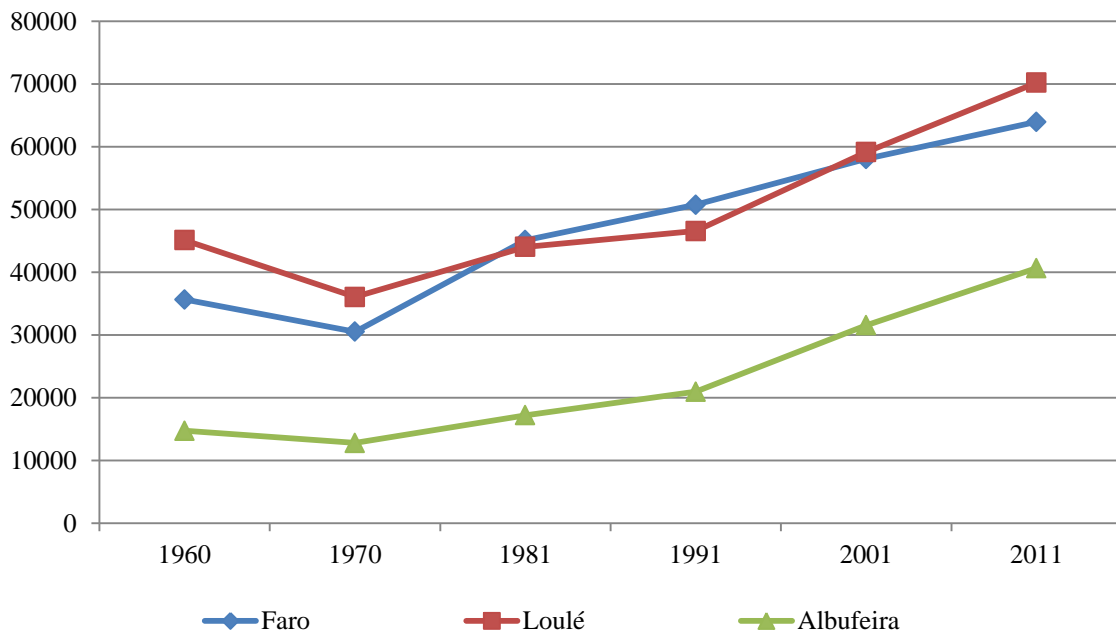
Fonte: Censos de 1960, 1970, 1981, 1991, 2001, 2011

Em termos mais gerais ao cruzarmos os dados referentes à população residente entre 1960 e 2011 percebemos que a região aumentou a sua população em 43% conforme os dados censitários. Apesar do desenvolvimento inicial turístico durante a década de 1960 no Algarve, e da percepção desse efeito já no censo de 1970, os efeitos ao nível demográfico da dinamização turística e económica só foram visíveis no censo de 1981.

Todas estas transformações implicaram um aumento da densidade populacional na região de 62,1 habitantes/km² em 1960 para 90,3 habitantes/km² em 2011, apesar de uma grande parte do território, a Serra e o Barrocal, perderem continuamente população que se dirige maioritariamente para as cidades do litoral algarvias e portuguesas. De facto o processo de imigração é um dos elementos fundamentais para pensar fenómenos de agregação metropolitana, criando uma sociedade mais diversa, onde o uso de uma segunda língua é amplamente difundido, neste caso o inglês.

Nestas cinco décadas de implantação turística foi possível observar a constituição de um eixo urbano em particular que aglomera os territórios litorais dos concelhos de Faro, Loulé e Albufeira. A escolha destas cidades em particular está ligada à compreensão de um conjunto de relações de natureza urbana entre estas cidades, constituindo uma forma particular de aglomeração territorial, económica e social. Constituem um triângulo de dinamização urbana e turística, um núcleo urbano de natureza policêntrica, determinante na compreensão das transformações urbanas operadas em toda a região.

Gráfico 3: População Residente nos concelhos de Faro, Loulé e Albufeira entre 1960 e 2011 (N)



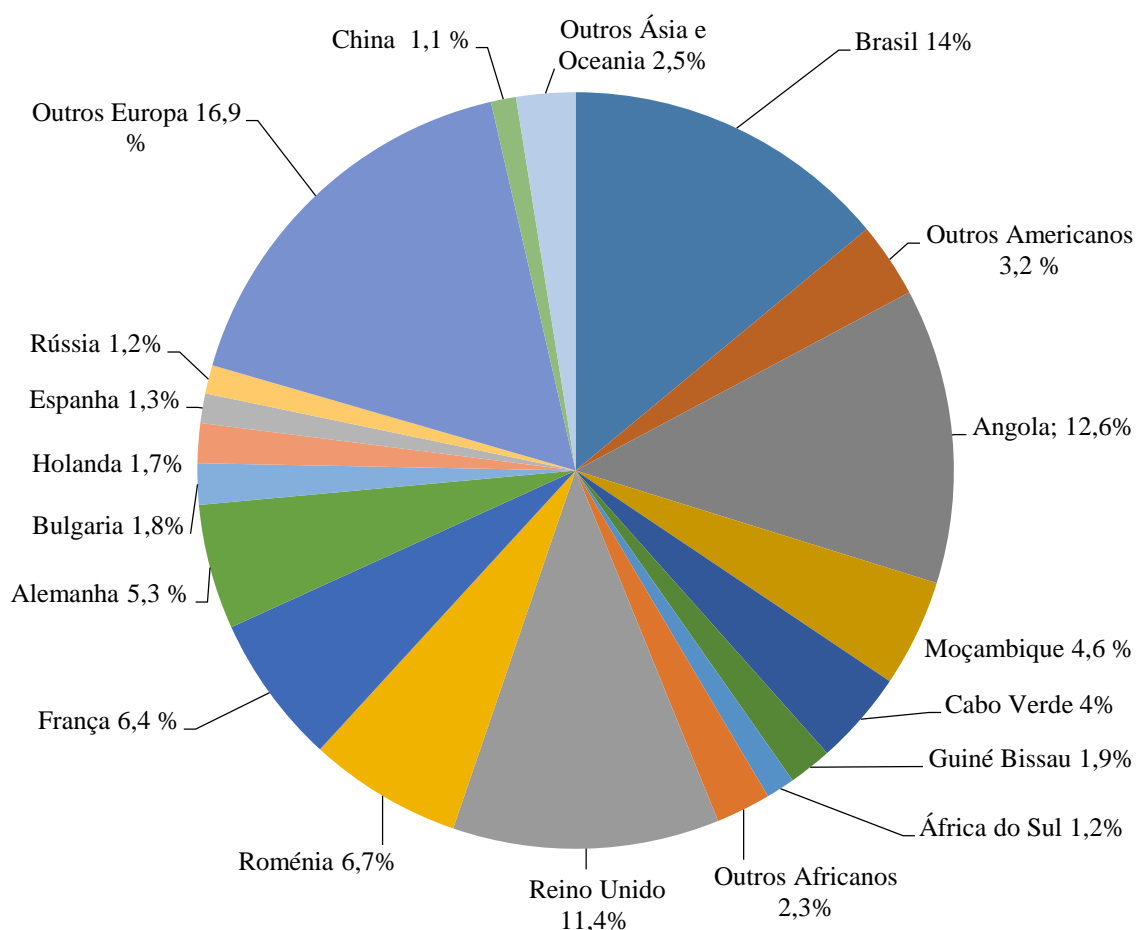
Fonte: Censos de 1960, 1970, 1981, 1991, 2001, 2011)

O gráfico apresenta o desenvolvimento da população residente nas cidades de Faro, Albufeira e Loulé entre 1960 e 2011. A população de Albufeira em particular duplicou nestes cinquenta anos, em Faro esse crescimento foi de 79,4% e de 55% em Loulé, conforme dos dados censitários nestes últimos cinquenta anos, constituindo uma “Conurbação urbana não industrial” (Portas et al: 2011, 130), uma filigrana de concentração urbana visível nas fotografias aéreas e nos mapas digitais usando os novos sistemas de informação geográfica. Estes objetos permitem-nos perceber de forma global a concentração urbana junto de canais de mobilidade como as estradas e linhas de caminho-de-ferro.

Este é um sistema urbano que implica uma separação entre os locais de trabalho e de residência, respondendo a processos de valorização fundiária dos antigos centros urbanos, sem instrumentos de planeamento que os suportassem. Neste momento torna-se mais importante o tempo de viagem gasto entre o local residência e o de trabalho do que a distância geográfica em si mesma, favorecida pela dinamização particular do sistema rodoviário. A dinamização rodoviária da região é claramente perceptível na análise dos dados censitários de 2011 acerca dos meios deslocação intermunicipal: 81,1% dos trabalhadores deslocam-se como condutores de automóveis e 6,2% dos trabalhadores como passageiro.

Em 1960, segundo os censos à população, os cidadãos nascidos no estrangeiro e que residiam no Algarve representavam apenas 0,1% da sua população demonstrando a sua baixa ocupação. Em 1981 após a primeira grande vaga de entrada de estrangeiros, ligados à construção civil, já representavam 5% da população residente. Em 2001, já com a entrada significativa de reformados, a população estrangeira já correspondia a 11%; chegando a 17% em 2011 (Censos de 1960, 1981, 2001, 2011). Em 2011 as maiores comunidades estrangeiras residentes eram europeias (52%), africanas (26,7 %) e Sul Americanas (17%). Por nacionalidades, deveremos igualmente apresentar as 15 comunidades mais representadas no Algarve e restante contingente por continente, num total de 76881 indivíduos (Censos de 2011).

Gráfico nº 4 Comunidades estrangeiras mais representadas no Algarve (%)



Fonte: Censo de 2011

Ainda sobre esta diversificação populacional analisámos a “Proporção de casamentos entre portugueses e estrangeiros” (Anuário Estatístico do Algarve de 2012) que, se no país apresenta uma média de 12,2%, no Algarve sobe para 24,3% de todos os casamentos, sendo que em Faro cresce até 33,9%, em Albufeira a percentagem é de

26,4% ou de 18,1% em Loulé segundo o Anuário Estatístico do Algarve de 2012. Estes dados relacionados com a imigração identificam a região como uma área de penetração de migrantes, um dos elementos fundamentais dos processos de transformação urbana e metropolitana no sentido do turismo, atraídos pelo alargamento da atividade produtiva e deste modo do mercado de trabalho.

A entrada de estrangeiros na região responde a um duplo processo. Por um lado, no caso dos sul-americanos e africanos percebemos uma clara integração na estrutura laboral da região, com ocupações diretamente ligadas ao desenvolvimento turístico como a construção civil ou o comércio. Por outro lado encontramos uma população maioritariamente europeia, que vem de países como o Reino Unido, Alemanha ou França que procuram no Algarve um local de repouso e diversão durante a sua reforma e velhice, aproveitando o custo menor de vida e dessa forma aumentando claramente o seu rendimento relativo, tendo acesso a um conjunto de habitações, consumo e diversão que não seria possível no seu país de origem.

3.5 Urbanização nas margens da Estrada Nacional 125

A Estrada Nacional 125 (EN125) é uma via de circulação entre várias áreas funcionais urbanas, de concentração residencial e de suporte das atividades económicas da região, permitindo construir uma visão do sistema urbano regional algarvio, uma unidades extensiva, em que as cidades se prolongam através da estrada, um *continuum* urbano.

Esta estrada será entendida como uma construção resultante da interação social, produto de determinadas lógicas, modas, usada por agentes diversos, sob a centralidade da atividade económica marcante, o turismo. A análise das suas margens urbanas, o efeito de mobilidade que apresenta e o seu papel no alargamento das cidades tradicionais algarvias terá de ser discutido.

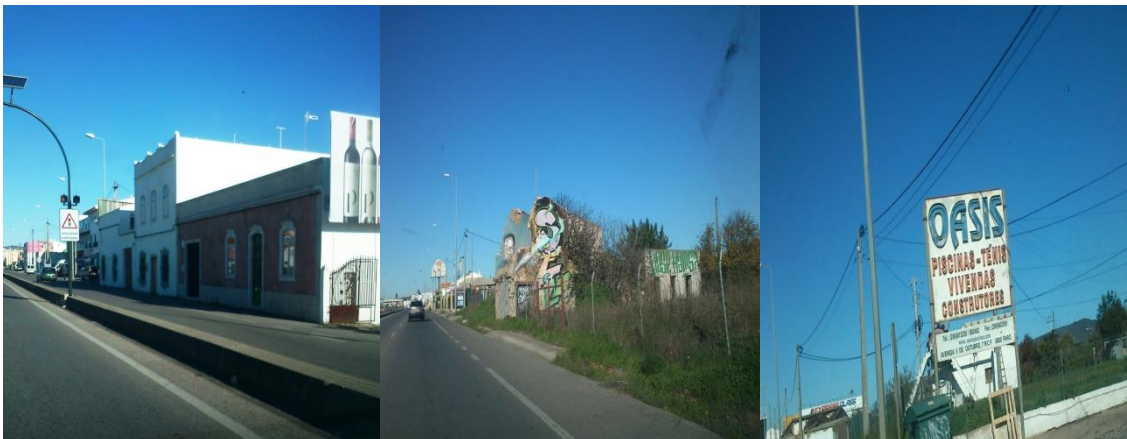
Ao observar a estrutura urbana nas cidades litorais algarvias, particularmente nas suas representações gráficas (mapas) um elemento fundamental desponta, EN125. Esta estrada constitui-se como um móbil de extensão urbana, ligando os diferentes locais de dinamização turística, as cidades por onde esta passa, uma verdadeira *avenida* de dinamização urbana regional. (Guerreiro, 2003).

Figura 8: Mapa do Algarve com a distribuição da população em 2001 e a localização da Estrada Nacional 125



Fonte: Jordi Nofre

Figura 7: Imagens da EN 125



Fonte: autor

O seu uso a partir da década de 1960, possibilitou uma configuração rodoviária da mobilidade regional (Urry, 2004; Guerreiro, 2003), constituindo desta forma um ponto de partida para a compreensão da concentração urbana nos territórios adjacentes; para o entendimento da urbanização de espaços litorais, possibilitando o alargamento das antigas cidades tradicionais para a periferia numa lógica criadora de novas centralidades, numa dinâmica de periurbanização e suburbanização (Ascher, 1995)

A proliferação do transporte rodoviário privado, a instalação de atrações turísticas fora dos centros históricos tradicionais, a ausência de uma estrutura de

transporte público e a necessidade de mobilidade entre diferentes pontos; levou a que o uso urbano da EN125 promovesse configurações particulares de metropolização.

A mais importante estrada do século XIX no Algarve ligava Lagos a Vila Real de Santo António, que apesar da má qualidade, permitia a circulação entre o Barrocal algarvio e o acesso às áreas litorais onde se localizavam as principais cidades como Lagos, Portimão, Silves, Faro, Olhão, Tavira e Vila Real de Santo António, a estrada real nº78. A origem desta estrada é decorrente de uma cada vez maior utilização de antigos caminhos pedestres e de passagem de carros de mulas, que progressivamente vão sendo alcatroados e integrados como estradas. Em 1926 esta estrada passa a ser uma estrada nacional de primeira classe, a nº112, sendo em 1945 classificada como EN125 (Andrade, 2002), a cargo da Junta Autónoma de Estradas.

As margens da EN125, desde meados do século XX, começam a apresentar características de concentração residencial e comercial. As suas margens passam a ser usadas como montras, locais de exposição de produtos que estão à venda livre, demonstrando uma utilização imaginativa do território. Desde os restaurantes e cafés às lojas de mobiliário, passando pelas empresas de promoção imobiliária e à venda de materiais de construção, das oficinas e *stands* de automóveis, às empresas dedicadas ao fenómeno turístico (jardinagem, à assistência aos resorts, venda de piscinas, náutica de recreio); são várias as utilizações.

Figura 8: Usos agrícolas e comerciais das margens da Estrada Nacional 125



Fonte: autor

A dominância do transporte automóvel foi determinante para o desenvolvimento da urbanização em Portugal e no Algarve (Portas et al. 2011). Perante uma estrutura urbana que não tinha sido pensada para o uso automóvel, este tipo de estradas

apresentam um valor urbano determinante, configurando as formas de mobilidade interurbana. A expansão urbana para a periferia das cidades de pequena dimensão Algarvias foi favorecida por este corredor rodoviário, criando uma área polinuclear (Marreiros: 2010), determinante para compreender os modos de deslocação de uma população turística, de residentes, *commuters* e profissionais de distribuição de produtos. Grosso modo, um território estruturado com base no turismo, cuja diversificação funcional pode ser vista da estrada, espelhando as diferentes apostas turísticas desde a segunda metade da década de 1960; promovendo processos de requalificação urbana em diferentes municípios.

Um exemplo claro desta importância da mobilidade pode ser encontrada no exemplo de Quarteira, uma antiga povoação piscatória na primeira metade do século XX, que já detinha a única estação ferroviária do concelho de Loulé, assim como uma boa ligação à EN125, constituindo estes dois elementos móveis da transformação urbana turística sofrida a partir da década de 1960.

Nestes territórios junto das bermas das Estradas Nacionais, a alteração funcional e estrutural das edificações e dos espaços é mais fácil do que nos centros urbanos tradicionais, estando menos visíveis ao controlo por parte dos órgãos camarários responsáveis, nomeadamente nos processos de construção civil e alteração ilegal das edificações. Estas áreas correspondem diretamente aos desejos dos seus proprietários, que são arquitetos, engenheiros, mestres de obra e pedreiros da sua própria construção, materializando uma cada vez maior autonomia nos processos de construção e de uso dos solos.

A EN125, tal como outras estradas nacionais, foram determinantes para o incremento turístico, através da constituição de novos núcleos urbanos numa dinâmica dispersiva, do alargamento dos polos urbanos tradicionais; que progressivamente se vão ligando de forma rodoviária a outros, complementando-se de forma económica, dominados maioritariamente pelo comércio, reféns desta estrutura rodoviária.

A concentração deste tipo de atividades ligadas ao desenvolvimento turístico e urbano, fora dos seus locais tradicionais de implantação, implica a constituição de um território bastidor da cena urbana e turística central. Na verdade este não é o principal palco da atração turística, não apresenta motivos de visita, não tem monumentos históricos ou património edificado classificado, não sendo o elemento mais reconhecível para quem visita região. Mas na verdade apresenta uma centralidade escondida,

tornando-se fundamental para o acesso aos lugares mais visíveis do turismo, para a assistência e distribuição de diferentes produtos às instalações hoteleiras e de segunda habitação, dos parques de diversão aquática, para a qualidade de excelência pedida nos campos de golfe.

Esta estrada nacional sem custos para os utilizadores é paralela a uma autoestrada iniciada em 1991 e terminada em 2003, que permite a ligação entre pontos distantes na região, funcionando como uma circular rodoviária de ligação à fronteira espanhola, uma via longitudinal em que o mais importante é a deslocação entre pontos distantes, não podendo ser confundida com o efeito urbano da EN125.

Poderemos ir mais longe na análise do efeito extensivo destas estradas. As respostas clássicas de extensão urbana na Europa Ocidental apontam para a deslocação das camadas mais desfavorecidas do sector produtivo dos centros históricos tradicionais (que geralmente se gentrificam), para a consolidação de novas áreas urbanas periféricas. Este processo contínuo levará à concentração de atividades económicas longe do centro urbano tradicional, criando novas polaridades urbanas. (Salgueiro, 2001; Domingues, 2008; Ferrão, 2011; Portas et al.; 2011). Ao mesmo tempo, para além deste elemento de expulsão, poderemos analisar esta diversificação territorial como uma oportunidade, seguindo o alargamento das estruturas de saneamento básico, eletricidade e comunicações (que seguiam as bermas das estradas), criando o contexto perfeito para o aumento do interesse fundiário em relação a estes territórios antes isolados; uma oportunidade de negócio perante solos com uma avaliação fundiária mais baixa.

Desta forma as margens da EN125 compreendem estes dois processos que são de alguma forma contraditórios: se por um lado é bem evidente o processo de afastamento de determinadas atividades e pessoas dos polos tradicionais de dinamização económica - os centros urbanos tradicionais – por outro lado, este afastamento poderá ser visto como um elemento de diversificação económica. Como uma oportunidade que poderá trazer bastantes trunfos, implicando investimentos mais baixos e seguros, menos controlados pela iniciativa pública, mais flexíveis e dessa forma potencialmente mais bem-sucedidos, num contexto de fortíssima automobilização da sociedade e dos usos do espaço.

Sobre este contexto urbano, Álvaro Domingues recorda-nos a constituição de uma “Rua da Estrada” (Domingues, 2009), uma visão dos espaços urbanos como unidades extensivas, que se prolongam através da estrada, que extravasam as fronteiras

clássicas de análise do objeto urbano, mediante as dinâmicas económicas, simbólicas e administrativas do território em questão.

A Rua da Estrada é então a imagem perfeita desta metamorfose. Mais do que lugar, ela emerge como resultado da relação, do movimento, o fluxo intenso que a percorre é o seu melhor trunfo e a sua própria justificação. Sem fluxo não há troca, nem relação, génese primordial da velha cidade (...) Não vale a pena apostar tudo na idolatria da cidade histórica, no trauma que ficou no rol das perdas, já não se ter discernimento sequer para avaliar se aquilo ainda é uma cidade ou se é um simulacro cénico limpinho e abrilhantado para mais um parque temático com programação contínua para o negócio turístico.” (Domingues, 2009 a., contracapa e 13).

Os usos urbanos das margens da EN125 apresentam uma mutação constante, combinando uma lógica comercial urbana, com a alteração tradicional não regrada dos espaços rurais. Estes processos de urbanização ajudam-nos a transcender alguns clichês relacionados com a forma como analisamos essas transformações urbanas, usando um novo quadro, a relação entre a cidade tradicional e os seus subúrbios, numa análise que intermedeia essas duas noções; acompanhando de facto novas formas de ocupação urbana do território, novas centralidades urbanas.

Esta estrada espelha uma metamorfose constante - a rapidez e intensidade que a transformação urbana encerra - articulando traços do passado com uma adequação cada vez mais contemporânea, criando situações conflituantes entre as velhas regras do urbanismo do qual o Estado é o único regulador e a necessidade de reinvenção e diversificação turística e urbana. “Muitas das vezes é a própria rede viária e sobretudo as rodovias que têm comandado o ordenamento, contrariando até o previsto em planeamento regional e em planos de ordenamento regional” (Madeira: 2006,71).

Desta forma a EN 125 apresenta uma dinâmica diversificada: junto da estrada a concentração de atividades económicas de suporte ao turismo, instalação de objetos informativos e publicitários numa dinâmica de estrada/comércio, a venda ambulante durante o Inverno de laranja, a localização da residência de muitos dos colaboradores da atividade turística.

Ao mesmo tempo em espaços afastados da EN125 mas ligados a ela, um conjunto de *resorts* geridos por empresas privadas, assim como a residência de muitos dos reformados de luxo (Torkington, 2012).

Figura 9: Territórios de luxo nas margens da EN125



Fonte: autor

3.5 Ideias finais sobre a urbanização do litoral algarvio

Acreditamos que reunimos alguns dos elementos fundamentais para discutir os resultados do processo de urbanização turística no Algarve. Este sistema só foi possível devido às relações entre promotores imobiliários, bancários, turísticos e a administração municipal que regula o processo de construção, um contexto financeiro que permita o investimento de pequenos, intermédios e grandes aforradores numa casa de uso secundário, ou mesmo a concentração de novos residentes, nomeadamente de imigrantes.

No contexto algarvio, percebemos duas dinâmicas fundamentais, que são apresentadas de seguida. Por um lado, o despertar económico da região, entrando em competição com outros territórios mediterrâneos através do uso do seu espaço litoral, mas também de uma reorientação das suas elites regionais (fortemente presente no caso da Praia de Quarteira), que abandonam a fracamente mecanizada indústria de transformação de alimentos (frutos, conservas de peixe) e entram diretamente no negócio imobiliário, embora divulgado publicamente como um investimento turístico. Por outro lado o Algarve materializa igualmente uma originalidade, a entrada de capital estrangeiro numa economia planificada que reservava um lugar especial para as suas

elites de natureza familiar, que dominavam (e dominam ainda hoje em certa medida) a economia nacional.

Agora mais do que investir na indústria de pequena escala como de certa forma sucedeu na área metropolitana de Lisboa e do Porto (com poucos casos de indústrias de grande dimensão), o Algarve inaugura uma nova era económica que, tal como no contexto internacional, baseava-se na promoção mediática dos melhores lugares para o lazer, na construção das cidades para os outros, na reprodução de capital nas diferentes fases de dinamização turística: na construção dos hotéis e restante acomodamento, no financiamento a este processo, na promoção imobiliária, na animação dos turistas.

Há um elemento contextual determinante na descoberta do Algarve que se deu durante a década de 1960, a guerra colonial que chegaria até 1974. Percebemos que houve uma antecipação do processo de descolonização por parte de uma facção das elites económicas do Estado Novo. Deixando o comércio colonial como único negócio lucrativo, estas elites económicas propõem-se a investir no turismo, orientam a sua atividade em relação à Europa, criando uma nova forma de reprodução económica, um novo negócio urbano.

Perdidas as colónias, havia necessidade de investir na metrópole, que era o que restava depois da guerra fratricida que decorreu em Angola, Moçambique e Guiné. Surge assim uma nova (velha?) estrutura de capital que vê no turismo e no imobiliário um novo filão económico, que pode ser claramente materializado com o caso de Vilamoura: comprada por Cupertino de Miranda, um dos elementos mais fulgurantes desta nova elite económica e financiada pelo seu próprio banco, o Banco Português do Atlântico, que com a ajuda de capital bancário internacional constrói de raiz um novo espaço urbano.

O dinamizador mais visível e formal deste processo de urbanização é observável na análise espacial (que desenvolveremos no capítulo seguinte), resultante de um conjunto de decisões/omissões dos órgãos institucionais com legitimidade para a aprovação dos processos de edificação turística. Um campo ocupado formalmente pela indústria hoteleira, mas que também é marcado pela promoção individual de infraestruturas não formais de turismo em espaços não planeados. Esta opção teve efeitos a longo prazo, nomeadamente na criação de uma forma urbana que apresenta características de aglomeração metropolitana, sazonal, mas com efeitos a longo prazo.

As abordagens teóricas acerca das aglomerações urbanas são bastante diversificadas, mas conseguimos reunir alguns indicadores úteis para caracterizar a Urbanização ocorrida na região do Algarve e particularmente nos territórios localizados à beira-mar, como resultantes de um processo de aglomeração metropolitana. Esta abordagem pretende avançar para além da compreensão clássica das metrópoles tradicionais, como cidades mundiais durante a idade moderna ou mesmo dos grandes centros urbanos de produção industrial dos séculos XIX e XX.

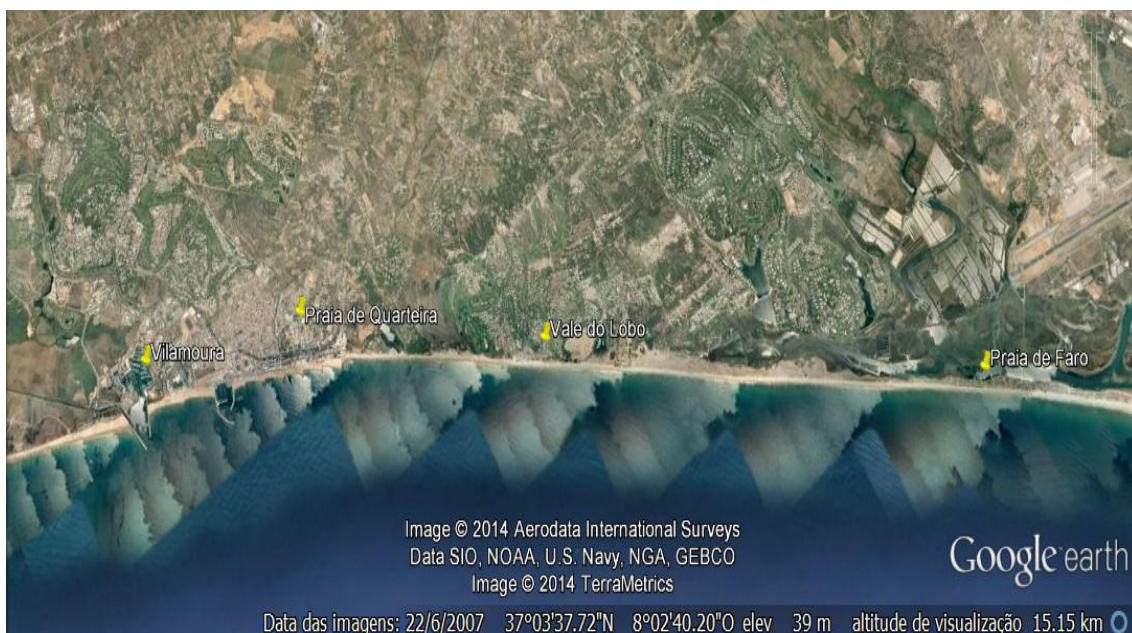
Deveremos abandonar uma visão restritiva do conceito de Metropolização, associado a índices de integração económica e de avaliação simbólica de cada uma das cidades num mercado internacional (Brenner, 2006), avançando na compreensão do processo de extensão urbana ocorrido; decorrente do aumento do número de alojamentos associados ao lazer, do alargamento da mancha urbana das cidades clássicas no sentido do litoral, criando de facto um novo espaço, que acreditamos ter respondido a uma dinâmica metropolitana de natureza sazonal.

4. DIMENSÃO ESPACIAL DA METROPOLIZAÇÃO SAZONAL: PRAIA DE FARO, VALE DO LOBO, PRAIA DE QUARTEIRA E VILAMOURA.

Depois de enunciarmos o contexto histórico da diversificação turística do Algarve, a sua evolução demográfica e no edificado, o papel metropolitano da EN125, como elementos constitutivos de um processo de urbanização turística de natureza metropolitana e sazonal; passaremos a relatar alguns estudos de caso em que a dinâmica espacial é determinante. Estas transformações territoriais implicaram uma transformação funcional destes espaços, afetando o uso social destes lugares.

Uma vez que a região do Algarve apresenta uma linha de costa bastante vasta, seria necessário escolher alguns casos significativos, seguindo a linha que traçámos anteriormente de dar mais atenção em particular às transformações de natureza turística nos territórios litorais de Faro, Loulé e Albufeira, um triângulo urbano marcado por formas de conurbação urbana, uma aglomeração territorial, económica, política e social em particular. Daqui surgiram os casos da Praia de Faro, Vale do Lobo, Praia de Quarteira e Vilamoura.

Figura ° 21: Praia de Faro, Vale do Lobo, Praia de Quarteira e Vilamoura



Fonte: Google earth

4.1 Caso de Estudo nº 1: A Praia de Faro.

A Praia de Faro¹ era um espaço periférico ao nível urbano e regional, mas acabou por ganhar uma centralidade urbana e lúdica centrada no uso balnear da sua zona marítima e lagunar a partir da década de 1930 até aos nossos dias.

Figura 23: Imagem aérea da Praia de Faro



Fonte: autor

Esta transformação urbana ocorreu através da introdução de segundas habitações, na inclusão de estruturas de consumo como o hotel, parque de campismo, restaurantes, cafés, minimercados e de entretenimento náutico como os clubes de *surf*, *bodyboard* ou canoagem mais recentemente. Constitui uma barreira à invasão do mar, com uma vaga dominante de Sudoeste, resultante de diferentes processos geológicos desde os sismos de 382, 1722 e de 1755 (Weinholtz, 1978), aos diferentes períodos de glaciação que permitiram o surgimento destas ilhas barreira e os sapais que as rodeiam (Viegas, 2003).

¹ Em 2011, o lugar censitário “Praia de Faro” correspondia ao sector da praia sobre a jurisdição da municipalidade de Faro e a subsecção 0808012210 (Censo de 2011) que absorve o território da praia localizado no concelho de Loulé Oficialmente apresenta uma população de 471 residentes permanentes, apesar da Junta de Freguesia de Montenegro reconhecer um número bem maior, até às sete centenas (Abreu et al, 2012).

É um exemplo claro de uma transição informal piscatória/turística de segundas habitações, num contexto bastante controverso e de forte crítica por parte dos restantes residentes de Faro que se sentem afastados da *sua* praia, da academia das ciências naturais e do território, do poder político centralizado em Lisboa e dos Media, acerca daquele que foi considerado um dos piores exemplos de transformação urbana e turística no país. Apresenta-se como o caso de estudo mais determinante, cuja leitura nos ajudou a compreender os outros exemplos de turistificação territorial ocorrida.

Nesse sentido, passámos a residir permanentemente exatamente aí, na Praia de Faro. Para além da elevada crítica em redor da urbanização desta ilha, enquanto lá fazíamos observação, o território era alvo de um processo de desalojamento de algumas das suas populações residentes, através da destruição do edificado identificado como ilegal, mas também de segundas habitações associadas ao uso lúdico, a cargo da aplicação do programa Polis.

Esta praia é a única do sistema de ilhas da Ria Formosa que tem acesso rodoviário, promovendo processos de uso massificado do seu areal. É um território composto por uma linha de areia com mais de 4km, paralela ao aeroporto local e às freguesias de Montenegro (Faro) e Almancil (Loulé). Tem entre 100 e 300 metros de largura e uma ligação rodoviária que a liga ao continente, assim como uma estrada no seu interior que permitiu um nível elevado de introdução de habitações de uso lúdico.

É um caso paradigmático no sistema lagunar da Ria Formosa, consagrado com o estatuto de Parque Natural desde 1987, através do Decreto-Lei nº373/87, entre Loulé (Ancão) e Vila Real de Santo António (Manta Rota), compostos por “18400 ha dos quais 11000 em área húmida” (Viegas: 2003,6). Desde a sua formação o Parque Natural da Ria Formosa foi marcado por algumas “inevitabilidades”, nomeadamente a instalação de um aeroporto no seu centro, ou mesmo de processos formais de introdução turística através da artificialização de zonas pantanosas como na Quinta do Lago, sendo em 1994 identificadas no PDM de Faro como “espaços lagunares edificados” (PDM: 1994).

No limite oriental da Ria Formosa está localizada a Ilha da Culatra, composta por três núcleos populacionais (Farol, Hangares e Culatra) com cerca de 1000 residentes permanentes (POLIS, 2011). A Ilha da Armona, de Tavira ou de Cabanas têm maioritariamente um uso sazonal. No limite ocidental deste sistema de Ilhas barreira, localiza-se a Península do Ancão com a extensão de cerca de 10km e cerca de 2365 ha

(Lages, 2003), composta pelas praias do Ancão, Quinta do Lago, Faro e Barreta, esta última também chamada de Deserta ou Santa Maria, sem ocupação humana permanente. É uma área internacionalmente conhecida pelo elevado valor ambiental, tanto como berçário de muitas espécies piscícolas e de aves migratórias, mas também com uma elevada importância ao nível económico, nomeadamente na exploração dos seus recursos marítimos.

É particularmente interessante a forma como diferentes agentes denominam este território, experiência que registámos no trabalho etnográfico que desenvolvemos no território em causa de 2011 a 2013, na recolha de artigos dos Media, assim como da literatura consultada. Os excursionistas balneares e os utilizadores da estrutura lúdica (surfistas, noctívagos, visitantes de fim de semana) identificam todo o território como *Praia de Faro*, consubstanciando a denominação administrativa e o uso lúdico que fazem da área balnear, quase exclusivamente no Verão. Ao mesmo tempo reafirmam o seu uso por parte de populações locais, como a praia dos farenses, desconhecendo muitos destes a dupla pertença administrativa a dois concelhos diferentes, Faro e Loulé. Os residentes permanentes tendem a identifica-la como *Ilha*, reafirmando o seu carácter de isolamento temporário durante o inverno, sendo que a denominação de *Praia* esteja reservada unicamente para a faixa oceânica e ocupada geralmente por veraneantes e residentes de segundas habitações.

A Praia de Faro era até ao século XIX, uma linha de defesa militar, utilizada por romanos e árabes, até durante as invasões napoleónicas, passando nessa altura a concentrar uma comunidade piscatória dedicada à pesca de atum e sardinha (Freitas, 2010). Esta comunidade é confrontada durante as décadas de 1920 e 1930 com a introdução de formas de lazer balnear por parte de elites locais (Lage, 2009), através da descoberta dos banhos de mar como uso terapêutico e de lazer, processo iniciado no sul britânico e alargado ao mediterrâneo.

Segundo uma fonte que é proprietária de uma segunda habitação de lazer na ilha, nessa altura já era feita a distribuição de água potável às ilhas existentes na Ria Formosa, através de um barco em que trabalhava o seu avô, o que denota a ocupação já existente tanto piscatória, como turística.

A primeira ocupação turística dá-se através do aluguer de casas de pescadores e seus anexos por parte de sectores economicamente abastados da cidade, sendo o transporte dos viajantes feito através de um caiaque junto da atual ponte rodoviária. A

construção da primeira casa de alvenaria e de uso exclusivo balnear sazonal dá-se 1933, a “Ria Formosa”, propriedade do General Alves de Sousa (Lage, 2009; Viegas, 2003).

O núcleo principal de habitações não tem já qualquer carácter piscatório, e é hoje sobretudo uma praia de banhos para forasteiros (onde abunda um tipo cuidado de casa de tabuado, para esses banhistas). Além de vários casos dispersos, restos porventura desses arraiais, subsiste porém, a Poente, um pequeno aglomerado de cabanas que constituem a habitação permanente de pescadores, algumas do tipo comum, em junco ou barrão, outras – a maioria – em tabuado, com cobertura vegetal, e uma ou outra até de telha. (Consultório Artístico, 1949: 62, in Brito: 2009, 57)

Figura nº 24: Primeira casa da Praia de Faro



Fonte: Lage, 2009

Durante a década de 1940, registámos um processo de mimetismo social por parte das classes sociais mais baixas, que começam a usar igualmente a Praia de Faro, sendo que em 1945 já são várias as casas instaladas na zona lagunar (Weinholtz, 1978).

Neste momento segundo relatos de informantes de Faro, já existia um casino com animação noturna, o Casino-Esplanada Miramar, localizado na “Ilha do Chá”, designação dada à área dedicada às classes sociais mais altas, que progressivamente se vão afastando dos novos utilizadores mais pobres, localizados na “Ilha do Roxo, uma referência à cor do vinho que os convivas traziam” (Lage, 2009).

A contínua ocupação da parte central da ilha por parte de excursionistas, turistas e novos residentes não permanentes promoveram processos de inflação dos solos e

progressiva pressão imobiliária nestes espaços, situação que ainda se agravou mais no futuro aquando da construção da ponte rodoviária.

Figura 22: Praia de Faro em 1955



Fonte: Vítor Sousa

Em resultado destas práticas deu-se uma deslocação da comunidade piscatória para as pontas da praia, criando duas agremiações particulares, a Ilha de *Baixo*, (localizada a nascente, junto da barra de S. Luís que separa a Praia de Faro da Ilha da Barreta), e a Ilha de *Cima* (localizada a poente, junto do resort Quinta do Lago, já integrada na freguesia de Almancil e no concelho de Loulé). Estas duas comunidades estão localizadas em territórios sob a gestão do Parque Natural da Ria Formosa, que apresenta uma posição bem mais extrema acerca destas construções, do que Câmara Municipal de Faro, promovendo a sua retirada.

Figura nº 25: Ilha de Baixo (à esquerda) e de Cima (à direita)



Fonte: autor

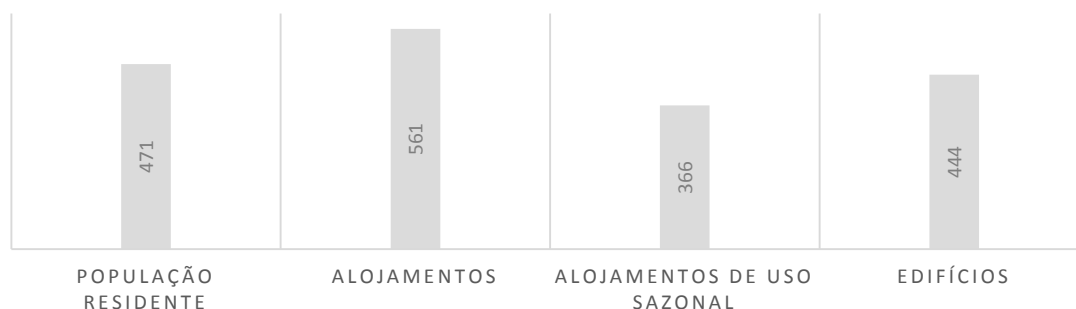
São nestes espaços que se concentra a grande maioria da população residente permanente da Praia de Faro, os elementos mais marcantes em termos simbólicos e identitários desta povoação, compostas profissionalmente por agentes ligados à pesca em baixa escala e recolha de moluscos, mas também em sectores como a construção civil e atividades ligadas ao turismo (aeroporto maioritariamente).

Apesar desta orientação profissional ao exterior, a observação direta durante 3 invernos do território ressaltou um elevado envelhecimento, uma condição socioeconómica em geral baixa e marcada por fenómenos de inatividade profissional, desemprego e subemprego. Estamos assim perante uma comunidade com formas concretas e fechadas de socialização e de controlo social, um forte interconhecimento, uma gíria particular, marcas de afirmação identitária entre aqueles os *que são da ilha*. Estes referentes identitários são alargados a alguns visitantes muito frequentes, os surfistas (surf, bodyboard e kytesurf) que face à sua ligação ao mar, partilham uma relação íntima com os residentes, replicando muito destas formas identitárias.

Com base nos dados do Censo de 2011 destas áreas, poderemos afirmar que no lado Nascente, foram contabilizados 44 alojamentos e 53 residentes. No lado poente foram identificados 137 alojamentos para uma população residente de 226 (Censo de 2011). Em ambas as comunidades encontramos uma ocupação permanente dos alojamentos na ordem dos 60% (Censo de 2011), o que demonstra que nestas áreas também há habitações de veraneio. A qualidade das suas habitações é variável e foi historicamente evoluindo, desde as casas compostas de materiais perecíveis como a madeira, o colmo e instaladas sobre estacas; às construções mais atuais com materiais menos perecíveis, dando-se uma generalização de estruturas pré fabricadas de construção civil, os telhados de zinco, tijolos e cimento, permitindo um aumento razoável da sua qualidade construtiva.

A ocupação residente na Praia de Faro passou por várias oscilações, prevalecendo a ideia de que a posição informal das suas habitações possa ter enviesado os dados recolhidos sobre a sua população. Segundo a bibliografia recolhida (Andrade, 1991; Viegas, 2003; Lage, 2009, Abreu et al. 2012) a Praia de Faro em 1960 tinha 2 residentes, em 1970 apresenta zero residentes (uma situação bastante caricata), em 1981 já tinha 368, em 1991 tinha 271 (um decréscimo decorrente do processo de demolições ocorrida em 1986) e em 2001 tinha 381 residentes.

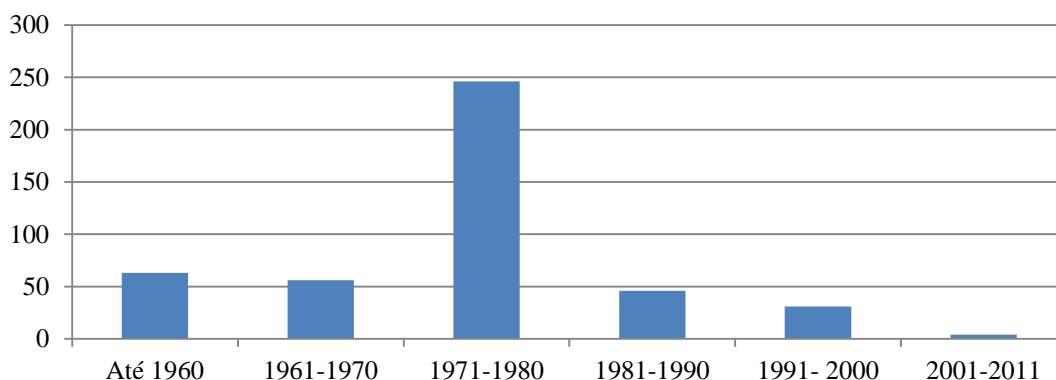
Gráfico 19: População Residente, Alojamentos, Alojamentos de uso Sazonal e Edifícios na Praia de Faro em 2011 (N)



Fonte: Censo de 2011

No que se refere à evolução dos alojamentos, recorrendo à mesma bibliografia percebemos que na Praia de Faro existiam 10 casas em 1931, o momento inaugurador da turistificação deste local, sendo já 39 em 1960, não existe qualquer informação sobre o censo de 1970, em 1981 já estavam concentradas 787 alojamentos, cerca de 641 em 1981 e em 2001 já eram 693. Parece-nos particularmente claro que as transformações mais visíveis que se deram na Praia de Faro foram no campo da edificação mais uma vez como motor de processos de urbanização turística. Em baixo apresentamos uma cronologia construtiva dos edifícios construídos entre 1960 e 2011

Gráfico nº 20: Número de Edifícios existentes em 2011 construídos por década na Praia de Faro (N)



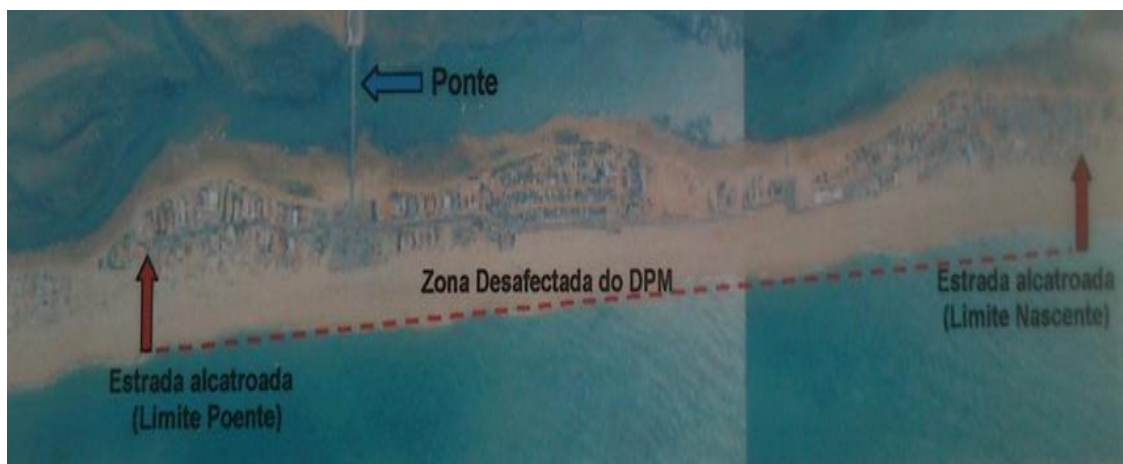
Fonte: Censo de 2011

Segundo o censo de 2011 entre 1919 e 1945 são construídos 3 edifícios, até 1960 são construídos mais 60. Entre 1961 e 1990 são construídos 411 novos edifícios (apesar da redução drástica em 1986), confirmando um aumento extraordinário e a criação do maior parque de segunda habitação numa ilha da Ria Formosa. Em 2011 a Praia de Faro tinha 445 edifícios e 561 alojamentos (Censo de 2011)

Esta enorme pressão urbana iniciou-se na década de 1950. Face ao enorme desenvolvimento rodoviário que se fazia sentir na região, mas também do afluxo crescente de banhistas à Praia de Faro, foi construída uma ponte rodoviária em 1957 (Lage, 2009), um passo fundamental para a reorientação turística da praia. Este processo não passou apenas pela construção da ponte, mas também pela criação de uma estrada no interior da ilha, que permitia um acesso facilitado ao areal, sem a necessidade de concentração de banhistas junto do porto marítimo que ligava a Praia a Faro, situação que antes se verificava.

Para além da criação da ponte e da estrada há mais um elemento marcante que materializa este processo de urbanização turística. Em 1956 é “desafetada do domínio público marítimo e integrada no domínio privado do Estado” (Decreto-Lei nº 40718) uma faixa de cerca de 2km em redor da recém-criada estrada, em que municipalidade de Faro opera um processo de loteamento e vende as parcelas a um conjunto de indivíduos, que passam a deter um título de propriedade do solo. Este parque é composto por 98 alojamentos (Censo de 2011) que se denominam como “Pioneiros”, numa área de 476280 m².

Figura nº 26: Território desafetado do Domínio Público Marítimo em 1956



Fonte: Lage, 2009

Com este processo legislativo, de alteração da natureza do espaço, as entidades públicas indicam claramente quais as áreas que podem ser usadas legalmente como parque residencial secundário. Ao legalizar estas construções a administração pública demonstra uma atitude discricionária, não revelando a mesma atenção para o restante parque residencial informal que ia crescendo ao redor destas casas: “Autorizaram a construção de edifícios residenciais e comerciais, tomando a iniciativa de fornecer

infraestruturas urbanas, o que indica a vontade expressa de incentivar a urbanização” (Parque Natural da Ria Formosa:1986, 92).

O facto de terem sido erigidas sob um quadro legal e controlado pela municipalidade de Faro opera um processo de salvaguarda fundiária e de valorização económica deste parque residencial no futuro. Perante o contexto legislativo ambiental atual, que é bastante restritivo no que toca à existência de edificação no Parque Natural da Ria Formosa e nas suas margens sob gestão municipal; este carimbo legal permite uma forte valorização imobiliária destas casas, nomeadamente quando as outras (de natureza informal) forem retiradas.

Na verdade estes títulos de propriedade são anteriores à legislação de natureza ambiental atual, dificultando uma solução mais extremista, que levaria à destruição de todas as edificações existentes, incluindo os bares, restaurantes e cafés existentes. Ao mesmo tempo orientam a sua intervenção contra os clandestinos, os ilegais, onde reside a maioria da população residente da ilha, mas em que também há uma forte ocupação na modalidade de segunda habitação.

ocupações manifestamente desaconselháveis (...) não sendo mesmo de excluir a hipótese de ser desproporcionada aos interesses a acautelar (...) Nessas condições, não deverão ser previstas nas próprias ilhas ocupações urbanas ou quaisquer outras de carácter permanente, ocupações estas que deverão desenvolver-se em terreno firme; a ocupação das ilhas deverá limitar-se ao estabelecimento de construções ligeiras, amovíveis, de interesse direto para as atividades balneares (Weinholtz: 1978: 1, 2 e 3).

Depois de termos caracterizado o parque residencial nas Ilhas de Cima, de Baixo e nos edifícios criados sob a jurisdição do Decreto-Lei nº 40718 de 956, resta-nos tratar o restante parque habitacional, que regularmente é associado às expressões de clandestino, ilegal, ou como iremos preferir, informal, regulado pela Câmara Municipal de Faro.

Segundo o que identificámos, as duas áreas identificadas junto da Ilha de Cima e de Baixo, nas bermas da estrada criada em 1957, são usadas maioritariamente no Verão como estrutura informal de turismo residencial, ou mesmo de fim de semana, associada à pesca amadora e prática de desportos náuticos. O seu número foi historicamente variável, resultante de um contínuo *jogo do gato e do rato*, em que novas casas iam surgindo sem qualquer controlo administrativo. Atualmente, segundo os censos de 2011

este espaço é composto por 380 alojamentos, 88% em regime de uso não permanente e uma população residente de 192 residentes (INE, 2011).

Figura 26: Habitações na Praia de Faro de segunda habitação sob gestão municipal



Fonte: autor

Estas construções tiveram um desenvolvimento importante durante a transição democrática de 1974, num contexto de abertura democrática, de afrouxamento ou mesmo de inexistência de estruturas de controlo das construções e do alargamento da urbanização turística. Esta conjuntura permitiu o aumento da área construtiva em zonas litorais, do qual o Algarve e a Praia de Faro são exemplos.

A criação dos primeiros instrumentos de planeamento ambiental surge num contexto político, legislativo e académico marcado pelo aumento não controlado das edificações por todo o país, particularmente no final da década de 1970. Materializam um desejo de conhecer o território, de controlo dos processos de edificação fora do perímetro urbano consolidado, particularmente nas áreas desocupadas. Em 1973 na criação do IV Plano de Fomento, é proposta a constituição de uma reserva natural na “Ria de Faro” (Oliveira:1982, 26), que tal como o Plano Diretor do Algarve, não foi promulgado centralmente.

Já durante o regime democrático, em 1976, no Boletim do Gabinete de Planeamento da Região do Algarve, o Arquiteto Fausto Nascimento apresenta alguns problemas decorrentes da introdução turística: esgotos urbanos e industriais a serem despejados diretamente dos centros urbanos, criação de fossas sépticas, a

regulamentação da pesca e o controlo da ocupação turística que se encontrava numa posição “florescente” (Oliveira: 1982, 28).

Neste contexto particular, os titulares de cargos de gestão municipal, segundo fontes contactadas na Praia de Faro (residentes permanentes e sazonais), começaram a lotear um conjunto de parcelas de solo e a permitir o seu uso lúdico (em habitações desmontáveis), mediante o pagamento de uma taxa municipal. Esse processo durou até aos nossos dias. Acompanhando um processo que se dava por todo o país, de transformação clandestina dos solos e dos edifícios, também na Praia de Faro, as casas que eram desmontáveis tornaram-se permanentes, com melhores materiais de construção.

Um dos agentes implicados como arquiteto/engenheiro/empreiteiro/trabalhador da construção civil, referiu-nos que estas construções davam-se geralmente durante a noite. Ao início eram instaladas algumas placas comprimidas de madeira ou de chapa metálica, dando-se a instalação dos tijolos no interior destes resguardos e restantes obras. Quando terminadas todas as operações de alteração, as proteções eram retiradas.

Desta forma as autoridades não saberiam quando foi feita a transformação, sendo difícil pará-la face à existência de tanta informalidade, sendo integradas como um dado consumado e uma fonte de rendimento para as autarquias. Muitas vezes estas construções implicavam um aumento do lote alugado à municipalidade, diminuindo os espaços limítrofes entre as habitações ou mesmo efetuando a sua anulação, fechando a passagem aos transeuntes.

Em 2008 foi regulamentado um novo programa de natureza urbana de transformação da Praia de Faro. O POLIS Ria Formosa surge de forma a reconverter este território, através da demolição de todo este parque habitacional classificado como clandestino. Em resposta surgiu uma nova associação, a AUIF (Associação dos Utentes da Ilha de Faro), que deu os seus primeiros passos em 2010, reunindo num café local, ou nas instalações do Clube de Bodyboard. O verão de 2010 foi particularmente interessante para perceber o sentido desta nova instituição, ligada quase exclusivamente aos utilizadores de Verão da Praia de Faro:

A AUIF nasce na sequência da degradação e abandono a que a Ilha de Faro tem sido votada pelas diversas entidades com responsabilidades na gestão deste espaço. Por outro lado, encobertos pelo pseudo-manto da conservação da natureza, assistimos à adoção de um conjunto de medidas que mais não são do que tentativas

de usurpação do direito de continuarmos a desfrutar da nossa Ilha. Da interdição de apanha de marisco e de navegação nos canais da Ria Formosa, à demolição de casas legalmente edificadas e realojamento indefinido dos seus residentes, onde iremos parar? Se não nos unirmos, um dia destes não haverá Ilha de Faro para ninguém.” (AUIF, 2010)

Este parque de construção clandestina representa um encaixe financeiro mensal importante para a autarquia. No momento em que esta decida não renovar as licenças, os utilizadores seriam obrigados a destruir as habitações e abandonar este local. Mas este processo tem vindo a ser adiado, em nosso entender, pela concentração da elite farenses nestas habitações, substituindo os construtores originais (a grande maioria das casas acabou por ser vendida), que fazem uma forte pressão política sobre os responsáveis, um elemento fundamental na discussão político-eleitoral local.

O último reduto de turistificação da ilha localiza-se na sua área central, no Parque de Campismo da Praia de Faro. Tal como no exemplo de urbanização turística anterior, a sua ocupação é maioritariamente de residentes em Faro, em caravanas e *roulottes*. Segundo as fontes que contactámos, algumas com uma experiência de 20 e 30 anos no parque, o seu desenvolvimento foi inconstante, tendo esta deriva *farenses* aprofundado nos últimos anos. Atualmente é composto por 200 lotes (ocupados durante todo o ano) e 130 estacionamentos, que retiram espaço a aqueles que queriam acampar temporariamente no parque. Mais uma vez se percebe a orientação clara para o público mais frequente da praia, os residentes de Faro, opção feita pela municipalidade, proprietária do espaço.

Da observação que fizemos e do contacto com as fontes, percebemos que se efetuaram processos semelhantes à zona de construção clandestina de gestão camarária, sendo construídos muros e resguardos entre os diferentes lotes, assim como a junção de lotes contíguos, cedidos informalmente. Face às ilegalidades encontradas, em 2009, duas centenas de pessoas abandonaram o parque (segundo fontes consultadas), sendo que o espaço que restou passou a ser ocupado pelo parque de estacionamento.

A Praia de Faro, o seu processo de urbanização turística e os seus utilizadores (residentes permanentes e sazonais) são comumente apresentados como um dos piores exemplos dos efeitos negativos do uso lúdico de áreas balneares, sendo vistos como um ponto negro na costa portuguesa. As razões para uma visão tão negativa estão ligadas ao processo de transformação de um território de natureza frágil, móvel e marcado por um

sistema lagunar de forte biodiversidade e singularidade no contexto internacional, mas também para o processo de substituição de uma comunidade piscatória por outra de natureza sazonal e marcada pelo turismo residencial.

A degradação da qualidade ambiental levou a uma desvalorização social dos seus residentes e utentes, sendo vistos como usurpadores, frequentadores de uma praia sobrelotada e dessa forma desvalorizada simbolicamente. É claramente negligenciado o papel da municipalidade de Faro, que apesar de criticar esta situação, durante mais de trinta anos recebeu taxas destes utilizadores, assim como foi responsável pelos trabalhos de implantação de estruturas de suporte de eletricidade, telefone, água e esgotos, dando sinais claros de aceitação tácita destas habitações.

4.2 Caso de Estudo nº 2: O *resort* de Vale do Lobo.

Vale do Lobo² apresenta-se como um elemento fundamental para pensar o turismo de natureza residencial no Algarve, o primeiro *resort* em Portugal, sendo o seu negócio primordial a venda de casas em regime de segunda habitação. Materializa uma transformação formal de natureza espacial e social de um espaço de baixa ocupação populacional e económica no sentido do Turismo de Alta qualidade. O primeiro empreendimento a ser desenvolvido foi o de Vale do Lobo, entre a Fonte Santa na freguesia de Quarteira e o empreendimento da Quinta do Lago.

É um empreendimento turístico de luxo, integrado na freguesia de Almancil em Loulé. Está integrado no chamado *Golden Triangle* que agrega igualmente o *resort* do Ancão e da Quinta do Lago, desenvolvidos durante as décadas de 1970 e 1980, que não iremos tratar em profundidade, dando isso sim primazia ao primeiro *resort*, relevando o contexto inicial de turistificação do Algarve, a década de 1960. Nas três situações está bem presente a constituição de um território orientado para classes sociais mais altas, num contexto territorial marcado pela inexistência de pessoas e atividades económicas muito marcantes, um espaço desocupado que é progressivamente integrado na chamada Imobiliária do Lazer (Brito, 2009).

² Correspondente ao “Lugar Vale do Lobo” (Censo de 2011), entre o Lugar de “Fonte Santa” e “Garrão” (Censo de 2011),

É composto por uma linha de mar com cerca de 2 km de linha de mar, cuja processo de edificação e consequente urbanização se foi formando por detrás da praia. Está ligado diretamente à EN 125 e dessa forma a apenas 10 km do aeroporto internacional de Faro. O *resort* de Vale do Lobo é um território cuja ocupação humana intensiva resulta da criação do próprio resort, junto de uma área com uma baixíssima utilização humana anterior à turistificação. (Bota, 2008).

Figura nº 28: Imagem área de Vale do Lobo



Fonte: Google earth

Este território constitui-se como um “Núcleo Turístico fora dos perímetros urbano” (Brito: 2010 a., 83). Esta era uma classificação territorial e de uso dos solos de tipo administrativo, que se tornou recorrente desde a década de 1960, particularmente nos projetos de promoção turística entregues às entidades competentes da sua regulação no Algarve.

Claramente orientado a não residentes, este não é um processo de suburbanização clássica, apesar da dinâmica extensiva para além dos perímetros urbanos. A escolha pelas áreas periféricas pode ser explicada com a possibilidade de acesso a paisagens campestres ou às áreas balneares, um chamariz para futuros turistas, ou mesmo para novos residentes em fim de vida, os reformados de luxo (Torkington: 2009, 2012; William et al., 2010).

Vale do Lobo faz parte de um dos vértices do chamado “Golden Triangle”, composto pelo outro *resort* da freguesia, a Quinta do Lago e o centro urbano de Almancil. Resultante de um ato identificador do território, esta designação *dourada* (promovida por agentes imobiliários do norte da Europa), traz consigo uma dinâmica associada à exclusividade, ao luxo, ao privilégio, uma sensação de familiaridade (para os falantes de Inglês), de afastamento da comunidade residente nacional, numa das parcelas de solo mais caras do país. (Torkington: 2009).

Apesar de Vale do Lobo fazer parte administrativamente da freguesia Almancil, a sua composição social é claramente diferenciada daquela existente nas Avenidas Duarte Pacheco e 5 de Outubro (ambas ligadas à EN125), que aglomeram a maioria da população. Aí concentra-se uma população de origem emigrante, maioritariamente no regime de arrendamento a baixo preço, mas também de algarvios e alentejanos (Bota, 2008). Na verdade um espaço que cruza diferentes comunidades em processo de migração, mas de natureza socioeconómica distinta., não apresentando grandes motivos de interesse turístico.

Este empreendimento turístico é o primeiro desta natureza em Portugal (Site de Vale do Lobo: 2013), mesmo antes de Vilamoura. É marcado por um desenho urbano em que as habitações se encontram literalmente rodeadas de campos de relva, com uma densidade construtiva menor do que em Vilamoura, como pudemos confirmar. O maior *resort* de turismo de Golfe do país, ocupando uma área de 450 há (Site de Vale do Lobo: 2013)

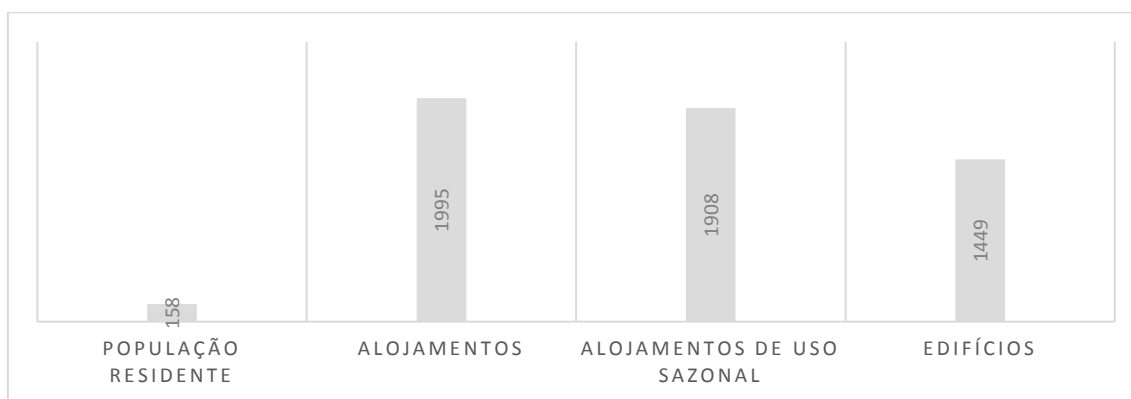
Figura nº 28: Ambiente de Resort em Vale do Lobo



Fonte: autor

Uma marca determinante deste território é a fraca ocupação populacional permanente, apenas 158 pessoas em 2011, sendo que no momento do censo foi possível encontrar mais indivíduos presentes (478).³ Outro dado particularmente importante está relacionado com a ocupação desse espaço por idosos com cerca de 42,4% da população com 65 ou mais anos de idade, sendo pensionistas cerca de 51,2% dos residentes. (Censo de 2011).

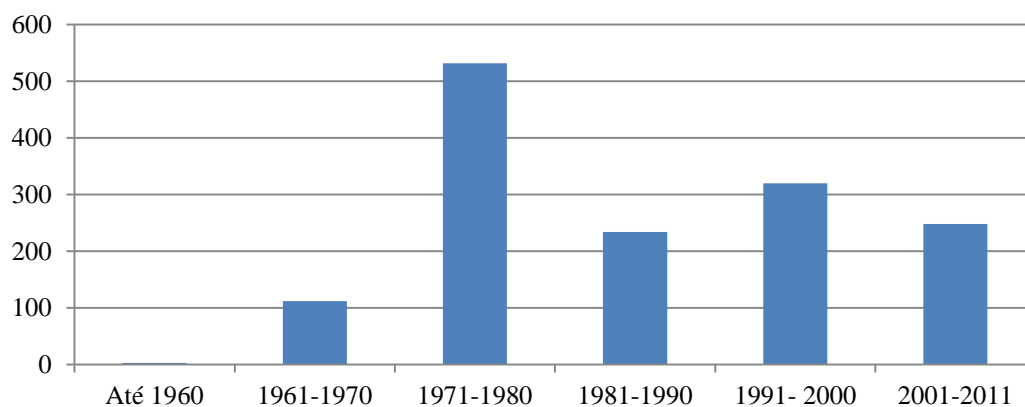
Gráfico 21: População Residente, Alojamentos, Alojamentos de uso Sazonal e Edifícios em Vale do Lobo em 2011 (N)



Fonte: Censo de 2011

Os valores associados aos alojamentos reproduzem mais uma vez esta ocupação sazonal, em que apenas 4,3% do alojamento é ocupado permanentemente, neste caso por 87 famílias, face à existência de 1995 alojamentos existentes (Censo de 2011).

Gráfico 22: Número de Edifícios existentes em 2011 construídos por década em Vale do Lobo (N)



Fonte: Censo de 2011

³ Ao contrário dos casos da Praia de Faro, de Quarteira e de Vilamoura em que os residentes mesmo assim correspondiam à maioria dos recenseados.

Os edifícios existentes em 2011 apresentam-se principalmente na vertente de moradias, conforme a observação de terreno nos pode confirmar, em que 88,1% têm apenas um ou dois andares (Censo de 2011). Estamos assim perante um conjunto de 15000 propriedades, sendo que 35% são usadas como arrendamento a cargo do operador, recebendo cerca de 750000 visitantes ao ano (Vale do Lobo, 2013).

Em 1962 *Trusthouse Forte PLC* compra todo o território que futuramente seria o *resort* de Vale do Lobo e cria a estrutura empresarial que irá promover o desenvolvimento turístico. Os dois grupos responsáveis pelo desenvolvimento do *resort* foram a *Trusthouse Forte PLC*, um grupo britânico importante ainda hoje ligado à hotelaria e restauração e a *Costain PLC* uma empresa de construção civil também britânica (Vale do Lobo, 2013).

Figura 29: Artigo de imprensa inglesa sobre Vale do Lobo



Fonte: Site de Vale do Lobo

Quando Sir Richard Costain percorreu a cavalo os caminhos de terra batida que no princípio da década de sessenta separavam a aldeia do Poço de Almancil de uma zona selvagem de pinhais cerrados sobranceiros ao mar chamada Vale do Lobo, estaria longe de imaginar o desenvolvimento que esta área viria a conhecer. (Bota: 2008,85).

Esta transformação rápida do território, segundo vários autores, aproxima a atividade do turismo à guerra ou a uma forma de colonialismo. É o que acontece nas grandes urbanizações de luxo como a Quinta do Lago ou Vale do Lobo. Ambos os projetos são motivados pelo capital estrangeiro, e a construção do golfe

precede a construção de hotéis e dos aldeamentos, ou seja o Golfe é um indicado do cliente tipo – o turista estrangeiro (Costa: 2011, 97).

Este empreendimento foi iniciado em Junho de 1963, através da entrega de um projeto de utilização desta parcela territorial ao SNI, acrescentando uma estrada que ligaria o *resort* ao centro urbano de Almancil. Em 1966, é aprovada a DUT, Declaração de Utilidade Turística de um hotel de “72 amplos quartos e 24 *suites*, todos com casa de banho anexa” (Brito:2009, 146). O Hotel D. Filipa que é inaugurado em 1968, sendo que as primeiras moradias apenas surgiram em 1971. (Vale do Lobo, 2013).

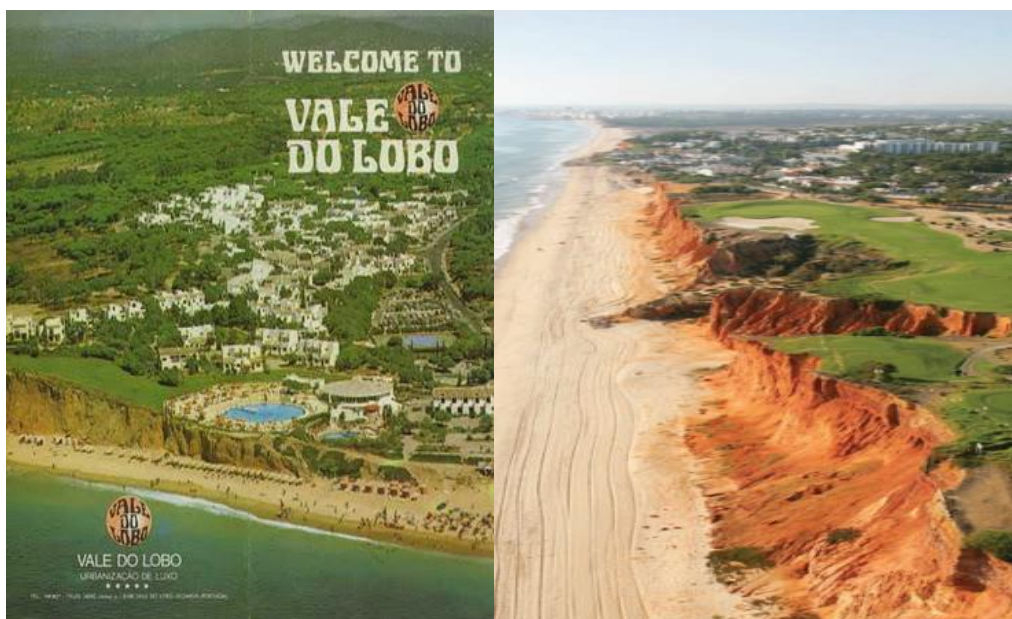
Tal como ficou decidido para um caso semelhante – Hotel do Golf, da Sociedade Penina – julga-se justificável autorizar-se a construção de moradias e manutenção dum Golf. Nestas condições tenho a honra de propor que: a) seja aprovada a inclusão de moradias nesta zona; b) que a construção de moradias só possa iniciar-se após a construção do golfe; c) que os projetos das moradias e sua implantação de conjunto sejam previamente submetidos à aprovação da Direcção-Geral, d) que os projetos das moradias e sua implantação de conjunto sejam previamente submetidos à aprovação da Direcção Geral. A. Celestino da Costa 18.II.1964.» (Brito, 2009).

Apesar da preocupação dos reguladores públicos sobre este processo, a construção de moradias demonstrou ser um espaço de forte reprodução financeira, abandonando mais uma vez o tipo de planeamento turístico que o Estado Novo propunha. Perante um processo de alguma pressão política, o SNI volta atrás e aprova o empreendimento, desde que o Hotel se mantivesse e que uma parte importante do território ficasse sem edificação, ocupada por campos de Golfe.

O parque residencial existente no *resort* de Vale do Lobo é composto por várias sub-empresas, responsáveis por determinadas fases de desenvolvimento do empreendimento, ocupando diferentes espaços e correspondendo a modelos diferenciados de construção e urbanização. O primeiro foi o “Ocean Clube Empreendimentos Turísticos do Algarve, S.A.” criado em 1971, (Vale do Lobo, 2013), ocupando a primeira linha de território junto do mar, na fronteira com o território turístico do Ancão. Apresenta uma oferta de acomodamento que vai das moradias *personalizáveis*, em que os gostos do cliente seriam levados em atenção; às moradias geminadas e aos apartamentos com vista de mar. Esta é a imagem mais conhecida de Vale do Lobo, com o seu campo de golfe, o *Ocean Golf Corse*, instalado em cima de

uma arriba que progressivamente se precipita no mar e da sua piscina instalada junto da praia.

Figura nº 27: Imagem icónica de Vale do Lobo



Fonte: Blog do Turismo do Algarve

O grupo muda de mãos e é comprado em 1977 por *Sander van Gelder* (segundo o que nos confidenciou uma fonte que lá trabalhava), um importante empresário turístico no Algarve, assegurando agora o controlo sobre 450 hectares, a atual área do *resort*, compreendendo em 1975 “130 alojamentos em hotel, 300 villas, campo de golfe, supermercado, bares e restaurantes, (...) em villas compradas por cerca de 20000 libras” (Vale do Lobo, site). A venda do empreendimento inicia-se em 1975, em resposta à incompatibilidade existente entre *Costain*, o dono do empreendimento e os novos responsáveis políticos do regime democrático português.

O empresário Holandês acaba por comprar um empreendimento que já tinha crescido bastante para além da sua dinâmica inicial apenas ligada ao hotel Dona Filipa, que aumentou o número de quartos e tinha-se diversificado no mercado de venda de habitações unifamiliares de lazer. É neste contexto que surge o segundo empreendimento o “Royal Golf” e “Vale Real” onde a oferta residencial é claramente orientada para as *villas*, materializando uma aposta clara no turismo residencial, após a transição democrática portuguesa

O empreendimento de Vale do Lobo foi desenvolvido inicialmente por grupos de capital estrangeiro, mas a partir de 2006, passa a ser a Caixa Geral de Depósitos o

principal investidor, dirigido por Diogo Gaspar Ferreira (Vale do Lobo, site). No mesmo ano a companhia promove a construção e aumento do número de aldeamentos, novas áreas denominadas de Vale de Santo António, Oceano Clube e o Vale Real (Vale do Lobo, site). Em 2008 a empresa sofre um processo de *rebranding* através da criação de uma marca, a *Vale do Lobo Resorts*, passando a chamar-se todo o território “Vale do Lobo Algarve” (Vale do Lobo: site). É neste contexto que é lançado mais um novo território ocupado por alojamentos de lazer, o “Vale de Santo António”, que perante a crise imobiliária presente não tem sido um grande sucesso. (Torkington: 2012, 81).

Segundo os promotores do *resort* em 2013, na distribuição de proprietários era clara a dominância britânica com mais de metade do parque, seguidos dos portugueses com 13%, em terceiro lugar os Alemães com cerca de 10% e por fim Irlandeses e Holandeses com cerca de 6% cada. (Vale do Lobo, site), associados ao Clube de proprietários de Vale do Lobo, que promove serviços normais de condomínio, limpezas, mas também a possibilidade de arrendamento, tendo acesso a um cartão que lhe dá descontos dentro do *resort*⁴. Ao mesmo tempo foi criada a “Associação de Proprietários” que representa os mesmos perante a administração do Resort e entidades exteriores, associação com estatutos e direção formada em 1989 (Vale do Lobo, 2013).

A observação direta do empreendimento mostra-nos que não estamos perante um condomínio fechado, sendo o acesso livre a qualquer pessoa, dividido em duas grandes áreas: a *Praça* e o *Parque do Golfe*, como elementos clássicos de centralidade urbana, onde se localizam as lojas, o banco, correios, galeria de arte, spa, centro médico, área dedicada a crianças e os restaurantes e bares, piscina comum e academia de golfe (Torkington: 2012). Um espaço que está aberto a todos, sem contudo constituir *um espaço para todos*, sendo determinante que a segurança pública está ligada a empresas privadas de segurança, que têm muitas vezes a tarefa de afastar pessoas consideradas indesejáveis, sendo pouco frequente a permanência de agentes policiais.

Este empreendimento vai totalmente contra o modelo de urbanização turística proposto pelo Estado Novo até à década de 1960, nomeadamente na distinção entre “«alojamento turístico» (a «unidade hoteleira») e o «alojamento turístico além de hotéis»” (Brito: 2006, 69), este último a não desenvolver e a ser combatido. As moradias que fossem criadas teriam de estar associadas a um hotel ou estrutura hoteleira

4

formal, não como uma simples introdução de frações habitacionais para uso sazonal, fugindo assim às contribuições fiscais devidas enquanto alojamento turístico.

Como no caso de Vilamoura (que falaremos depois), o *resort* de Vale do Lobo não foi integrado num objeto de planeamento alargado a todo o litoral, sendo estes *resorts* regulados pelas municipalidades, sem uma visão de conjunto. Nos dois casos, uma mesma lógica prevalece: se o Estado nacional não quer designar centralmente os seus principais eixos de turismo, os agentes privados começam a pressionar os agentes do Estado para a transformação de áreas *esquecidas*, que ainda não estão sujeitas a forte regulação da construção e de alteração do uso dos solos.

O primeiro passo para aprovar este tipo de projetos passa por respeitar um pouco a velha natureza do território, sem o densificar construtivamente demais, criando um ambiente associado a classes sociais altas, ao golfe e à presença de uma imagem verdejante entre as moradias. O segundo momento passa pelo controlo de todos os aspetos ligados a estas áreas residenciais de lazer por parte de uma empresa em particular, em Vilamoura a *Lusort*, neste território a Vale do Lobo Resorts, que se torna responsável pelo financiamento, construção, venda e aluguer de propriedades; controlado em todos os momentos pela mesma empresa, assegurando assim a qualidade e estética das edificações e o seu prosseguimento.

Fica assim claro mais uma vez que este tipo de investimentos são resultado de um processo que não é contínuo, neste caso marcado por três fases. Na primeira, os promotores promovem o empreendimento junto dos responsáveis pela aprovação dos projetos, prometendo impactos positivos da introdução dos *resorts* e dos seus efeitos multiplicadores ao nível fiscal e laboral (uma forte entrada de trabalhadores da construção civil). Depois de aprovado o empreendimento e feito o loteamento inicial, a segunda fase passa pela publicitação do *resort*, da busca de pequenos e grandes investidores e aforradores que permitem uma compra da propriedade; mesmo que não seja para uso pessoal, apenas como elemento de reprodução de capital, investindo na compra do lote e por vezes vendendo-o até antes da construção. Numa terceira fase, depois de uma forte reprodução de capital, o empreendimento é vendido em momentos de deflação, crise de procura ou mesmo decorrentes de uma crise de natureza global como a crise petrolífera de 1973 ou de 2008, em que a redução de ganhos se dá numa conjuntura política pouco atrativa para a continuação deste negócio.

4.3 Caso de Estudo nº 3: A Praia de Quarteira.

Passemos agora a abordar um dos casos mais marcantes e mediáticos da turistificação no Algarve, a turistificação da Praia de Quarteira. Este é uma transformação formal de uma área de uso piscatório, criando uma área urbana consolidada, marcada pela forte densificação construtiva na modalidade de segunda habitação.

Se nos dois casos anteriores, da turistificação da Praia de Faro e de Vale do Lobo, pensamos que não será necessário apresentar dados mais detalhados ao nível da freguesia⁵ no caso de Quarteira, todo o espaço existente foi quase que exclusivamente dedicado ao turismo. Nesse sentido pensamos fazer sentido a apresentação mais detalhada neste caso, dando a perceber o contexto comum que permitiu o desenvolvimento de Vilamoura e da Praia de Quarteira.

A denominação de Quarteira identifica administrativamente uma cidade e freguesia pertencente à municipalidade de Loulé, apesar de se distanciar 10 km do seu denominado centro urbano. Uma das suas freguesias litorais, composta por cerca de 5 km de linha de mar, entre a freguesia de Almancil e a Ribeira de Quarteira, que a separa da Praia da Falésia na freguesia de Olhos de Água em Albufeira.

Constitui-se como uma configuração urbanística denominada de “Urbe Urbano-Turística” (Brito: 2010 a: 85) representando uma forma evolutiva decorrente da criação inicial de núcleos turísticos fora dos perímetros urbanos isolados. Este fenómeno dá-se em antigas parcelas dispersas, que face ao incremento turístico se tornam grandes centros urbanos, como o caso do eixo Quarteira-Vilamoura ou Vale do Lobo/Ancão/Quinta do Lago. “ (Brito: 2009,125).

Durante a Idade Média os relatos associados à povoação de Quarteira associam-na como uma área agrícola, marcada pela produção de hortícolas, cereais e de cana do açúcar (Ramos, 2001), sob a propriedade de um Morgado, forma de organização feudal

⁵ Escolhemos não apresentar os dados referentes às freguesias de Montenegro (Praia de Faro) e de Almancil (Vale do Lobo), uma vez que estes territórios balneares ocupam uma parte pouco significativa destas freguesias, nomeadamente da sua população que se concentra noutros pontos destas unidades administrativas.

com uma importância ao nível do controlo das populações, mas também da sua organização produtiva e cultural. Este território daria lugar ao atual resort de Vilamoura.

Fora dos limites do Morgado de Quarteira foi-se consolidando uma comunidade piscatória, a maioria da população no século XIX (Santos, 2013), dedicada à pesca de atum e sardinha, assim como a sua transformação conserveira, localizadas junto da praia. Uma parte importante da dinâmica industrial ligada às pescas no Algarve concentrava-se em Quarteira no início do século XX, particularmente impulsionada durante a primeira guerra mundial e pelas migrações provenientes do interior do concelho de Loulé e áreas circundantes, que se alojam precariamente em habitações de madeira e junco (Freitas, 2010).

Ainda em finais do século XIX, Quarteira era apenas uma ativa comunidade de pescadores, com uma modesta fábrica de conservas e uma armação de atum. De um dos lados possuía a rica quinta agrícola de Vilamoura, do outro os pinhais de Almancil, e logo por detrás e em seu redor estendiam-se lagoas e pântanos que lhe davam a fama de um dos lugares mais insalubres da região. (Schmidt et al.: 2012, 11

Figura 30: Imagem aérea de Quarteira em 2012 e 1970



Fonte: Madeira, 2006

Esta freguesia em 2011 representava apenas 5% do território municipal, apesar de concentrar 30,8% da população residente, cerca de metade dos alojamentos e um quarto dos edifícios clássicos existentes em 2011 (Censo de 2011). O aumento populacional foi bastante expressivo, levando a que a população entre 1960 e 2011 aumentasse em 473,9%, para os atuais 21798 residentes, sendo que 80% da sua população ativa empregada atual esteja ligada ao sector terciário e 24,4% da massa

laboral procurasse emprego (Censo de 2011). Esta é uma das freguesias que mais cresceu no Algarve, com uma forte componente de brasileiros, europeus e africanos; particularmente em duas zonas consideradas problemáticas no que se refere à exclusão social e comportamentos desviantes; o Barro Social da Abelheira e o Bloco IGAPHE (Relvas: 2010, 46).

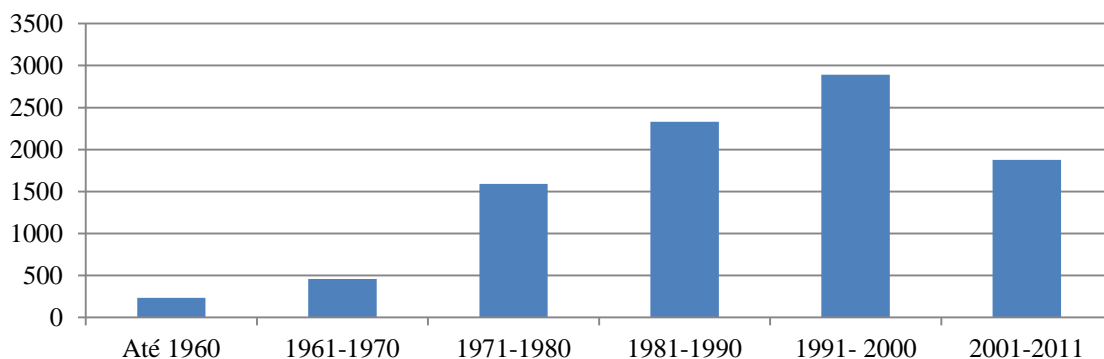
Gráfico nº 23: População Residente, Alojamentos, Alojamentos de uso Sazonal e Edifícios na freguesia de Quarteira em 2011 (N)



Fonte: Censo de 2011

No que se refere ao alojamento, poderemos aprofundar ainda mais o sentido turístico introduzido neste território. Neste caso temos uma estrutura urbana em que 72,7% do seu alojamento é de uso não permanente (Censo de 2011). A freguesia de Quarteira apresenta 60,2% deste tipo de alojamento no concelho de Loulé e 11,4% no Algarve (Censo de 2011). A sua evolução foi constante, respondendo a diferentes fases de dinamização turística: entre 1960 e 1970 o número de alojamentos sofre um aumento de 56,7%; entre 1970 e 1981 aumenta o parque residencial em 288%; entre 1981 e 1991 a variação é de 213%; decrescendo nas últimas décadas (Censo de 1960, 1970, 1981, 1991, 2001, 2011).

Gráfico nº 24: Número de Edifícios existentes e 2011 construídos por década (N)



Fonte: Censo de 2011

No que toca aos edifícios na freguesia, mais de três quartos foram construídos entre 1961 e 2011 (Censo de 2011), observando-se um aumento em cerca de oito vezes do edificado existente desde a década de 1960. Este aumento extraordinário responde a um contexto contínuo de uso deste espaço como espaço lúdico desde a década de 1930, passando pela sua explosão nos últimos 50 anos.

Zonas balneares como a de Quarteira, viram o seu espaço completamente transfigurado de um momento para o outro. (...) não foram acompanhadas ou antecedidas por quaisquer tipos de planos urbanísticos. Aprovava-se e construía-se, ou então em certos casos nem se aprovava, primeiro construía-se e depois logo se pensava em aprovar (...) Vários foram os relatos de invasão do mar na década de 70, e no entanto, continuou-se a construir ao longo de toda frente marítima. Uns de 10 andares, outros 12, outro de 20, foram aparecendo os tais monstros da onda branca do betão. (Madeira: 2006, 93)

Estamos assim perante um forte processo de urbanização turística que vem alterar profundamente este antigo território piscatório e agrícola. O despertar urbano da atividade turística não determinou um fim imediato das atividades económicas tradicionais, uma vez que essa ocupação territorial foi progressiva. Como nos apresenta a geógrafa Carminda Cavaco:

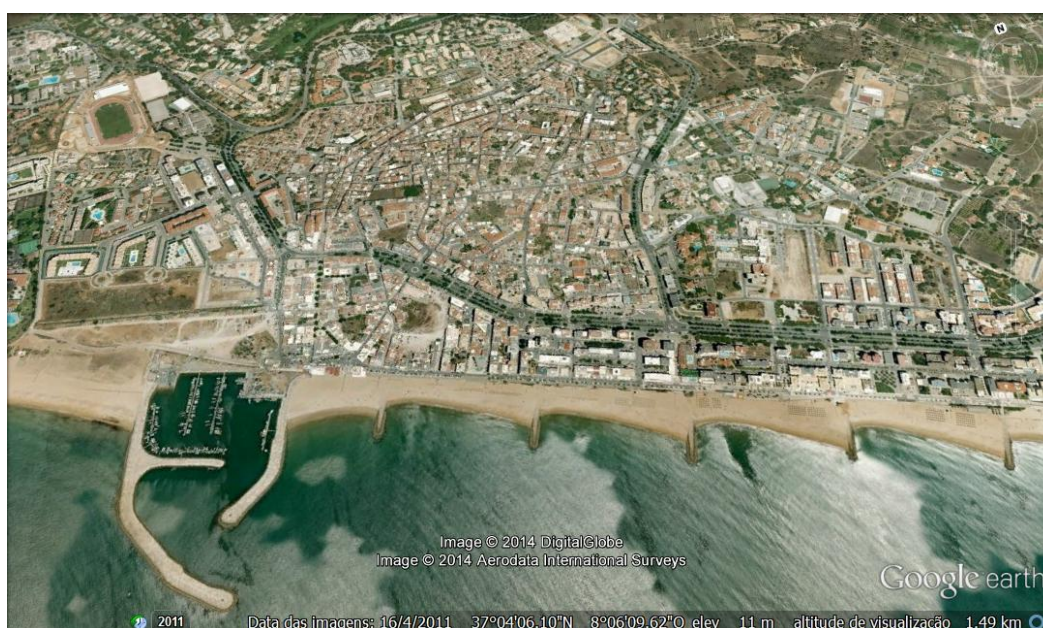
Mas, pouco a pouco, a urbanização turística impõe as suas sombras por quase toda a área: pistas de aviação, campos de golfe equipamentos complementares, estradas e ruas, parqueamentos, jardins, espaços verdes, lagos e marinas. O espaço agrícola não resiste à pressão dos interesses e lucros em jogo, vai progressivamente recuando e metamorfoseando-se, mesmo se, numa primeira fase, apenas por abandono dos cuidados culturais, seguida, todavia, pela substituição de cultivos alimentares por cultivos para o recreio, nomeadamente os jardins e os relvados dos campos de golfe. Uma vez mais, a integração do desenvolvimento turístico com o agrícola foi mera utopia, à complementaridade tende a suceder o antagonismo e incompatibilidade (Cavaco: 1996, 103)

A Praia de Quarteira é um dos territórios que sofreu uma forte transformação decorrente da introdução do turismo, um dos primeiros exemplos claros de turistificação anterior à década de 1960 e 1970. Neste caso estamos perante uma transição piscatória/turística massificada, que ao contrário do caso da Praia de Faro deu-se num contexto formal e legal, sendo as construções aprovadas pelos órgãos autárquicos desde a década de 1940.

Esta praia está localizada entre o resort de Vilamoura e o Lugar de Fonte Santa (Censo de 2011). Outro elemento fundamental que marca a fronteira da Praia de Quarteira para a restante freguesia, é a localização do parque de campismo, um elemento fundamental para compreender a orientação do território para turistas com menores recursos.

Poderemos assim associar o Lugar INE “Quarteira” (Censo de 2011) ao centro urbano da freguesia de Quarteira, à mancha de edificação urbana que se encontra defronte da frente da Praia de Quarteira, onde a maioria dos serviços estão localizados (Junta de Freguesia, Central Rodoviária, Finanças, Escolas), animação noturna, mas também onde a edificação é mais densa, denotando a sua introdução turística. Este Lugar estatístico já era referido no Censo de 1960 com a denominação de “Lugar de Quarteira”, diferenciando-se da freguesia de Quarteira e da Quinta de Quarteira, atual Vilamoura.

Figura 31: Imagem aérea da Praia de Quarteira



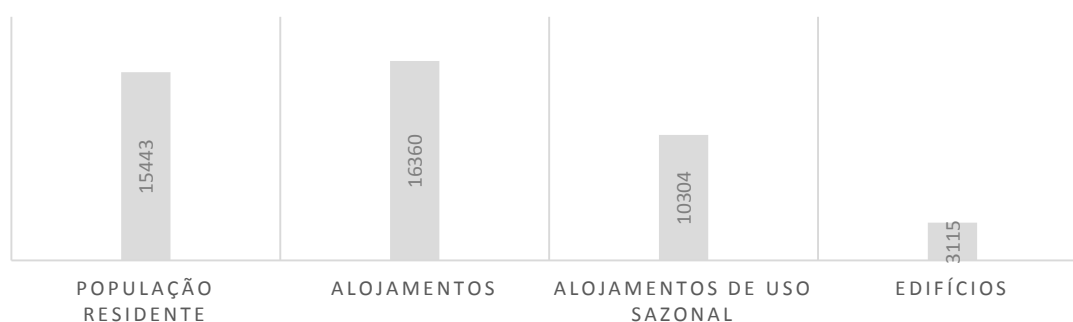
Fonte: Google earth, 2014

A questão da fronteira entre a Praia de Quarteira e os restantes lugares reconhecidos socialmente, mas sem qualquer denominação administrativa como os Cavacos (área de concentração residencial dos pescadores no início do século XX), Fonte Santa (limite da freguesia de Quarteira junto do resort Vale do Lobo) ou mesmo Vilamoura (limite ocidental junto da Praia da Falésia) poderá tornar-se uma questão problemática, uma vez que vários agentes (detentores de alojamento secundário na área)

reportaram-nos diferentes visões do território, normalmente distanciando-se da denominação Quarteira.

Este é um processo em que os detentores de habitações em Vilamoura, pretendem distanciar-se de um conjunto de visões que associam Quarteira a comportamentos desviantes como a prostituição e tráfico de droga, densificação construtiva e massificação turística; alguns dos problemas geralmente associados a este espaço, cujo centro urbano é paralelo à marginal de Quarteira, a sua frente de mar, outro elemento fundamental de orientação geográfica. Através da observação direta destes territórios, chegámos à conclusão que o Lugar INE identificado correspondia em grande medida ao espaço que queremos observar, sendo nesse momento possível aceder aos dados que esta organização recolheu para este espaço.

Gráfico nº25: População Residente, Alojamentos, Alojamentos de uso Sazonal e Edifícios na Praia de Quarteira em 2011 (N)



Fonte: Censo de 2011

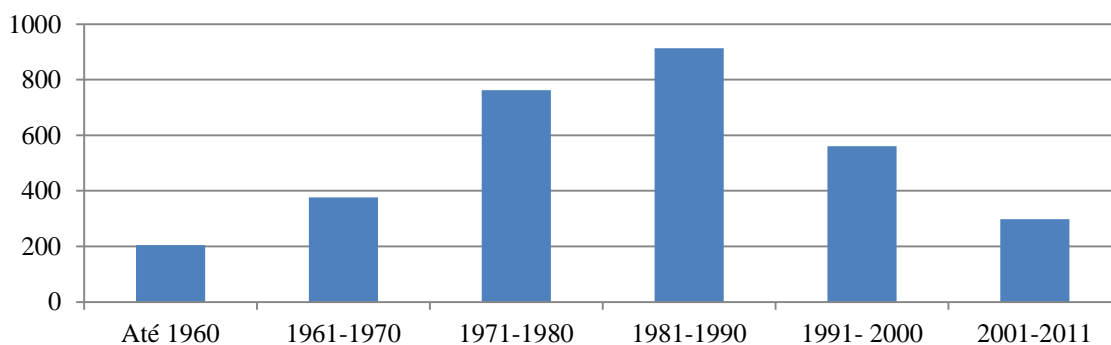
Apesar da forte orientação turística, perceptível nos números da edificação (há mais uma vez mais alojamentos do que população residente), percebemos que este setor da freguesia de Quarteira teve um aumento significativo da sua população deste 1960. Nesse ano este Lugar concentrava apenas 3429 residentes, sendo que em 2011 eram registados 15443 indivíduos: 21,8% da população louletana e 70,8% dos fregueses de Quarteira.

Apresenta uma orientação profissional em que domina o setor terciário com 81,9% da população empregada e com uma taxa de desemprego em 2011 de 17,12%, bastante elevada, o que demonstra que apesar da introdução do turismo esta é uma área de forte exclusão social e concentração de populações mais desfavorecidas ao nível económico e social.

O aumento excepcional do alojamento demonstra claramente a introdução de atividades ligadas ao lazer balnear e a sua reprodução na construção. A construção de grandes torres de apartamentos junto da marginal levou a um aumento extraordinário nestes últimos 50 anos. Desde 1960 este território vê o seu parque residencial aumentar das 883 habitações para os 16360 alojamentos em 2011, um acréscimo importante, tornando-se um elemento determinante para a compreensão deste espaço. (Censo de 1960 e 2011).

Deste parque residencial apenas 37% é usado como alojamento permanente, estando o restante parque identificado como vago, com uso secundário ou ligado à Hotelaria (Censo de 2011). Este tipo particular de alojamento de natureza sazonal, na Praia de Quarteira, representa 44,9% do existente na freguesia de Quarteira, cerca de um quarto de todo o município de Loulé e cerca de 5% de todo o existente dessa qualidade no Algarve (Censo de 2011).

Gráfico nº 27: Número de Edifícios existentes construídos por década na Praia de Quarteira (N)



Fonte: Censo de 2011

Em 2011 este espaço tinha aumentado em 251,9% os seus edifícios desde 1960, sendo construídos maioritariamente entre 1971 e 1980 (24,4%), 1981 e 1990 (29,3%) e 1991 e 2000 (18%). Os edifícios na Praia de Quarteira representam 9% de todos os edifícios no município de Loulé e 33% dos existentes na Freguesia de Quarteira (Censo de 2011). A opção pela construção em altura é bastante clara, sendo que este território concentra 47,3% de todos os edifícios com mais de 5 andares no município e 73% da freguesia. (Censo de 2011).

Apesar do grande *boom* turístico a partir da década de 1970, o desenvolvimento inicial do uso lúdico da Praia de Quarteira dá-se durante o final da década de 1920. O primeiro passo, tal como na Praia de Faro, passa pelo aluguer de casas de pescadores

por parte de sectores economicamente mais solventes e do seu uso sazonal. (Relvas, 2010; Madeira, 2006; Pardal et al, 1996; Ramos, 2001).

Apesar deste uso inicial, a modalidade de viagem de ida e volta populariza-se entre classes sociais mais modestas, tornando-se a “Praia dos Louletanos” (Ramos: 2001, 19), uma marca de diversificação social deste espaço e da democratização do seu acesso⁶. As carreiras rodoviárias que ligavam a Praia de Quarteira a Faro, Loulé, às localidades alentejanas como Castro Verde e Almodôvar e à Andaluzia, criaram uma forte apetência pelo uso deste espaço, sendo também servida pela única estação ferroviária do concelho de Loulé.

Quarteira era conhecida como a Grande Praia Popular do Algarve, praia de dunas e canaviais, marcada pela identidade de seu povo, de hábitos e costumes de quem vive do mar e da agricultura. As suas casas de alvenaria, singelas e sem grande esplendor arquitetónico, mantinham as características tradicionais de sua população. Nesta época havia uma concentração de casas na parte baixa da povoação, que em sua maioria, era de pertença dos pescadores que as alugavam durante o verão aos banhistas. (Relvas: 2010, 44).

Em 1923 (Santos, 2013) é inaugurado o Casino de Quarteira, em que os espetáculos musicais, entre eles o Jazz, se popularizam e ainda durante a década de 1920 surge o Cinema Mariani, um barracão que fazia sessões de cinema, localizado na atual Rua Vasco da Gama.⁷ O uso deste espaço era marcado pelo cruzamento de turistas, que se alojavam em pequenas moradias na parte ocidental da Praia de Quarteira e os excursionistas vindos das cidades vizinhas de Loulé, São Brás do Alportel e Olhão (Pardal, 1996), que chegavam de comboio e autocarro. Apresentavam consumos diferenciados do território e das suas estruturas de lazer.

Quer no Casino, quer na Esplanada faziam-se sentir as distinções sociais: enquanto no rés-do-chão vibrava alegremente o «povo», o primeiro andar do Casino estava reservado para a «elite»; enquanto a parte voltada para a praia era frequentada pelos abastados, na parte contrária da Esplanada, na zona do campo

⁶ Tal como na Praia da Rocha em Monte Gordo, a Costa do Sol, a Costa de Prata e a Costa Verde; em Quarteira o acesso rodoviário e ferroviário a esta área foi determinante, tornando-se uma das primeiras apostas de turismo balnear em Portugal e de implantação de hotéis e casinos.

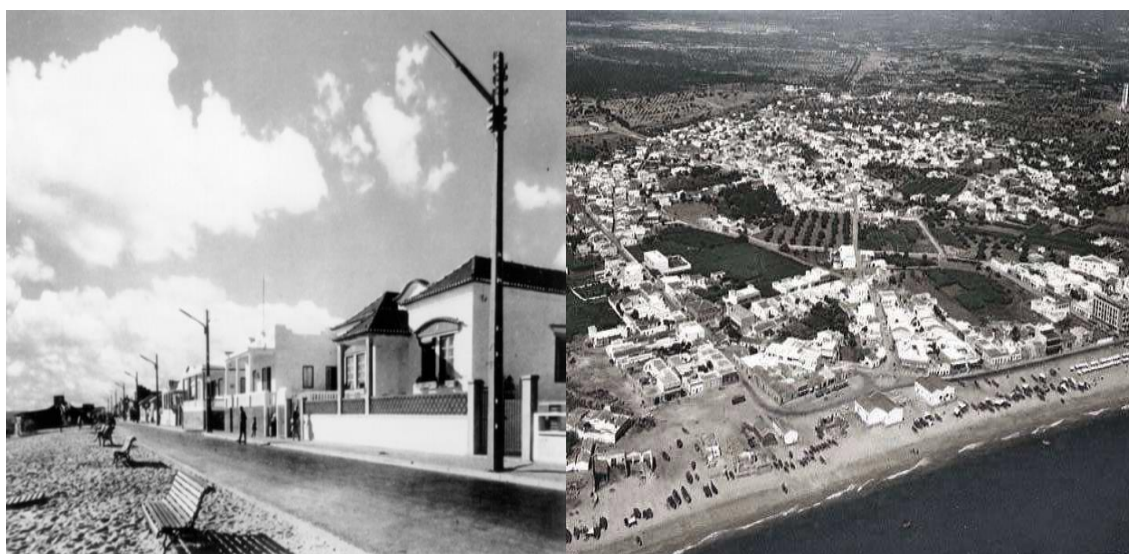
⁷ Este cinema foi reconvertido nos 1960 (Pardal, 1996) não existindo atualmente.

de ténis, realizam-se os chamados «bailes de sopeiras», obviamente espetáculos destinados aos menos bafejados pela riqueza. (Ramos: 2001, 20).

A importância de Quarteira como uma das primeiras grandes praias de acesso local e regional iria levar à constituição de uma estância de turismo aprovada pelo Estado. Essa instância regulada materializava-se em grande medida na construção de um bairro balnear, sob o Decreto-Lei 14874 de 1928, no sentido de lotear um conjunto de terrenos, permitindo a construção da atual marginal e de um conjunto de edifícios de baixa densidade.

A aprovação central do projeto dá-se em 1929, sendo firmado um contrato entre o Departamento Marítimo do Sul (em representação do Ministério da Marinha) e uma comissão de empreendedores locais, liderada pelo advogado local José da Costa Ascensão (Ramos: 2001, Santos:2013). A construção deste *bairro balnear* dá-se a partir de 1932, longe das áreas ocupadas por pescadores, junto das vivendas já ocupadas pelas elites “que já se tinham instalado anteriormente através da compra de casa de férias ou de arrendamento.” (DGSH, 1950 in Brito: 2009, 62 e 63).

Figura 32 Bairro Balnear em Quarteira nos anos e imagem nos anos 1970



Fonte: Blog do Turismo do Algarve e Madeira, 2006

Constituíram-se assim as bases para a criação de um “Núcleo Urbano Turístico”, (Brito: 2009, 126), em que já existia uma centralidade urbana pré turística. Esta tipologia urbanística de turismo apresenta-se como um modelo tradicional, anterior à ludificação balnear ocorrida no Algarve dos anos 1960/1970; criando uma área exclusivamente dedicada à atividade, com um planeamento específico. Os exemplos da

Costa do Sol entre Algés e o Estoril, as estâncias balneares de Espinho e Figueira da Foz, ou mesmo a criação de formas de turismo termal como as termas de Monchique, são exemplos destas formas anteriores de lazer balnear.

Acompanhando o início fulgurante ao nível ideológico do Estado Novo, em que Duarte Pacheco como louletano, deputado e futuro ministro era um elemento fundamental, percebemos uma tentativa clara de introduzir um pendor identitário e nacionalista neste projeto, sendo estes bairros balneares uma materialização deste regime que se queria consolidar, não só politicamente, mas também ao nível social e cultural. A própria nomenclatura das ruas, apresentadas em 1935 pela Junta de Turismo de Quarteira (Santos:2013,90) é flagrante nesta tentativa: 28 de Maio, Dr. Salazar, Engenheiro Duarte Pacheco e vários navegadores portugueses.

O primeiro instrumento de planeamento construído para a freguesia de Quarteira⁸ surge em 1942, o “Plano Geral de Arranjo da Praia de Quarteira” (Brito:2009, 62) a cargo da Direção Geral de Serviços de Hidráulica e Elétrica (DGSHE), que reconhece a existência de três classes de espaços: de habitação permanente para residentes, uma Zona Industrial de forma a apoiar as entidades ligadas às conservas de peixe que definham progressivamente e por fim uma Zona residencial orientada para o Turismo; contemplando o uso da praia para cerca de 4000 banhistas (Brito, 2009).

É nesse mesmo ano de 1942 que surge uma estrutura de restauração e bar que se torna emblemática na marginal recentemente criada, o café do Isidoro (Pardal, 1996), presente em muitas fotografias da época que nos mostraram, sendo que o mesmo proprietário passa a gerir 20 anos mais tarde a residencial Triângulo (Pardal, 1996), também existente atualmente. Em 1952 é de relevar a inauguração do Restaurante *Toca do Coelho* (Pardal, 1996; Relvas, 2010) na Avenida Infante Sagres, a Marginal de Quarteira, propriedade de José Coelho Júnior, empresário da freguesia louletana de Boliquireme e Presidente da Junta de Freguesia de Quarteira entre 1979 e 1984. Este é um elemento fundamental para perceber as transformações operadas neste território, tendo uma rua na freguesia de Quarteira com o seu nome, um agente determinante no

⁸ Que mais uma vez não foi aprovado centralmente pelo Governo, mas de alguma forma moldou a forma urbana que se foi criando.

processo de introdução turística no pós 25 de Abril, nomeadamente nas recém-criadas Juntas de Freguesia e órgãos políticos locais.⁹

O primeiro elemento que marca claramente o processo de diversificação urbana e turística de Quarteira passa pela criação em 1961 da SOTAQUA, Sociedade de Empreendimentos Turísticos de Quarteira, LDA (Santos, 2013; Relvas, 2010; Pardal, 1996).

Esta entidade foi criada por um conjunto de empreendedores louletanos, que promove um projeto imobiliário a cerca de 2 km da atual zona central da Praia de Quarteira. Dessa forma acaba por alargar o passeio marítimo dos anos 1930 até essa zona de construção. Acompanhando este esforço construtivo, a ligação da Praia de Quarteira à rede de abastecimento de água à freguesia dá-se em 1962 e um ano mais tarde dá-se a eletrificação da marginal junto à praia. (Santos, 2013)

Era a SOTAQUA– Sociedade e Empreendimentos Turísticos de Quarteira, e um organismo dirigido pela junta da freguesia intitulado —Junta de Turismo da Praia de Quarteira, que projetou um plano de urbanização da cidade que pretendia: fixar zonas de casas em blocos; construir zonas residenciais isoladas com extensas áreas descobertas; construção de edifícios turísticos que respondessem aos problemas da sede local; previa também a construção de estabelecimentos comerciais, balneários públicos, restaurantes, discotecas, uma secretaria de turismo, parque de campismo e um casino. (Relvas: 2010, 47).

O uso lúdico dos espaços litorais por parte de camadas sociais cada vez mais heterogéneas materializa-se também numa forma muito particular de turismo, o campismo. Junto da área de Fonte Santa, é inaugurado em 1962 um espaço para estes turistas, a cargo da empresa Orbitur, atual proprietária deste mesmo espaço, que mantém a mesma função atualmente. Os relatos que consultámos no Jornal “Voz de Loulé” referem recorrentemente uma crítica a este tipo de turismo, que descaracterizaria a freguesia e um tipo de turismo que se queria mais *elevado*.

A Praia de Quarteira aumenta ainda mais a sua afluência com o acesso progressivo de turistas que agora podiam passar o dia na praia e regressar a casa de

⁹ O restaurante transforma-se em Hotel *Toca do Coelho* em 1964 e foi aumentado em 1970 (Torres, 1996), sendo introduzida uma *boîte* ligada ao exterior, assim como de uma esplanada orientada ao mar. O hotel passou a chamar-se D. José em 1976, sendo atualmente o D. José Beach Hotel.

forma autónoma, utilizando o automóvel, que se generaliza cada vez mais entre uma recém-criada classe média que podia aceder ao automóvel privado.

Em 1966 dá-se a construção do primeiro paredão de separação entre a praia e a avenida marginal (Graça et al. 1996). Ao manter afastada a areia, foi possível criar um parque de estacionamento nas novas ruas criadas, em linhas paralelas à avenida marginal. A sua condição inicial era muito precária: o cruzamento de dois carros muitas vezes não era possível, as ruas não tinham passeios para os peões, sendo terminado em 1976 (Torres et al, 1996). Apesar das obras constantes até hoje, os galgamentos marítimos vão ocorrendo, apesar das tentativas de consolidação e aumento

Figura 35: Muro de suporte da praia e molho de pedras contra galgamentos



Fonte: autor

O final da década de 1970 é marcado por uma forte pressão construtiva, sendo visível no aumento de alojamentos, mas também das estruturas formais de hotelaria e restauração, entre eles o *Quarteira Sol* e o *Abertura-Mar* (ainda existentes) que aumentam a sua capacidade durante esta época.

Apesar destes operadores turísticos locais (com alguma dimensão) terem aumentado a sua capacidade turística, surgiram diversas pensões, cafés e restaurantes; particularmente depois de 1975, momento em que a freguesia, como nos confidenciou uma fonte implicada no processo, recebe um contingente importante de *retornados* das

ex-colónias portuguesas e que vão investir exatamente nestes negócios como empresários em nome individual ou mesmo em empresas familiares.

Apesar deste crescimento da edificação desenfreado, um aumento da população residente, que se instala permanentemente em resposta às necessidades do turismo e da sua expansão futura (construção civil), são algumas as críticas que começaram a surgir, nomeadamente na imprensa local. É afirmada a coexistência de dois polos urbanos:

um, baseado na florescente indústria turística, que se espalha nos prédios de vários andares, nos hotéis, nas casas comerciais, e no cosmopolitismo estrangeiro; outro ligado à vida do mar, que se vê na humildade das casas dos pescadores, nas ruas por pavimentar, na falta de pelo menos uma farmácia, na não existência duma necessária assistência médica, no problema dos esgotos e da água. (Voz de Loulé: 4 Setembro, 1974).

As críticas alargam-se a outros campos, como a substituição das vivendas rústicas do início do século XX por “ prédios enormes e inestéticos” (Torres et al: 1996,28) e a consolidação de um bairro de lata junto da praia, composto maioritariamente por contingentes de imigrantes de origem africana.¹⁰

Para além deste bairro persistiam ainda na década de 1970 um conjunto de barracas desmontáveis que serviriam de apoio aos turistas na praia, cujas condições de salubridade deixavam muito a desejar, nomeadamente nos despejos feitos, da inexistência de água corrente, em áreas de uso balnear particularmente usados por extratos sociais mais modestos, denegrindo a imagem desejada desse território por parte da atividade turística e da freguesia. (Torres et al: 1996). Os bombeiros apenas chegaram em 1978, mas no mesmo ano abre a primeira agência bancária da freguesia, a cargo do Banco Fonsecas e Burnay, uma instituição fundamental para compreender a massificação que se deu no futuro, nomeadamente em Vilamoura. (Graça e colegas, 1996).

As décadas seguintes são de densificação da construção, que uma visita atenta demonstra que se apresenta desocupada mesmo durante o Verão, Muitas destas habitações ainda estão em construção, sem que a sua finalização seja breve, decorrente do contexto de crise imobiliária e financeira que se fez sentir de forma bastante forte

¹⁰ Este bairro já foi desativado e a sua população foi realojada em 1997 no Bairro da Abelheira.

entre os setores que normalmente tinham solvência económica para poder ter uma segunda habitação.

O centro urbano de Quarteira materializa em grande parte um processo de democratização do acesso ao lazer balnear, um alargamento às classes sociais médias nacionais e estrangeiras que investem uma parte importante das suas poupanças numa casa de férias, perante um contexto de liberalização do acesso ao crédito bancário. Constantes notícias nos Media levantam este espaço como dual: a criação de uma economia turística florescente sem qualquer perspetiva planificadora que pudesse melhorar a visão que este território sugere, entrecruzado por manchas de pobreza e segregação urbana.

A qualidade do *espaço e desenho urbano* da Praia de Quarteira é comumente apresentado entre arquitetos, urbanistas e senso comum, como um espaço marcado pela má qualidade, num estilo bastante depreciativo dos usos dos solos da freguesia, criticando a reconversão de uma área de natureza piscatória em edifícios em altura, que até podem chegar aos 20 andares, como o caso das Torres Mira Mar.

Figura 36: Torres Mira Mar e edifício em construção abandonado



Fonte: Madeira, 2006 e autor

Muitas das ruas até nem tinham nome, sendo muitas vezes resultantes dos espaços intersticiais entre as edificações que iam surgindo, sem qualquer organização global do território. (Madeira, 2006).

Na verdade poderemos encontrar algumas semelhanças entre o processo de urbanização turístico na Praia de Quarteira e na Praia de Faro. Há claramente uma tentativa de construção de habitações em grande número, que se dirigiam para setores mais solventes das classes médias, no caso de Faro através da alteração progressiva, no caso de Quarteira acedendo ao crédito bancário.

Mas o tipo de edificação diferencia-os totalmente. Apesar das habitações de natureza sazonal da península do Ancão terem sido erigidas através de processos de alteração de barracas e casas desmontáveis de forma clandestina, sem o acompanhamento da municipalidade mas com a sua complacência; no caso da Praia de Quarteira o processo construtivo avançava antes de qualquer autorização, mas no final as habitações eram regularizadas administrativamente, integradas na gestão futura da municipalidade, mesmo que criando condições urbanísticas pouco desejáveis e uma certa densificação da edificação ligada ao acomodamento, alimentação e animação turística.

4.4 Vilamoura: uma reconversão agrícola no sentido do resort de alta qualidade

Apesar do grande investimento de empresários locais na freguesia de Quarteira desde o início do século XX, o mais importante desenvolvimento do turismo nesta área administrativa dá-se a partir de 1964, com a formação do *Resort de Vilamoura*. Neste caso estamos perante uma transição agrícola/turística de luxo, sendo que todas as parcelas do atual empreendimento de Vilamoura faziam parte da Quinta de Quarteira, uma unidade agrícola até 1964, que é comprada por um grupo económico particular e dessa forma transformada numa das maiores e importantes transições urbanas no contexto algarvio e português.

Vilamoura localiza-se entre o “Lugar Quarteira” e a Ribeira de Quarteira, na freguesia de Olhos de Água, Albufeira, sendo o seu centro urbano orientado em relação à marina. O projeto inicial previa um espaço com cerca de 1600 ha (foram encontrados vários registos que rondam este número), pensado para uma ocupação que rondava as 40 mil camas/turistas, uma população de 12000 residentes permanentes (Santos:2013; Cavaco:1996).

Este empreendimento é composto por campos de golfe, oferta residencial em moradias e apartamentos junto da marina artificial entretanto criada, gerida inicialmente pela Lusotur, a empresa responsável pela urbanização deste espaço, desde o marketing e imagem deste território, à construção, venda, arrendamento e organização de uma unidade urbana particular, constituindo um ex-libris do turismo algarvio.

Este território corresponde, tal como no caso de Vale do Lobo, ao *resort* criado nos anos 1960, ocupando 42,3% da área da freguesia de Quarteira (Censo de 2011), com cerca de 16km² dedicados exclusivamente ao acomodamento e lazer balnear (Santos, 2013), perante 2,5 km de praia. Está localizada no limite ocidental da freguesia de Quarteira; correspondendo a apenas 2,9% de todo o território de Loulé.

Figura 38: Imagem aérea de Vilamoura com separação da malha urbana de Quarteira (à direita)



Fonte: Jordi Nofre

Figura 37: Cartaz publicitário de Vilamoura nos anos 1970 e plano inicial

Em 1960 este espaço era denominado de “Quinta de Quarteira (Censo de 1960), que tal como noutros exemplos de urbanização turística está presente uma transição formal de uma unidade territorial específica - uma parcela agrícola - diretamente para o Lazer balnear de aproveitamento imobiliário com uma forte integração do golfe, dominando todas as utilizações deste espaço.

Esta quinta de produção agrícola tem o seu ponto inicial em 1472, quando o rei João II, por meio de escritura oficial reconhece à família Barreto a propriedade deste espaço, onde se instala a primeira exploração de cana-de-açúcar do reino e de outros produtos agrícolas (Pardal et al, 1996; Torres et al, 1996; Madeira, 2006; Cavaco, 1996). A cedência destes territórios marginais durante a Idade Média, era um fator de organização de todo o território, usado por uma família nobre, com boas ligações com o rei, controlando as fronteiras recentemente criadas:

É-nos impossível falarmos de Quarteira, sem nos vir à mente a Quinta ou Morgado de Quarteira, pois o povo (aldeia, sede de freguesia) foi construído em terras do conde da Azambuja, D. Augusto Pedro de Mendonça Rolim de Moura Barret, que as aforrou aos habitantes da povoação. A Quinta de Quarteira chegou à ilustre família dos Barretos por escritura de escambo do rei D. João II, em Fevereiro de 1472. (Pardal et al: 1996, 8)

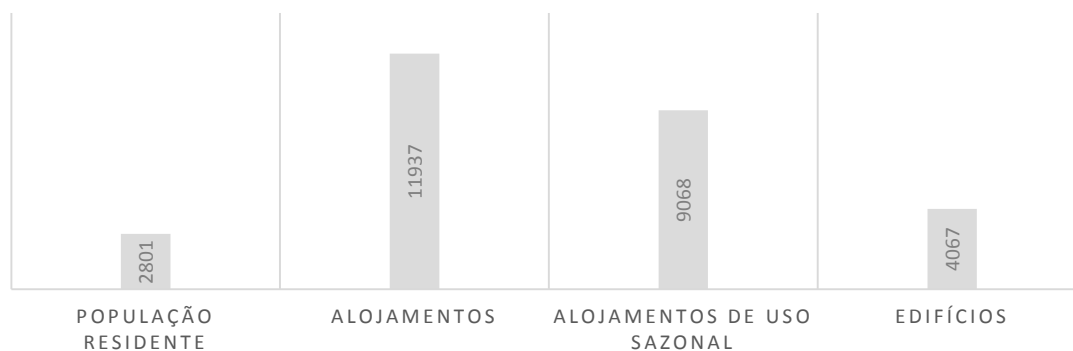
As transformações operadas durante o início do século XX, nomeadamente na afirmação de uma Burguesia local, também têm o seu desenvolvimento na Quinta de Quarteira. Em 1929 este território já era propriedade da família Fialho a última proprietária agrícola da Quinta de Quarteira. Estes propunham-se a produzir produtos agrícolas de uma forma racional, sistematizada e integrada no mercado, complementando outros negócios como as indústrias transformadoras de peixe (Santos, 2013; Cavaco, 1996).

Na verdade esta era uma exploração de natureza capitalista, em que é introduzida a cultura do arroz, onde são efetuados trabalhos de dragagem da Ribeira de Quarteira, possibilitando assim o aumento da sua área de produção. Em resposta a este processo deu-se a atração de jornaleiros de áreas vizinhas do barrocal, na preparação e cultivo das terras, mas também na apanha e seca de frutos como o figo. Esta era igualmente uma área de introdução de maquinaria, caso raro na precoce industrialização em Portugal e em particular no Algarve, na transformação de tomate e pimento, elementos fundamentais para as conservas de peixe. Apesar deste uso racionalizado numa parte da quinta, permaneceu uma natureza mista do território, sendo arrendados alguns quartos (uma área de 1 ha) a pequenos agricultores (Cavaco, 1996).

A Quinta de Quarteira alterou-se profundamente nestes últimos 50 anos. Em 1960 correspondia apenas a uma exploração agrícola, composta por apenas 9 edifícios,

5 alojamentos e uma população composta por reideiros e trabalhadores rurais (Cavaco, 1996) na ordem dos 30 indivíduos (Censo de 1960).

Gráfico 28: População Residente, Alojamentos, Alojamentos de uso Sazonal e Edifícios em Vilamoura em 2011 (N)



Fonte: Censo de 2011

A sua forte orientação no sentido do alojamento turístico sazonal, leva a que esta área apresente uma baixa ocupação residencial. Desde 1960 houve um aumento populacional significativo na antiga Quinta de Quarteira. Mas a população que se concentrou, na sua maioria de nacionalidade estrangeira ou portuguesa apresenta uma grande disponibilidade de capital económico e escolar, concentrando 30% dos residentes no concelho de Loulé com o ensino superior. (Censo de 2011). Em termos laborais apresentava em 2011 uma dominância do setor terciário com 88,9% e uma taxa de desemprego de 15,4% (Censo de 2011).

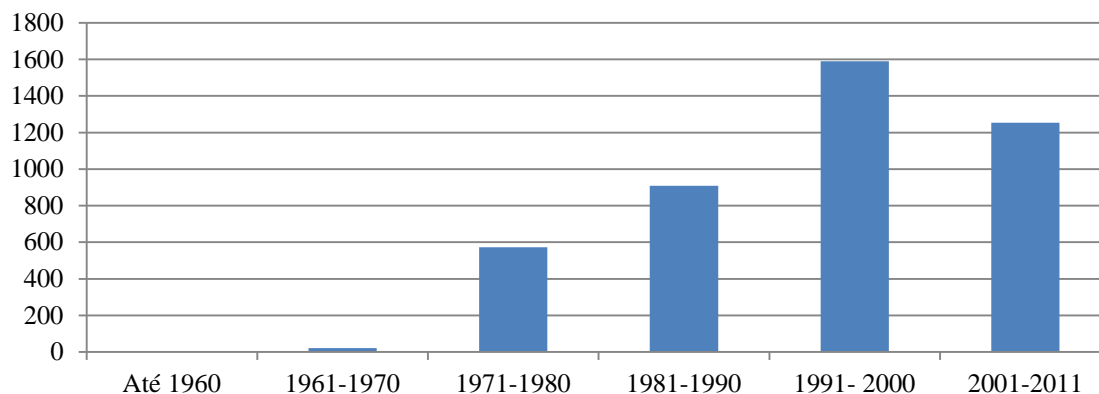
Os registos relacionados com o alojamento demonstram uma evolução muito forte desde os 5 alojamentos em 1960 (Censo de 1960), para os 11937 existentes em 2011, em que apenas 10,3% apresentam um uso permanente.

As habitações dividiram-se em zonas residenciais e baixa densidade nos pinhais juntamente com os campos de golfe, zonas residenciais com média densidade a formar em aldeamentos, com características próprias e área de habitação palafita no vale. Em termos ambientais previu-se a manutenção de uma estrutura verde contínua, para proteção e desenvolvimento da vida selvagem; a manutenção de uma área agrícola; a definição de uma zona específica para atividades industriais ligeiramente à entrada de Vilamoura. (Lusort, sd.)

A observação do território e a recolha de dados censitários demonstra que claro que a tipologia *Villa* é claramente maioritária, correspondendo os edifícios com 1 ou 2

andares a 72,5% de todo o edificado existente em 2011, sendo que introdução mais contemporânea (década de 1990) de edifícios de mais de 5 andares representa apenas 3,3% dos edifícios existentes (Censo de 2011).

Gráfico nº 29: Número de Edifícios existentes construídos por década em Vilamoura



Fonte: Censo de 2012

Entre 1960 e 2011 a transformação na edificação foi extraordinária, passando a 4067 edifícios existentes no último censo, sendo 95,7% de natureza exclusivamente residencial, denotando o seu uso como acomodamento (Censo de 2011). Representam 43% de todos os edifícios em Quarteira e 11,8% de Loulé (Censo de 2011). Em termos ecológicos, a empresa promove a ideia que as construções ocupam apenas 6% do território, sendo o restante complementado com espaços públicos e áreas verdes (maioritariamente campos de golfe).

Dos edifícios existentes em 2011, apenas 0,5% foram construídos entre o início do empreendimento em 1964/65 e 1970. Apesar do incremento que se faz entre 1971 e 1991 em que é construído 36% do atual edificado, é nas últimas décadas que se tem sentido um aumento da edificação, sendo construído o restante parque edificado, um processo que é claramente diferenciado dos casos apresentados anteriormente.

Uma das marcas determinantes deste espaço é a integração de uma grande parte dos campos de golfe existentes no Algarve atualmente, usado como um dinamizador da edificação em regime de residência secundária. Deste modo permite a alguns reformados com algum capital económico, passar um período final de vida *permanentemente em férias* e num espaço social tão simbolicamente distintivo como aqueles em que o golf é praticado, uma marca indelével do caminho percorrido no sentido da gentrificação física e social deste território.

A existência de tanto espaço onde a edificação não é permitida nasce de uma tentativa inicial de manter alguns dos usos agrícolas anteriores, que tal como no caso da Praia de Quarteira, não teve grandes frutos; não havendo qualquer atividade agrícola e industrial neste território atualmente.

Apesar das transformações de natureza produtiva que a Quinta de Quarteira sofreu durante o final do século XIX e primeira metade do século XX, o elemento mais marcante para pensar este território na contemporaneidade dá-se a partir de 1964 quando este terreno agrícola é vendido a Cupertino de Miranda, criando Vilamoura. (Pardal, 1996; Cavaco, 1996; Santos, 2013; Ramos, 2001; Duarte et al., 2004; Madeira, 2006; Lobo: 2010).

Figura 39: Cartaz e plano de Vilamoura

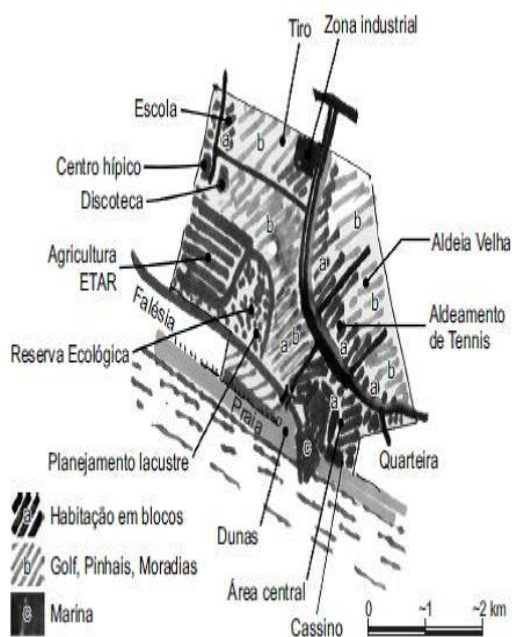


Figura 4 Esquema do plano.

Fonte: Blog do Turismo do Algarve e Duarte et al. 2008

Este é um dos maiores *economic players* do final da década de 1960 em Portugal, que se consolida na indústria (Grupo Covina) e Banca (Banco Português do Atlântico), apesar da sua orientação nesta década para o imobiliário e o turismo. O pagamento dos cinco milhões de euros (Torres et al, 1996) referentes ao custo da Quinta de Quarteira foi assegurado dentro do próprio grupo, usando o banco como intermediário.

Contudo dado o valor e extensão do património existente em 1947, começou uma guerra de partilhas da parte não industrial que culminou com um complicado e longo processo nos tribunais. Os edifícios, propriedades e a carteira de títulos, foram retirados à empresa, por meio de truques jurídicos - contabilísticos. É nesta fase que assistimos à venda pelos herdeiros de Júdice Fialho da Propriedade Quinta de Quarteira, que foi vendida a um banqueiro, a Arthur Cupertino de Miranda, com o intuito de criar nesse local, o maior empreendimento turístico privado da Europa. É então, a 27 de Outubro de 1964, que a nova sociedade privada, a Lusotur – Sociedade de Turismo, S.A.R.L (presidida por Cupertino de Miranda), muda o nome de Quinta da Quarteira, para Vilamoura (nome atual). (Lusort, s.d)

Num período muito curto, este espaço assiste a transformações que o iam marcar até hoje. Entre 1964 e 1966 é comprada a propriedade, é registada a Lusotur como empresa que se propunha a urbanizar o espaço e apresenta um projeto que é aprovado em 1966 (Santos:2013; Brito, 2009), um período diminuto muito incomum no que toca ao planeamento em Portugal, principalmente desta época.

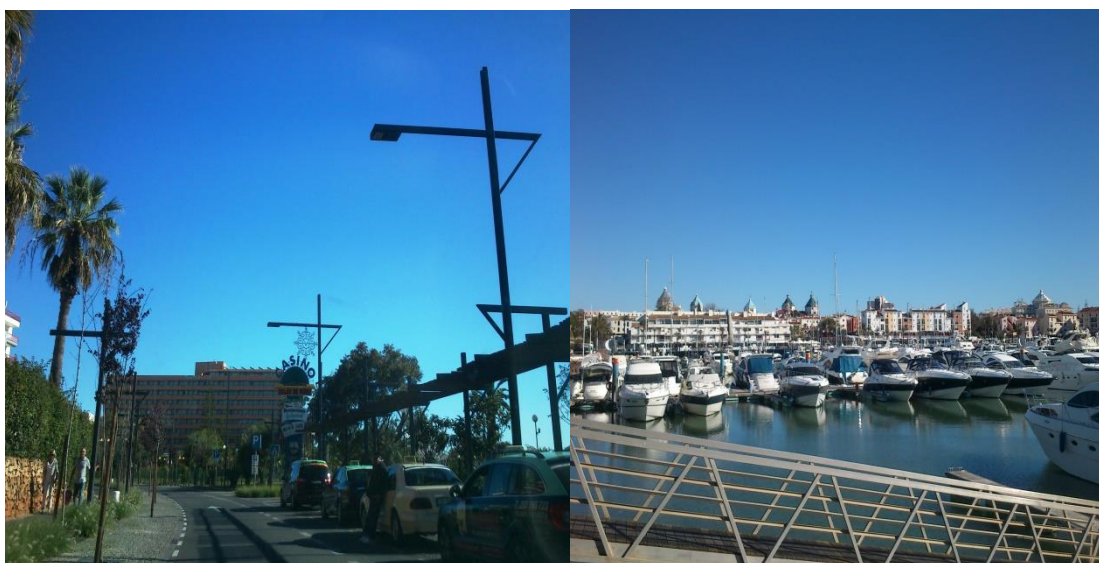
Este processo de urbanização turística foi visto desde o seu início como uma coqueluche do turismo algarvio, sentido que perdura hoje. Aproveitou a aprovação do DL 46673 de 1965, que “Concede às autoridades administrativas responsáveis os meios legais que as habilitem a exercer eficiente intervenção nas operações de loteamento urbano.” (DL 46673), criando uma sinergia entre a autorização da Direção Geral dos Serviços de Urbanização e a intervenção ativa da municipalidade de Loulé (Santos, 1995). Com um capital inicial de cerca de 800 mil euros (Santos:2013), a Lusotur iria orientar-se claramente para o mercado residencial de *top*, associado à marina que futuramente seria criada.

Esta marina criada artificialmente, criou um atrativo extra para este empreendimento, a aproximação ao turismo náutico e uma beleza particular ao local, mas promoveu igualmente, algumas consequências nos territórios adjacentes, nomeada na tão recorrente questão associada à falta de areia nas praias e consequentes fenómenos de galgamento:

Do ponto de vista da erosão, a expansão de Vilamoura afetou gravemente o areal de Quarteira, colocando em risco extremo alguns edifícios. Com efeito, a construção da marina de Vilamoura, com as respetivas obras de regularização da foz da Ribeira de Quarteira e dos molhes de embocadura do porto de recreio, não

só criaram uma forte tensão com os pescadores, há muito reivindicando um porto de pesca e de abrigo, como com todos os interessados nos negócios de veraneio, e acima de todos o do imobiliário, pois as obras da marina haviam interrompido a normal alimentação em areias na praia pelas correntes oeste-este e era visível o recuo do areal frente aos prédios. Em 1974 foi inaugurado um campo de esporões, que estabilizou o areal, embora tenha acentuado a erosão para leste, frente ao resort de Vale do Lobo. (Schmidt et al.: 2012, 12)

Figura 40: Casino e Marina de Vilamoura



Fonte: autor

Esta transformação passou pela transformação de uma frente marítima e fluvial, através da drenagem de zonas húmidas que permitiram um aumento da superfície edificável, a dragagem da Ribeira de Quarteira permitindo uma melhor navegabilidade e uma ligação à marina entretanto criada para o Turismo Náutico de excelência. O ambiente de distinção associado a esta última estrutura de lazer inaugurada em 1971 (Torres et al: 1996, 31), com espaço para 1000 embarcações (muitas delas veleiros e barcos de grande envergadura) e 20 ha de superfície (Santos, 1995) marca fortemente esta área, tornando-se o seu centro urbano e uma peça fundamental no empreendimento turístico.

Em sua volta a edificação tem sido implantada, sendo aquela que apresenta um elemento mais distintivo, pela proximidade aos locais de lazer, como o Casino de Vilamoura e restante animação em discotecas e bares, em que a influência anglo-saxónica é determinante. Também é junto da marina que se encontra a praia da Falésia, a estrutura balnear de suporte de Vilamoura de acesso livre, mas onde o uso desse

espaço é condicionado por um conjunto de concessionários que ocupam a praia e comercializam o *lugar ao sol*; apostando fortemente na dinâmica de animação em *sunset*. Este é um elemento distintivo de Vilamoura, onde os utilizadores frequentes do empreendimento se encontram com outros visitantes durante as festas de música eletrónica, que têm como palco a praia e os quiosques concessionados.

Figura 40: Festas *Sunset* em regime *botellón* na Praia da Falésia



Fonte: autor

Será importante reportar que a construção da marina implicou a deslocação dos pescadores da área para oriente, afastando-se da náutica de recreio e dos seus utilizadores. É construído um porto de abrigo para acomodar os barcos da remanescente comunidade piscatória de Quarteira, uma fronteira visível clara entre Vilamoura e a Praia de Quarteira, operando claramente um fenómeno de diferenciação entre diferentes *navegadores*.

O processo de urbanização de Vilamoura destaca-se pela qualidade e estética do edificado, um caso apresentado como positivo de transição funcional e económica, em que o cuidado no planeamento foi constante, no sentido de construir um espaço de acesso reservado a determinados estratos sociais que poderiam *pagar essa qualidade*.

Esta preocupação está presente na escolha do Prof. Costa Lobo do Instituto Superior Técnico como urbanista principal do início de Vilamoura, mas também nos diferentes concursos internacionais que a Lusotur lançava à União Internacional de Arquitetos no sentido de urbanizar as áreas envolventes à marina, procurando os

melhores objetos arquitetónicos, que inferissem um elemento distintivo a este novo território turístico (Santos, 1995).

Percebendo a importância que a manutenção de um relato histórico tem nos lugares turísticos, durante a criação de Vilamoura foram encontrados alguns vestígios de ocupação romana. Estas ruínas tornaram-se mais um motivo de visita a este espaço, tendo estes empreendedores turísticos uma atitude inteligente, em que a qualidade do edificado e arranjos exteriores é determinante, mas em que a gestão do património existente pode criar uma distinção entre competidores.

O incremento da atividade turística na região durante a década de 1980, levou a que os promotores da Lusotur aceitassem rever o planeamento da área, orientando-se para a construção em altura, associando-se a outros exemplos de massificação turística que estavam a ocorrer noutras partes do Algarve. Este processo implicava uma revisão nas formas de planeamento e da condição social dos utilizadores desta área, associada aos ventos de mudança que se faziam sentir que promoviam a densificação e aumento de utilizadores na ordem dos 35000, mais de metade da capacidade inicial. (Veiga e Guerreiro, 2000).

Em 1996 dá-se uma inversão no caminho escolhido na década de 1980, reorientando de novo para a construção de habitações unifamiliares de forma dispersa pelo território, entrecruzada pelos campos de golfe, permitindo uma separação física entre as diferentes moradias, obrigadas a manter distâncias específicas em relação ao limite do lote, criando a ilusão de espaço não densificado. Este retorno materializa-se no projeto Vilamoura XXI (que ainda hoje pretende urbanizar a área em frente da praia da Falésia), mas também na entrada de André Jordan pela sua experiência na promoção de alojamento turístico de alta qualidade na área da Quinta do Lago (Veiga e Guerreiro, 2000) na gestão da Lusotur.

A Lusotur apresentava no final da década de 1990, já sob a gestão de André Jordan¹¹, Vilamoura como um empreendimento orientado para *reformas douradas* de nacionais do norte da Europa, mas também de algumas elites locais que escolhem este território como espaço de residência de luxo. É desde logo demonstrado o tipo de

¹¹ Que entra para a gestão do grupo em 1995 após a venda de ações da Lusotur pelos herdeiros de Cupertino de Miranda, replicando o processo que já se tinha dado no caso da família Fialho e da compra da Quinta de Quarteira.

negócio desenvolvido, a venda de lotes de terreno urbanizáveis e já urbanizados, integrados num objeto de planeamento coletivo aprovado a empresas imobiliárias que as distribuem pelo mercado, sempre com a segurança de aprovação do projeto imobiliário e uma forte componente na reprodução de capital.

Uma das fontes contactadas que é residente sazonal em Vilamoura, referiu-nos que a organização presente desde o início foi uma das razões que a levou a comprar um apartamento junto da marina. Indicou-nos que inicialmente iria comprar um lote de terreno junto da área da Quinta do Lago (que ainda não tinha sido urbanizado, processo que só se daria na década de 1970), mas acabou por desistir face à dificuldade futura de legalização da construção nessa área, optando por Vilamoura.

Face às dificuldades encontradas na área do financiamento, o grupo é vendido à Catalunya Caixa Imobiliária em 2006, passando a designar-se por Lusort.

Mais uma vez, encontramos um processo particular de acumulação de capital faseada, marcada por uma venda futura. Os herdeiros de Cupertino de Miranda veem os seus ganhos económicos fragmentados após 1974, acabando por vender Vilamoura a um novo major player, Andre Jordan. Também este agente, depois da reprodução de capital durante 13 anos e vendo a chegada de uma crise de imobiliário, vende-a a um banco cuja saúde financeira depois da crise de 2008 não é a melhor, sendo intervencionado pelo governo espanhol de Rajoy e pelo Fundo Monetário Internacional. Mais uma vez é encetado um novo aumento no processo de construção de novas moradias, agora sob a designação de *cidade Lacustre*.

Figura 39: Cidade Lacustre em Vilamoura



Fonte: Site Lusort

Numa envolvente única, a Cidade Lacustre será construída sobre lagos e canais navegáveis. As construções nascem sobre o espelho de água e os longos passeios pedonais cruzam os lagos interligando as diferentes zonas comercial, turística e residencial com a atual Marina e a praia. Este será sem dúvida um projeto único e pioneiro em Portugal, imagem de marca não só da nova Vilamoura, mas também do panorama turístico nacional e internacional. Localizada junto à actual Marina de Vilamoura, à praia da Falésia e ao Parque Ambiental, a Cidade Lacustre está igualmente rodeada por magníficos campos de golfe. Este projeto visionário, desenvolvido pelo prestigiado estúdio de arquitetura de Rafael de la Hoz, garante uma integração harmoniosa no meio envolvente numa área total de 1.680.000 m². (Lusort, site oficial, s.d).

É o Grupo Lusort que revê o projeto Vilamoura XXI e cria um novo, que implica mais uma vez um aumento da capacidade de instalação de alojamento turístico, mesmo que uma parte importante deste esteja desocupado em resultado da crise económica em Portugal desde 2011. Este projeto propõe a criação de uma Veneza portuguesa, onde os turistas náuticos poderiam entrar diretamente desde o oceano até dentro desta área urbana, nomeadamente através do alargamento da Ribeira de Quarteira e da criação de canais navegáveis

Um aumento que implica uma ocupação de cerca de 10% do território de Vilamoura, numa área ocidental até agora desocupada. A observação do território permitiu perceber que os futuros arruamentos já existem, divididos através de lancis, mas que a construção de novos fogos ainda está longe de arrancar, materializando uma crise imobiliária que ainda persiste.

Vilamoura apresenta-se como um exemplo claro dos resultados ao nível do território das alterações na estrutura económica e produtiva: inicialmente uma propriedade agrícola integrada num sistema económico e social durante a idade média, que passa a ser uma unidade produtiva capitalista durante o século XIX e que por sua vez na década de 1960 é revendida a uma empresa de promoção turística e imobiliária, a Lusotur; criada para o planeamento, construção, venda e gestão do parque imobiliário e da marina de um novo empreendimento turístico.

A transformação económica, cultural e social da antiga Quinta de Quarteira correspondente a uma nova estrutura de capital, com um novo negócio, que substitui (mais uma vez) uma antiga organização empresarial de natureza familiar; um elemento

recorrente na economia portuguesa dos últimos dois séculos. A transformação não se deu apenas no que toca aos usos do solo, mas também da sua massa laboral (não residente em Vilamoura), orientada agora para os usos lúdicos associados ao golfe, turismo náutico e consumo em estruturas hoteleiras de *5 estrelas*.

Ao mesmo tempo apresenta-se como um exemplo de Urbanização turística orientado para classes sociais e económicas mais altas, onde não poderia faltar um casino, constituindo-se como um dos *resorts* turísticos mais exclusivos da região e do país, cuja diferenciação se faz pelo preço, sendo recorrentes a sua associação a palavras como distinção, exclusivo, individual.

4.5 Considerações finais sobre a Praia de Faro, Vale do Lobo, Praia de Quarteira e Vilamoura

Depois de enunciarmos alguns dos indicadores de natureza estatística que nos permitem analisar o processo de urbanização turística no Algarve e a sua particularidade sazonal, apresentámos neste capítulo alguns estudos de caso em que a dinâmica espacial é determinante, em que as transformações territoriais implicaram uma transformação de natureza morfológica, afetando o uso social particular destes lugares.

Uma vez que a região do Algarve apresenta uma linha de costa com mais de 100 km, seria necessário escolher alguns casos significativos, seguindo a linha que traçámos anteriormente de dar mais atenção em particular às transformações de natureza turística nos territórios litorais de Faro, Loulé e Albufeira, um triângulo urbano marcado por formas de conurbação urbana, uma aglomeração territorial, económica, política e social em particular. Ao mesmo tempo foi necessário compreender as condições particulares de implantação turística, criando desta forma uma tipologia de natureza territorial.

Nesse sentido, a Praia de Faro é apresentada como um exemplo de turistificação em que o processo de transformação espacial se deu num contexto de informalidade, orientado inicialmente para classes médias locais, mas que se generalizou entre a elite farenses. É um exemplo claro de uma transição informal piscatória/turística de segundas habitações, num contexto bastante controverso e de forte crítica por parte dos restantes residentes de Faro, que se sentem afastados da *sua* praia, da academia das ciências naturais e do território, do poder político centralizado em Lisboa e dos Media, acerca

daquele que foi considerado um dos piores exemplos de transformação urbana e turística no país.

Em segundo lugar e seguindo a linha de mar em sentido ocidental surge resort de Vale do lobo criado em meados da década de 1960 e implantado num espaço que até aí era desocupado e sem ocupação humana. Este é o primeiro resort no Algarve a ser autorizado pelas entidades reguladoras, em 1962, não estranhamente no ano em que é aprovada a construção do aeroporto internacional de Faro. Está integrado no chamado *Golden Triangle*, que agrega igualmente o *resort* do Ancão e da Quinta do Lago. Nas três situações está bem presente a constituição de um território orientado para classes sociais mais altas, num contexto territorial marcado pela inexistência de pessoas e atividades económicas muito marcantes, um espaço desocupado que é progressivamente integrado na chamada Imobiliária do Lazer (Brito, 2009).

Em terceiro lugar não poderíamos esquecer a constituição de uma cidade e freguesia orientada exclusivamente para o Turismo, Quarteira, como um exemplo de transformação formal e legal de uma comunidade piscatória, criando uma cidade quase totalmente dominada pelo fenómeno turístico. Desde a década de 1920 desenvolveu-se uma utilização balnear das águas marítimas na Praia dos Pescadores. Este processo desenvolveu-se de uma forma dupla, como duas faces de uma mesma moeda.

Por um lado, a constituição de uma área de forte densidade populacional e turística, marcada pela introdução de edifícios em altura em que ficam alojados turistas e residentes de segunda habitação de classes sociais médias nacionais e estrangeiras. Neste caso estamos perante uma transição piscatória/turística massificada, que ao contrário do caso da Praia de Faro deu-se num contexto formal e legal, sendo as construções aprovadas pelos órgãos autárquicos desde a década de 1940.

Tanto a Praia de Faro, como a da Praia de Quarteira, apesar das suas diferenças de natureza jurídica e administrativa, apresentam lógicas comuns: em ambas estão presentes populações em férias que são residentes nas cidades de Faro e de Loulé ou portuguesas, particularmente entre setores da classe média, cuja ascensão económica durante a década de 1970/1980 permitiu a compra de uma segunda habitação. Ao mesmo tempo estes dois territórios materializavam um processo de ludificação anterior à década de 1970, particularmente entre as populações residentes do Algarve, que começam a usar estes espaços de forma lúdica desde as décadas de 1920/1930.

Do outro lado, nos limites administrativos da freguesia de Quarteira com Olhos de Água em Albufeira, desenvolveu-se um processo de turistificação completamente diferente do acima referido. Vilamoura é um empreendimento turístico gerido por uma empresa privada, atualmente a *Lusort*, cuja dinamização urbana e turística é marcada pela qualidade e beleza do seu edificado, da divulgação do modelo construtivo em *villa*, da existência de uma marina orientada para a navegação de lazer e do uso deste espaço por de elites de natureza económica, que aqui desejam passar momentos de lazer e descanso. Neste caso estamos perante uma transição agrícola/turística de luxo, sendo que todas as parcelas do atual empreendimento de Vilamoura faziam parte da antiga Quinta de Quarteira, uma unidade agrícola até 1964, que é comprada por um grupo económico particular e dessa forma transformada numa das mais transições urbanas no contexto algarvio e português.

Uma peça fundamental deste processo de alteração terá de ser relevado: até 1974 a Direção Geral de Urbanização e o Presidente do Conselho de Ministros (que tinha a palavra final sobre a aprovação) e depois de 1974 as Municipalidades; permitem esta alteração de função territorial, o que leva a que estas instituições tenham de ser consideradas como um importante fator deste processo. Esta turistificação da periferia, devido à sua natureza exclusivista e orientada para classes sociais mais altas, não levou à constituição de áreas urbanas conectadas num *continuum* com os antigos centros das cidades algarvias, mantendo o seu aspeto de dispersão no território.

Três casos flagrantes deste processo são os empreendimentos turísticos da área apelidada pelo sector imobiliário de Golden Triangle (Quinta do Lago, Almancil e Vale do Lobo), dinamizados e geridos por empresas privadas como a Vale do Lobo Resorts (Vale do Lobo), de alguma forma fechados ao exterior. Segundo Brito (2009) esta foi a marca mais particular na urbanização turística do Algarve, que levou à constituição de polaridades turísticas /residenciais/ económicas, num desenho fragmentado. Esta forma de urbanização dispersa e extensiva está relacionada com a concessão não planeada de LU's (Licenças de Urbanização) a partir da segunda metade dos anos 1960, como instrumento de transformação do território e de criação de um espaço desorganizado e disperso, surgindo daí algumas consequências importantes.

Estas áreas não estavam salvaguardadas por objetos de planeamento eficazes, uma vez que tinham uma baixa ocupação humana, sendo que a facilidade de licenciamento da construção acabou por comprometer um conjunto de preceitos de ordem ecológica,

paisagística, mas também da região como um todo. Em resposta aos processos de dispersão da construção, surge um conjunto de objetos de planeamento bastante restritivos, o que levou a um processo de concentração excessiva da atividade turística em determinados espaços, o como na Praia de Quarteira, Albufeira, Armação de Pera ou Praia da Rocha, materializada em edifícios em altura e alta densidade turística, estradas, hotéis e parques temáticos.

Esta é a primeira dinâmica da nossa metropolização sazonal no Algarve, a sua dimensão espacial, na verdade a essência que leva os turistas até ao Algarve. Seguidamente propomos a análise do contexto lúdico de urbanização turística do Algarve.

5. DIMENSÃO PRODUTIVA E LABORAL DA METROPOLIZAÇÃO SAZONAL: DINÂMICAS DE DIVERSIFICAÇÃO NO ALGARVE

A transformação da estrutura produtiva no Algarve foi reconfigurada a partir da década de 1960, através da exploração económica de um modelo turístico de Sol e Mar, em que as ocupações dedicadas aos sectores da edificação, promoção imobiliária, comércio, hotelaria e restauração, são determinantes.

O maior contingente de trabalhadores dedicados diretamente ao turismo encontra-se ligado à estrutura hoteleira, a atividade clássica de referência quando abordamos os trabalhadores ligados ao fenómeno turístico. No Algarve estes tiveram um aumento extraordinário desde a década de 1960, que iremos mais à frente explicitar, mas o maior empregador da região, não é qualquer hotel ou empreendimento turístico, é o aeroporto de Faro. Torna-se fundamental compreender a importância desta estrutura no desenvolvimento do turismo, como catalisador de viagens para o Algarve, mas também, e fundamentalmente neste campo, a mais importante infraestrutura aglutinadora de trabalhadores na região.

Quando nos deslocámos permanentemente até à Praia de Faro, percebemos que muitos dos seus utilizadores de inverno, nomeadamente os surfistas, tinham uma ocupação profissional em que sobressaía as ocupações ligadas ao turismo, tal como os restantes trabalhadores no Algarve. Mas não tinham contacto direto com os turistas, as suas ocupações profissionais eram realizadas num contexto de bastidor. Ao mesmo tempo, estes eram elementos fortemente marcados pela sazonalidade e precariedade nos vínculos contratuais, uma questão predominante nos regimes laborais pós-fordistas.

Nesse sentido avançámos na observação etnográfica destes agentes, seguindo os seus momentos de lazer, em que íamos perguntando como se sentiam em relação a este contexto profissional, como lidavam com a sazonalidade e como, face à sua ocupação profissional temporária, geriam o restante tempo.

Esta é a segunda dimensão do conceito de Metropolização Sazonal que gostaríamos de explorar, podendo desta forma aproximar-nos de alguns elementos particulares da população residente do Algarve: a sua ocupação profissional em determinadas áreas de atividade, a diversificação produtiva da economia regional.

5.1 Dinâmicas de diversificação profissional e produtiva no Algarve entre 1960 e 2011

No caso do Algarve, a concentração industrial (ao contrário de outros exemplos de turistificação) não era dominante nas ocupações laborais, nem em termos de ganhos económicos, apesar da importância relativa de algumas indústrias de transformação de peixe, existentes em alguns territórios litorais.

Figura nº 27: Pescadores na Praia de Quarteira em 1960



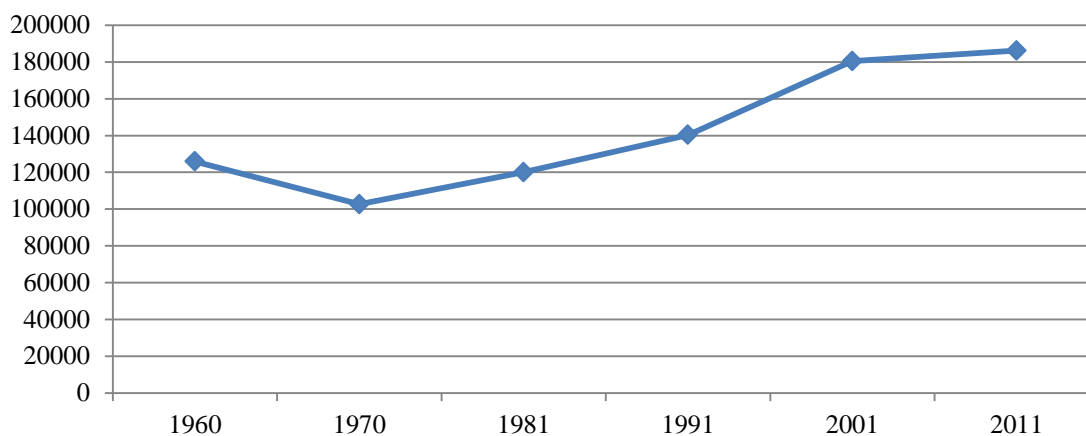
Fonte: Blog do Turismo do Algarve (acedido em Dezembro de 2014)

Desta forma o Algarve contraria o modelo internacional de reconversão industrial, generalizado em várias cidades pós-industriais como Barcelona, Londres ou Nova Iorque. As grandes transformações nas ocupações laborais no Algarve deram-se principalmente através da deslocação da força de trabalho dos sectores de atividade tradicionais, a pesca e da agricultura, no sentido da construção civil e serviços relacionados com a atividade turística e não sendo uma reconversão pós-industrial.

Esta transformação promoveu uma forte dinamização do terceiro sector através da multiplicidade de atividades associadas ao turismo desde os serviços aeroportuários, o transporte privado rodoviário, o alojamento, os serviços associados ao consumo, dinamizadas pela iniciativa privada, num campo de forte reprodução de capital, desde a imobiliária à hospitalidade.

Representando cerca de 4,2% da população ativa empregada e do PIB em Portugal, os trabalhadores residentes no Algarve produziram 37,1% do VAB (Valor Acrescentado Bruto) em 2010 em Portugal (Censo de 2011). Ao mesmo tempo, no que se refere ao PIB/*per capita*, em 2012 o Algarve apresenta um valor de 16,774 milhares de euros, superior em 3,2% à média nacional.

Gráfico 14: Evolução da População Economicamente Ativa e Empregada no Algarve (N)



Fonte: Censos de 1960, 1970, 1981, 1991, 2001 e 2011

No último processo de recenseamento censitário, o país e a região eram marcados pelo desenvolvimento de uma forte crise económica, resultante numa taxa de desemprego de cerca de 15% em 2011, quando em 2001 o desemprego total era apenas de 6,2%, sendo que 40% destes desempregados em 2011 tinha entre 25 e 39 anos, (Censo de 2001 e 2011).

Observando o gráfico anterior evidenciam-se alguns elementos determinantes para perceber as alterações de natureza laboral e económica na região do Algarve. Tal como no caso da população residente, também a população economicamente ativa empregada no Algarve reduz o seu número entre 1960 e 1970 em resultado das migrações e do contexto de guerra colonial, reduzindo em 18,6 % os seus efetivos entre censos (Censos de 1960 e 1970).

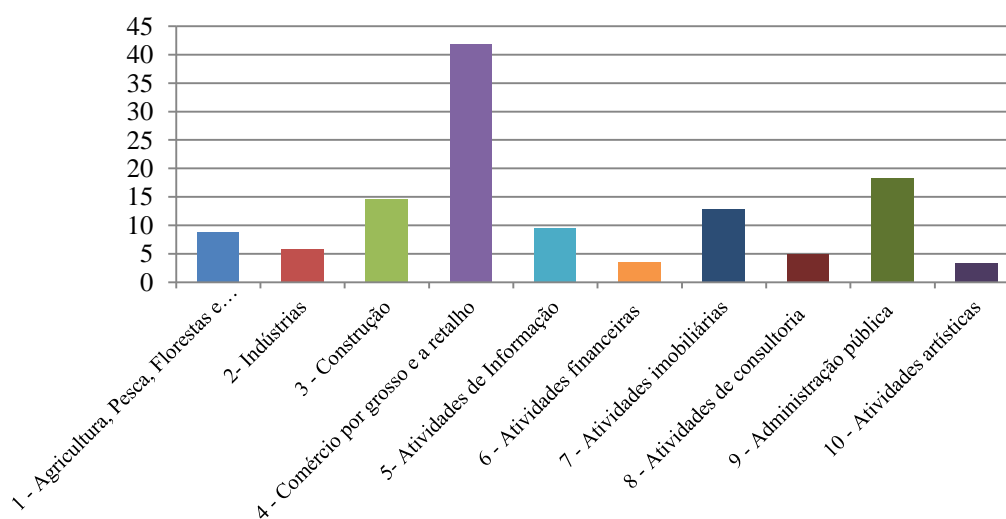
Pelo contrário após a década de 1970, o crescimento da massa laboral foi contínuo: um aumento de 28,6% entre 1971/1981 e entre 1981/1991, sendo que entre 2001 e 2011 o crescimento chegou a apenas 2,3%, demonstrando já um refreamento no processo de crescimento, materializado na crise económica e financeira que ainda em 2014 marca profundamente o Algarve e o restante país. (Censos de 1960, 1970, 1981, 1991, 2001 e 2011).

A região tinha cerca de 76,82% de trabalhadores por conta de outrem em 2011, conforme os censos desse ano. Neste caso, ao contrário do modelo australiano de Mullins, não percebemos uma forte vitalidade entre os pequenos e médios empresários, a constituição de uma pequena burguesia, que o autor referia em relação ao contexto da *Gold Coast*. Na verdade deu-se a generalização de empresas familiares de pequena dimensão e com pouco empregados, maioritariamente no comércio, mas sem criar uma nova classe social com poder concreto na estrutura económica e política como Patrick Mullins explicitava para a Austrália.

Cerca de um quarto dos trabalhadores tinha um contrato a termo certo, mais um elemento demonstrativo da precariedade existente. A dominância no setor dos serviços é claríssima, concentrando mais de 82,5% da população ativa na região (INE, 2012 a.), depois de um processo de transformação sectorial que durou cerca de meio século. Os serviços substituíram ocupações ligadas à exploração agrícola e piscícola, assim como de alguns trabalhadores industriais que consecutivamente foram integrados noutros sectores.

Passemos agora aos indicadores de contas regionais que poderão dar-nos mais algumas pistas acerca do dinamismo económico da região, com base no Anuário do Algarve de 2012. Nesse sentido iremos usar os dados referentes ao “VAB em % do total da região em 2010” (Anuário Estatístico de 2012), dando a perceber quais foram as atividades que mais contribuiriam financeiramente, ou quais as mais rentáveis na região na atualidade, se quisermos.

Gráfico 15: VAB nas contas regionais por atividade económica (%)



Fonte: Censo de 2011

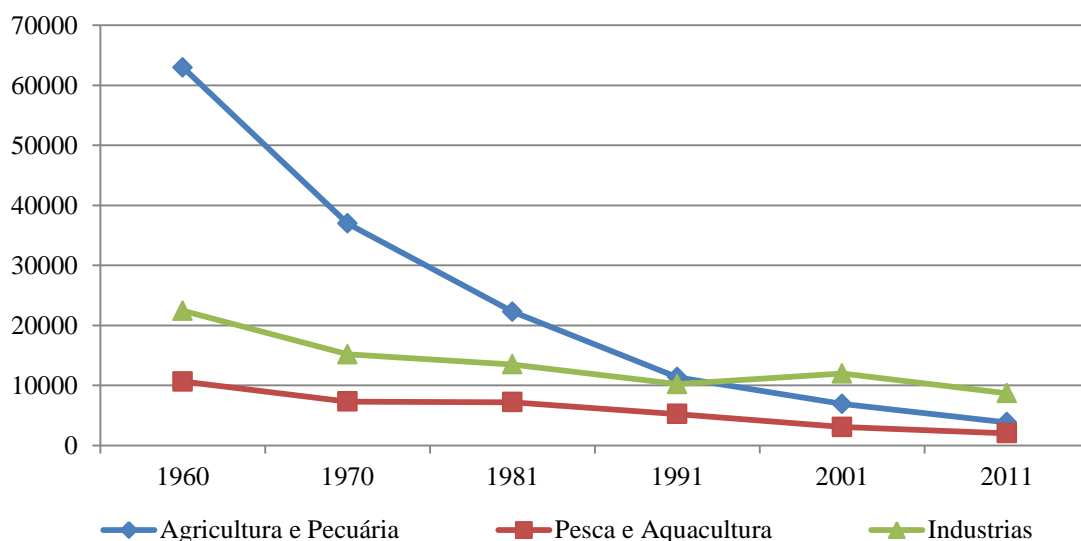
Percebemos desde logo que o sector 4, que aglomera o comércio, alojamento e restauração, apresenta o valor mais alto com 37% dos valores apurados, o que facilmente se identifica com a atividade principal, o turismo.

Em segundo lugar vem o setor 9, ligado à Administração pública com cerca de 18,3% do VAB (Censos de 2011), que apesar de não estar ligado diretamente ao turismo, sofre igualmente transformações decorrentes do aumento do número de trabalhadores, nomeadamente através do aumento das necessidades de acesso aos serviços públicos: finanças, segurança social, segurança, educação.

Também ligado ao turismo, o incremento económico do sector 3 “Construção” representa 8% do total dos ganhos regionais, que poderá ser explicado pela enorme pressão construtiva vinda da opção turística, que tem vindo a decair progressivamente. Associado a este, o sector 7 “Atividades imobiliárias” contribuía com 13% do VAB na região em 2011, conforme os Censos desse ano.

Procurámos de seguida, compreender a evolução do peso em termos de ocupações profissionais de um conjunto de atividades económicas determinantes no Algarve, assim como a sua variação no número de trabalhadores, desde 1960 a 2011. No gráfico em baixo podemos ver a evolução das três atividades tradicionais na região, que tiveram uma redução progressiva nestas últimas décadas.

Gráfico 16: Evolução do número de trabalhadores das Atividades Económicas Tradicionais no Algarve pré Turístico entre 1960 e 2011 (N)



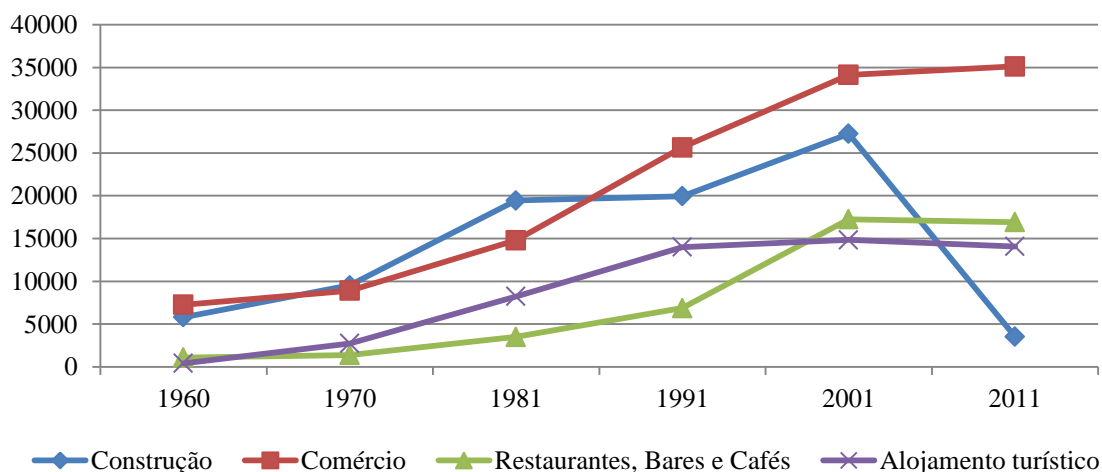
Fonte: Censo de 1960, 1970, 1981, 1991, 2001 e 2011

A agricultura e as pescas tiveram uma redução profunda e contínua desde 1960 a 2011, explicado pelo êxodo dos campos algarvios e das suas praias de população ativa. A redução nestes últimos cinquenta anos na agricultura foi de 93,9% e nas pescas foi de 80,8% (Censos de 1960 e 2011).

A indústria tradicional, não dominante na região, como noutros casos internacionais de transição funcional para o turismo num contexto pós-fordista e de desindustrialização, diminuiu igualmente o seu peso na população ativa empregada em cerca de 61,2% (Censo de 1960 e 2011).

Passemos agora a abordar a evolução daqueles sectores de atividade que se interligam profundamente com o desenvolvimento turístico, dando a perceber de que forma substituíram as atividades até aí dominantes na região.

Gráfico 17: Evolução do número de trabalhadores das Atividades Económicas diretamente ligadas ao fenómeno turístico entre 1960 e 2011 (N)



Font: INE: 1961, 1971, 1982, 1992, 2002 and 2012

O setor da construção foi determinante para a propagação do turismo em toda a região. O seu efeito foi central para o melhoramento das estradas existentes, respondendo não só à necessidade de circulação rodoviária e de acesso às praias e aos *resorts* mais requisitados pelos turistas, mas também à necessidade de infraestruturas públicas de apoio à população como escolas, centros de saúde e hospitais, ou instalações do poder local. Para além destas obras públicas, um elemento crucial na expansão desta atividade, foi a dinamização do alojamento turístico o elemento fundamental desta transformação, formalmente integrado na estrutura hoteleira, mas também no regime de segunda habitação.

Comparando os Censos de 1960 e de 2011 e apesar do extraordinário aumento da área construtiva nesta metade de século, estes trabalhadores são menos do que eram em 1960, apesar da enorme transição entre 1970 e 2001. É claríssimo o efeito que a crise no imobiliário e na construção tiveram nesta região, processo que aprofunda depois de 2008. A crise imobiliária implicou uma redução drástica dos agentes ligados à construção, apresentando uma redução de 87,1 % em apenas dez anos. (Censos de 1960, 1970, 1981, 1991, 2001, 2011)

A hospitalidade recebe igualmente uma enorme transformação, materializando o processo de metropolização sazonal no Algarve, profundamente marcada por estruturas pequenas ou mesmo familiares, concentrando 31,2 % de todos os trabalhadores de alojamento no país de acordo com Estatísticas do Turismo de 2013. Também os trabalhadores do comércio, restaurantes e bares aumentam maciçamente os seus efetivos entre 1960 e 2011, mantendo o mesmo número de postos de trabalho na transição para a década de 2010, quando todas as outras atividades perdem trabalhadores.

Numa região com alguma dimensão, foi necessário determinar um conjunto de espaços em que os efeitos laborais do turismo seriam visíveis. Nesse sentido, demos atenção à conurbação urbana e turística em redor das cidades de Faro, Loulé e Albufeira, enunciando a sua particularidade como aglomeração humana específica, assim como as relações de complementaridade, bem expressas nas migrações casa-trabalho e deslocações pendulares em direção a estes centros de dinamização urbana.

Uma das técnicas de recolha de informação mais interessante para poder compreender a constituição desta conurbação urbana/litoral e dos seus efeitos laborais, passa por analisar as relações de natureza pendular, cuja fonte de origem advém do Censo de 2011. Desta forma poderemos proceder à “identificação da estrutura espacial das dependências funcionais e dos fluxos quotidianos, a clarificação das hierarquias e das complementaridades existentes” (Guerreiro:2003, 102), na região e no triângulo urbano considerado entre Faro, Loulé e Albufeira.

Apenas 24% da população residente no Algarve não trabalha e reside no mesmo município. Apesar da dominância deste fator, deveremos tentar compreender o destino destas deslocações diárias e os setores de atividade económica a que estão ligados, em que existe uma clara dominância pelas atividades económicas associadas ao turismo.

Tabela 5. Distribuição dos Trabalhadores não residentes no concelho pelos 5 principais setores de atividade económica na região do Algarve em 2011 (%)

Secções de Atividade Económica	
Comércio por grosso e a retalho; reparação de veículos automóveis e motociclos	18,55
Alojamento, restauração e similares	12,72
Construção	9,68
Educação	9,36
Administração Pública e Defesa; Segurança Social Obrigatória	9,01

Fonte: Censo de 2011

Reportando às cinco principais Secções de Atividade Económica atrás referidas, percebemos uma clara dominação dos setores dedicados de alguma forma ao turismo, nomeadamente do comércio, alojamento e restauração. Seguidamente passaremos a analisar mais detalhadamente quais são as cidades de destino destes trabalhadores em deslocação casa/trabalho.

Tabela 6: Principais Concelhos de destino dos Trabalhadores não residentes no concelho por setor de atividade económica (%)

Concelhos de destino em Comércio (...)		Concelhos de destino em Alojamento e Restauração		Concelhos de destino em Construção		Concelhos de destino em Educação		Concelhos de destino em Administração (...)	
Faro	27,04	Albufeira	29,8	Loulé	18,18	Faro	29,12	Faro	29,1
Albufeira	17,45	Loulé	15,89	Faro	15,75	Portimão	10,6	Portimão	10,6
Loulé	13,4	Lagoa	10,98	Portimão	12,3	Albufeira	8,5	Albufeira	8,5
Portimão	10,95	Portimão	8,84	Albufeira	11,6	Loulé	6,7	Loulé	6,7
Lagoa	4,61	Faro	8,82	Lagoa	5,34	Olhão	5,2	Olhão	5,2

Fonte: Censo de 2011)

Uma análise mais detalhada levantou a importância de Faro, Albufeira e Loulé como destinos preferenciais destas migrações de tipo laboral, sendo estes trabalhadores oriundos maioritariamente de municípios limítrofes, acabando por concentrar mais de metade dos trabalhadores em deslocação diária casa-trabalho, segundo os dados dos censos de 2011 acerca das mobilidades intermunicipais.

5.2 Relações de trabalho no contexto pós fordista do Turismo.

Ainda sobre os possíveis efeitos da introdução de atividades de lazer num dado território, para além das transformações de natureza espacial, tratadas no capítulo anterior, há que reconhecer a constituição de um campo laboral em particular, relevando assim a avaliação que os residentes (naturais ou não da região) fazem destas alterações e dos efeitos na sua vida laboral. Estas ocupações laborais no setor turístico, ou a ele relacionado, são marcados por uma elevada sazonalidade, integração em esquemas de organização dos tempos de trabalho por turnos, uma profunda flexibilidade contractual e polivalência de funções em diferentes esferas das empresas.

Uma das características da passagem/ultrapassagem/aprofundamento da sociedade pós-moderna, passa pela análise dos regimes laborais, progressivamente cada vez mais desregulados e marcados pela subcontratação dos trabalhadores, que são transformados em colaboradores, num contexto de esquecimento das diferenças de natureza classista, marcada por uma nova divisão internacional do trabalho. Mas persiste um trabalho desqualificado socialmente e repetitivo, que é um dos elementos fundamentais do fordismo, que se mantém neste novo modo de produção.

O *Mctrabalho* (Ritzer, 1983) é associado a processos desumanizantes, rotineiros, alienantes, não correspondendo a uma reprodução moderna dos trabalhos industriais e agrícolas sistematizados durante o século XIX, mas sim a um desenvolvimento particular, numa sociedade e economia específica. Nestas formas de trabalho surgem novos elementos de controlo, nomeadamente no que toca a uma “interação encenada” (Ritzer: 1983,39), em que os trabalhadores devem exprimir emoções durante o processo de venda, alegria e comportamentos amigáveis. Os empregadores constroem formas representacionais para os seus trabalhadores apropriarem, podendo desta forma analisar a sua experiência laboral como positiva, face a um contexto laboral bastante inseguro e marcado pela precariedade (Bryman, 2004).

Este é um elemento base de quem trabalha diretamente com o turista, usando sempre o “sorriso do empregado Disney” (Ritzer: 1983, 40) um estereótipo da cultura moderna de trabalho que se generalizou, dando a ideia de que estes trabalhadores se estão a divertir a trabalhar, usando um vocabulário específico e uma capacidade de operar para um número largo de pessoas. Ao mesmo tempo este trabalho *alegre* serve

como forma de distração para os visitantes (que estão a passar o seu tempo livre), que muitas vezes poderão ter o mesmo tipo de ocupações, revertendo estes espaços para uma ideologia não associada ao trabalho.

Os territórios consagrados ao turismo são alterados em termos laborais de forma direta e indireta. Direta no sentido do conjunto das atividades económicas que se desenvolvem em contacto direto com o turista, como na hotelaria ou na restauração, os serviços de apoio a turistas. Por outro lado encontramos os serviços aeroportuários, a construção civil, as empresas de limpezas e jardinagem, os serviços de fornecimento de bens a hotéis e restaurantes, que não contactam diretamente com o turista, mas cujas atividades económicas estão diretamente ligados a estes.

No plano indireto, percebemos que quando trabalhadores, turistas e atividades económicas se instalam numa região, proporcionam um alargamento e alteração das competências municipais e centrais, implicando uma maior necessidade de administração pública, nomeadamente na criação de serviços públicos como as finanças ou segurança social, ou mesmo dos corpos policiais. O turismo também promove a constituição de outras atividades económicas na área dos serviços, que num primeiro plano não são orientadas para o turismo, mas que apresentam um desenvolvimento indireto, um conjunto de atividades económicas orientadas para a população residente que aumenta exponencialmente.

5.3 O Aeroporto de Faro e a sua importância na economia regional: o handling como forma de observação da análise das relações laborais no Algarve.

Quando iniciámos a nossa pesquisa acerca do processo de urbanização turística no Algarve procuramos conhecer melhor a sua estrutura laboral, como elemento fundamental do processo de urbanização turística e da sua natureza sazonal no Algarve.

Apresentamos uma lista dos intervenientes e alguns elementos que nos ajudam a perceber o seu papel:

1) SA: Mostrou-se pouco interessado em participar nesta pesquisa, apesar de termos relações pessoais já há vários anos, tendo uma função de chefia de pessoal.

Começou a trabalhar na antiga *Groundforce* na placa e desde a formação da *Portway* que é chefe com responsabilidades na gestão do pessoal. Foi-nos indicado como sendo um elemento chave para os processos de recrutamento, nomeadamente sob acusações de nepotismo e de aceitação pouco profissional de amigos para a empresa.

2) L: Mostrou-se bastante interessado em colaborar, mesmo tendo igualmente funções de chefe, e apesar de ser um agente “que não decide”, resposta que deu a um dos seus colegas precários que estavam nesse momento junto de nós. Apresentou-se como um dos poucos sindicalizados na empresa, cumprindo com o seu direito de greve, nomeadamente na greve de 27 de Junho de 2013, que teve um impacto importante no aeroporto de Faro, implicando o cancelamento de 5 voos. O agente indicou-nos que foi substituído nesse dia por um colega que ainda estava em formação (para ser chefe), mas que era efetivo e tinha furado a greve.

3) BZ: Também foi fundamental para a compreensão deste processo. Tem mais de 5 anos de trabalho temporário na *Portway* e nunca passou a permanente. Este é um dos elementos que nos revelou problemas de saúde relacionados com a reposição de bagagens no porão dos aviões.

4) Zé Robalo: foi um elemento fundamental para compreender a estrutura de trabalho na *Portway* e o sentimento *sui generis* de comunidade que se faz sentir na empresa. Ao contrário da maioria dos trabalhadores da placa, este agente era permanente. Tinha trabalhado na *Groundforce*, integrando os quadros da *Portway* diretamente. Quando abordámos o Zé acerca da empresa e do tipo de relação, o agente encontrava-se com baixa médica, resultante de dores constantes de costas que a empresa acreditava serem fraudulentas. Nesse sentido a empresa tinha movido um processo de despedimento, ao qual o agente reagiu de forma violenta, agredindo um dos seus superiores. Quando abordávamos alguns colegas acerca da situação do Zé, grande parte deles corroborava a versão da empresa, desvalorizando o seu colega e pondo-se *do lado do patrão*, defendendo que o agente sofria de debilidades mentais e que “estava a fazer a sua própria cama” conforme nos relatou RF. Infelizmente o Zé decidiu por fim à vida, o que de facto aconteceu. Foi marcadamente forte perceber no seu funeral como os antigos colegas que o criticavam e que não estavam do seu lado, tinham um olhar pesado, sendo que em surdina se comentava em que medida o que se passou anteriormente poderia ter ajudado ou não ao infeliz desfecho.

6) BG: estudante universitário que trabalha na *Portway* pelo segundo ano. Foi determinante a sua colaboração para perceber o processo de recrutamento, cuja origem pode-se associar à associação juvenil em que fizemos a observação.

7) VS: trabalhou nos últimos quatro anos na *Portway* e foi aquele que nos apresentou uma visão mais positiva deste trabalho quando falámos com ele em 2013. Infelizmente este ano não voltou a trabalhar na empresa, uma vez que foi acusado de roubos a algumas malas, acusação que o próprio não refutou, indicando que outros, neste caso até permanentes, também o faziam.

8) BZ: já tinha trabalhado na *Groundforce*, mas sempre em regime de part-time, apesar de ser um trabalhador permanente. Complementava esse trabalho com um trabalho numa droguaria que entretanto fechou, passando a trabalhar permanentemente na placa sob a égide da *Portway*.

9) MR: já vai para o seu quarto contracto com empresas de trabalho temporário, sendo que todos os anos nos relatou as peripécias nesse campo.

10) RF: trabalha há mais de 14 anos no aeroporto, desde a empresa de estacionamento de automóveis, rent a cars e por fim a *Portway*, por onde passou por todos os sectores, desde a placa aos check-ins, sendo hoje responsável pelo sector de formação da empresa.

11) PN: Este é o seu primeiro ano e foi quem nos contou algumas das dificuldades que os trabalhadores novos passam. Declarou que estava a fazer a formação que teve de pagar, sem saber se de facto iria ficar na empresa “porque depois podes trabalhar em qualquer outro aeroporto”, uma questão que o próprio desvalorizava, uma vez que essa formação tinha apenas a validade de 2 anos.

12) FN: Também com uma atividade iniciada na *Groundforce* é hoje um dos elementos permanentes dos check-ins, sendo responsável igualmente pelos conteúdos na página do *facebook* dos trabalhadores da empresa.

13) VV: trabalha na *Portway* há mais de quatro anos, apresentando uma visão positiva do trabalho, da sazonalidade e da remuneração recebida. Sendo músico não profissional, usa os meses de Inverno como meses de digressão da sua banda de Hard Core pela Europa.

Apesar de já existir algum trabalho desenvolvido acerca das atividades profissionais na hotelaria (Invernizzi et. al.200; Pinto, 2008; Pimentel, 2010), que é o sector mais visível de introdução do Turismo na região, concentrámo-nos num contexto laboral que não é totalmente visível para o turista, nem está presente nas análises mais frequentes sobre o mercado de trabalho associado ao fenómeno turístico e ao Algarve. Estes são na verdade um conjunto de trabalhadores de *backstage*, fundamentais para o desenvolvimento económico da região e para o bom funcionamento do turismo, mas que não são diretamente visíveis para o turista, não entram em contacto com estes, nem desenvolvem as tradicionais relações entre visitante e visitado.

Para perceber melhor esta dinâmica, escolhemos uma estrutura primordial no Algarve, o Aeroporto Internacional de Faro, que é o maior empregador não só da cidade de Faro, mas também de toda a região. Segundo o que os nossos interlocutores naquele aeroporto nos comunicaram, há um grande domínio de trabalhadores residentes na cidade de Faro, mas também em cidades vizinhas, como Olhão, São Brás do Alportel ou mesmo Loulé.

A relação entre os aeroportos e o fomento turístico é há muito tempo referida. No contexto algarvio, este foi um elemento fundamental para o desenvolvimento da região como espaço de lazer. Num relato feito durante um Focus Group, a vários agentes do turismo em que participámos, o responsável máximo da hotelaria no Algarve e Presidente da AHETA indicava que no despontar do turismo algarvio, os turistas eram recebidos em Sevilha, o aeroporto mais próximo da região; implicando naturalmente um aumento significativo nos custos para os operadores que se iniciaram antes ainda da criação do aeroporto regional¹.

Seguindo o relato de uma das fontes contactadas, o G., um dos nossos interlocutores que trabalha numa rent-a-car há vários anos, que nos confidenciou que hoje em dia acontece exatamente o contrário: o aeroporto não é só usado por turistas que procuram a região, mas por outros que pretendem rumar à área turística espanhola mais próxima do Algarve, a Costa da Luz (entre as províncias de Huelva e Cádiz), por questões de preço, sendo por vezes mais barato em alguns casos (particularmente no que toca aos britânicos com ligações diretas a Faro) desembarcar no Algarve do que em

¹ Participámos neste focus group que teve apenas uma sessão. Nesta sessão participaram empresários do turismo, do Ministério da Cultura, Ordem dos Arquitetos e Associação de Hoteleiros.

Sevilha, sendo pelo que em grande parte dos casos o aeroporto português fica geograficamente mais próximo dos destinos turísticos desejados na Andaluzia.

Tal como aponta Cláudia Almeida, apesar de os aeroportos não determinarem diretamente a “seleção do destino nem a sua promoção, encerram em si próprios um conjunto de atividades que determinam e podem modificar os fluxos turísticos para a região onde atua” (Almeida: 2009, 105), sendo nesse momento uma atividade com impacto significativo na avaliação geral de toda a viagem encetada.

Comummente, os turistas não viajam para conhecer aeroportos, nem é claro que a sua avaliação acerca de um país esteja única e exclusivamente ligada à forma como são recebidos inicialmente na estrutura aeroportuária, mas estes elementos são fundamentais para uma boa avaliação da viagem. Nesse sentido, segundo Almeida (2009) este deverá ser articulado face às tipologias de turismo e de turistas que visitam a região, deixando de ser exclusivamente uma “infraestrutura física onde se dá a transferência modal (de passageiros e carga)” (Almeida: 2009, 105) passando a ser uma plataforma de atividade e promoção de diferentes atividades comerciais, onde se encontram diferentes serviços. A autora desenvolveu de uma forma bastante interessante, a relação entre o aeroporto de Faro e a dinamização do turismo residencial.

Este é um aeroporto de natureza turística, cujos passageiros usam a estrutura procurando o lazer, os chamados aeroportos *inbound* como no caso de Faro, que funciona como plataforma de entrada de turistas para a região, para o país (nomeadamente a capital Lisboa e a zona do Douro) e até para regiões estrangeiras, neste caso a Andaluzia.

Estes aeroportos apresentam um constrangimento particular, a sazonalidade, marcada por picos de procura nos meses estivais e uma descida durante o Inverno, implicando um conjunto adequações à estrutura produtiva da região, nomeadamente a sua estrutura laboral.

Um aeroporto pode constituir uma peça chave na consolidação de estratégias quer para a companhia aérea, quer para a região e principalmente para a sua infraestrutura (...) Um aeroporto deixou de ser apenas uma infraestrutura de apoio ao transporte aéreo, sendo hoje visto como um polo de desenvolvimento regional e nacional, que participa nas estratégias de desenvolvimento da região conjuntamente com outros intervenientes, quer do sector turístico (regionais e internacionais), quer de outros sectores de atividade, permitindo que o destino se

torne mais atractivo e logo mais procurado por investidores nacionais e estrangeiros (Almeida:2009, 109 e 111).

A autora critica de passiva a anterior gestão pública de um sector de alta rentabilidade, que agora se associa progressivamente a parceiros privados. Explica este processo como uma profunda reconfiguração no modelo de negócio (alianças e fusão de companhias aéreas), nas condições infraestruturais (segurança mais apurada, ambiente e combustíveis), ou mesmo ao nível da natureza das viagens (contexto de globalização e circulação de pessoas e capital). Aqui percebemos uma clara defesa da iniciativa privada na gestão das entradas no país, do número de turistas e até das suas origens.

Desta forma, deixa de ser o Estado a ter uma posição dominante na gestão e escolha da forma de relação com os mercados turísticos, sem poder determinar conforme a sua necessidade e estratégia que rotas aéreas são estabelecidas, um elemento determinante na sua consolidação económica. Desta forma, passa para a iniciativa privada este sector estratégico para uma economia dependente do exterior como a portuguesa e a algarvia em particular.

Como os cinquenta anos de turistificação do Algarve demonstram, estes elementos não têm como objetivo principal a diversificação da oferta turística no Algarve (com as suas contrariedades iniciais na busca de outros mercados), mas sim a reprodução de capital em campos já estabilizados, operando quase exclusivamente nos meses de verão quando essa reprodução se pode fazer com menores custos, estão fortemente dependentes da evolução das moedas nacionais (Libra), reduzindo a sua atividade nos meses com menor procura turística.

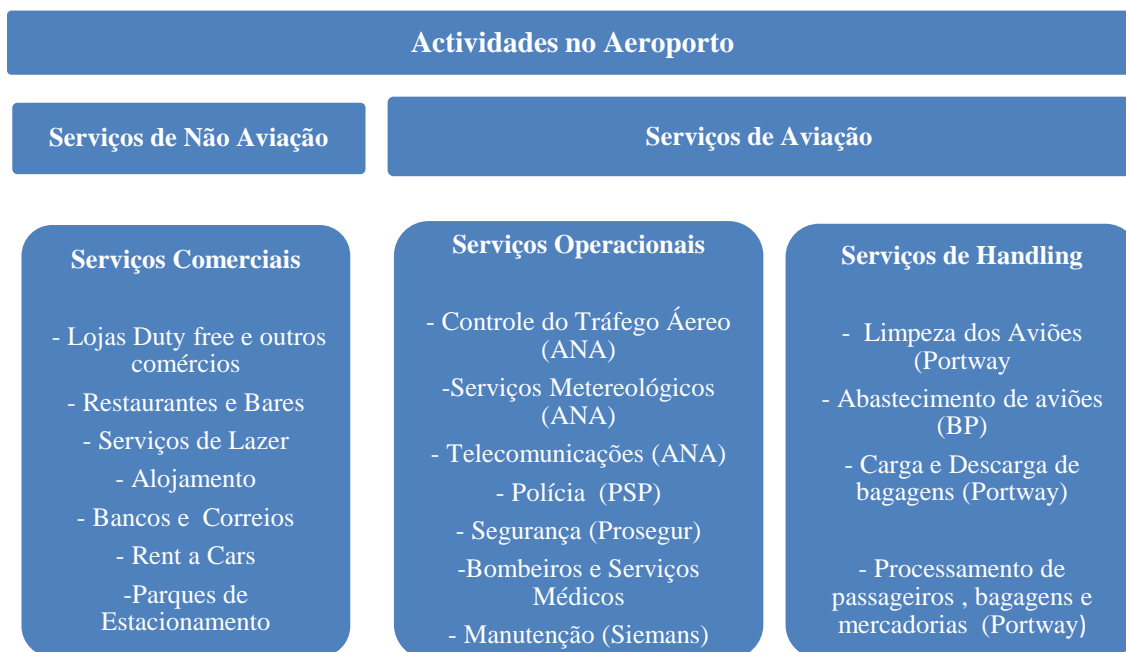
Figura 35: Interior do aeroporto de Faro



Fonte: Jornal do Algarve (acedido em Dezembro de 2014)

Para podermos ter uma ideia concreta acerca do tipo de serviços prestados num aeroporto como o de Faro, reproduzimos o esquema apresentado por Almeida (2009), que esclarece como uma determinada empresa controla uma parte determinante da estrutura de entrada e saída de passageiros.

Gráfico nº 18: Serviços Presentes num aeroporto como o de Faro



Fonte: Almeida (2009) e relato de fontes consultadas

Seguindo a tabela apresentada, iremos dedicar-nos primeiro aos serviços comerciais. São várias as empresas presentes neste setor, em que a Marhotel assume particular interesse, sendo responsável por 12 lojas no aeroporto de Faro, desde a Costa Café a restaurantes temáticos, passando por lojas de comida pronta a comer. Segundo o testemunho de AC. (que trabalhou no ano de 2013 no Costa Café, não sendo renovado o contrato em Novembro), estes são os *campeões* no uso de trabalhadores não permanentes, naturalmente ligados à entrada de turistas no aeroporto de Faro.

AM e BX (este último delegado sindical) que trabalham num *duty free*, foram fontes inesgotáveis de informação. AM foi muito clara nos seus relatos (algo cómicos), acerca do tipo de turistas que costumam usar a sua loja, sendo que neste caso (em que é necessário algum conhecimento sobre as marcas a vender), a maioria dos trabalhadores é permanente. BX mostrou-se inconformado, com uma experiência na mesma função há mais de 10 anos. Foi claríssimo nas dificuldades que sentia como delegado sindical na

convocação dos colegas, levantando a redução progressiva de prémios (que antes eram recorrentes), assim como da não atualização do seu salário há vários anos.

Em segundo lugar surgem os Serviços Operacionais. Neste caso a ANA apresenta-se como a empresa mais importante, que segundo R. da Siemens é responsável por todas as atividades no aeroporto, apresentando trabalhadores maioritariamente com cargos de gestão, sendo trabalhadores permanentes na sua totalidade.

Igualmente a PSP e a Prosegur (empresa privada de segurança) são responsáveis pela segurança no aeroporto, sendo quase na totalidade efetivos, apesar de haver elementos não permanentes que normalmente trabalham noutros locais indicados pela empresa de segurança, tornando-se assim trabalhadores em constante circulação, trabalhando durante as férias dos seus colegas efetivos.

Neste setor teremos igualmente a Siemens, onde trabalham R., P., e Al., que instalou pela primeira vez (há mais de 10 anos) um sistema elétrico de passagem de bagagens no aeroporto de Faro, assim como as máquinas de raio x, sendo responsável pelas bagagens entre o momento em que é íntegro nos check-ins e em que saem através de um tapete para os tratores da *Portway*.

Ao mesmo tempo não poderemos esquecer que estas empresas estão integradas no aeroporto de Faro há mais tempo, há mais de dez anos, quando os regulamentos de natureza laboral favoreciam muito mais os trabalhadores do que hoje. A Siemens opera no aeroporto sob ordens da ANA. Segundo os nossos interlocutores, é a ANA que dá as diretivas sobre o trabalho a fazer, visitando regularmente as instalações da Siemens, uma cave que fica por debaixo dos check-ins.

Conforme o que nos adiantaram os trabalhadores com quem conversámos sobre esta questão, a Siemens trabalha maioritariamente com pessoas permanentes (cerca de 20 segunda R.), que são necessários todo o ano“ uma vez que os motores têm de estar sempre a trabalhar, haja 1 ou 200 bagagens tem de haver pessoal, mesmo entre as 2 e as 4 horas, quando não há voos”, conforme nos referiu. Apesar da tradição de usar exclusivamente trabalhadores permanentes, R. indicou-nos que no ano de 2013 já se iniciou o uso de trabalhadores temporários.

Em segundo lugar surgem os setores dedicados ao *Handling*, um conjunto de operações realizadas em terra num Aeroporto. Segundo o que nos confidenciou J. (que

trabalha na mesma função há cerca de 15 anos), a B.P. é responsável pelo abastecimento aos aviões e conta com apenas 6 funcionários, todos permanentes e com “alguns anos de casa”, visto como um “emprego de sonho”, como nos confidenciaram alguns dos trabalhadores que trabalham precária e temporariamente na *Portway*; assim como na Siemens. A razão para este descontentamento está claramente ligada ao vencimento, que na B.P ronda cerca de mil euros, quando na *Portway* (para trabalhadores a tempo parcial, que são a maioria) ronda dos 400 euros e na Siemens (para trabalho a tempo inteiro) ronda à volta dos 600 euros mensais. J. confidenciou-nos que tem sofrido vários cortes no seu vencimento, decorrente da presente crise económica, não detendo as necessárias condições de segurança numa atividade que acarreta alguns riscos profissionais.

A investigação em curso, acerca das formas de organização laboral presentes numa importante infraestrutura turística no Algarve, apresenta uma empresa em particular de *Handling*, a *Portway*. Apesar de apresentar uma estrutura de chefia permanente, assim como de check-ins, esta empresa é realmente importante por causa do pessoal que está na *placa*, a zona de receção das bagagens e da sua colocação no avião, assim como daqueles que são responsáveis pela limpeza das aeronaves.

Figura 36: atividades de handling



Fonte: Site da Portway (acedido em Dezembro de 2014)

A *Portway* aposta sobretudo numa estrutura laboral sazonal de Março a Outubro (cerca de 200 segundo BG), com trabalhos por turnos de 16, 27 ou 36 horas semanais, sempre em regime de trabalho temporário, segundo BG. Ao mesmo tempo recorre a intermediários especializados no trabalho temporário, para fazer o recrutamento, usando um sistema de contrato de trabalho mensal sem qualquer relação contratual com o empregador final, cujas regras terão de respeitar, sem ter acesso aos benefícios e recursos salariais dos seus colegas com contrato de trabalho sem termo.

Este é um setor que demonstra claramente a passagem da gestão pública para o setor privado, com consequências ao nível da precariedade, da reorganização das relações laborais e da flexibilidade funcional. Tal como nos explicou R. e AM. este sector estava tradicionalmente ligado à companhia aérea portuguesa, a TAP, que a partir de 1982 autonomizou este serviço (de operações em terra), mantendo o sector dentro da estrutura do Estado, agora sob gestão da ANA, Aeroportos de Portugal, dando origem à *Groundforce*, a antiga empresa de handling no aeroporto de Faro, que se mantém ainda em Lisboa.

O ano de 2010 foi determinante para esta empresa no Algarve. Nesse ano 336 funcionários foram despedidos da *Groundforce*, sendo que alguns (aqueles com maior formação segundo a nossa fonte R. e F) acabaram por integrar a *Portway*, uma empresa privada que já fazia a gestão do *handling* noutros aeroportos. Neste momento, a *Groundforce* já não opera no aeroporto de Faro, sendo passados para a *Portway* todos os aspetos relacionados com o *handling*, com exceção dos combustíveis.

O que nos foi relatado foi que os trabalhadores da *Groundforce* gozavam de um salário bastante aceitável, sendo que alguns relatos apontam para um valor perto dos 1000 euros para o pessoal da placa, quando hoje o vencimento da maioria dos trabalhadores da *Portway* não chegaria ao salário mínimo, metade desse valor. A generalidade destes trabalhadores acabou por integrar outras empresas no aeroporto (naturalmente com salários mais baixos), entraram em pré-reforma (aceitando as reduções daí decorrentes); ou tornaram-se desempregados de longa duração. Este processo decorreu num contexto particular, em que o aeroporto de Faro desenvolveu um conjunto de obras que lhe permitiram passar a receber e a embarcar mais passageiros em menos tempo, ou seja num contexto de aposta no aumento dos ganhos económicos.

Um elemento fundamental distancia estas empresas. Enquanto a *Portway*, e particularmente no sector designado de *placa*, é marcada por uma parte da equipa que é temporária, segundo o que nos relatou BG em 2012, cerca de 300, nas restantes empresas a grande maioria, senão a totalidade dos trabalhadores é permanente.

Este processo ainda vai mais longe, como um jovem trabalhador de 22 anos (que em 2014 iniciou atividades na empresa), o PN nos referiu em relação à formação necessária para o trabalho. Os trabalhadores têm de assumir esse custo, (como se a maioria das pessoas que fazem formação não procurasse trabalhar), sem ter a certeza de que de facto vão iniciar atividades na empresa. Segundo o que nos foi informado esse

valor é descontado nos meses seguintes de trabalho, tornando a posição ainda mais vulnerável, particularmente para os trabalhadores menos protegidos de toda a escala, os precários que iniciam atividades nesse ano.

Esta última dinâmica é fundamental para perceber a precariedade destes trabalhadores. Têm de respeitar um horário de trabalho imposto por uma empresa com quem não tem relação contractual, encaminhando esse pagamento a uma empresa de trabalho temporário que por sua vez paga ao trabalhador. Ao mesmo tempo, no que toca a sanções disciplinares e possíveis processos levados a tribunal de trabalho, não é a *Portway* que responderá por estes casos, não se expondo mediaticamente, passando essa responsabilidade para a empresa de trabalho temporário.

De forma a contornar a legislação portuguesa que pretende regular o mercado de trabalho e combater aspetos pouco abonatórios para os trabalhadores no que toca à sazonalidade, esta empresa tem alterado as consorcias com quem faz o recrutamento, sendo que assim os trabalhadores não são despedidos pela mesma empresa que os irá recrutar no ano seguinte, não incorrendo assim em penalidades legais.

A estes agentes foram colocados dois temas de conversa para que pudessem desenvolver o seu raciocínio: como avaliavam a flexibilidade de horário decorrente do trabalho por turnos e a questão da sazonalidade para aqueles que não eram permanentes

As respostas foram variadas e correspondem a estádios de vida muito particulares. No que toca à flexibilidade, por exemplo o agente VS, aponta-a como um elemento positivo “Trabalho hoje por um e amanhã fazem-me o horário. Eu faço o meu horário e posso ir às festas que quero” (VS), uma visão claramente ligada ao estágio de desenvolvimento etário do agente, que vive com os pais e desse modo gasta o pouco dinheiro que recebe em atividades de lazer. Apresentou igualmente uma visão positiva da sazonalidade, sendo que nos meses de Inverno seria suficiente o valor entre 250 a 300 euros que recebia de subsídio social de desemprego. Esta questão foi-nos abordada por todos os agentes menos o FN, que é claramente mais velho e já tem dois filhos.

Os restantes levantaram essa questão como um elemento positivo, sendo que desta forma os agentes poderiam complementar esta atividade económica com outras, reorientado o seu horário no sentido de poder trabalhar em dois locais, ou mesmo gerir negócios próprios. Particularmente para os estudantes universitários, este trabalho

apresentava-se como positivo, podendo complementar o estudo com um trabalho temporário.

Esta valorização hoje em dia cai por terra. Por um lado, pelo facto de nunca conseguirem complementar o período necessário para ter acesso ao subsídio de desemprego, tendo de recorrer ao subsídio social, que apresenta valores claramente mais baixos do que o primeiro. Na verdade são desempregados, mas nunca terão acesso às regalias que os restantes têm. Por outro lado e face à crise económica em que poderemos encontrar reflexos no Algarve, este trabalho deixou de ser um complemento a outras atividades e tornou-se em muitos casos a única fonte de rendimento, o que levou claramente a uma desvalorização da condição económica destes agentes.

Deveremos igualmente acrescentar, que sendo desempregados crónicos na região, foram obrigados a integrar um conjunto de processos de formação a cargos dos centros de emprego (ou perdiam o subsidio social de desemprego), não podendo desta forma desenvolver as atividades não tributadas que desenvolviam. Mais uma vez, a condição económica destes agentes deteriora-se.

Num contexto de forte flexibilização, precariedade e desvalorização do trabalho dentro do campo pós-fordista, de partilha de experiências em plataformas em rede como as informáticas, acreditávamos, talvez de forma ingénuas, que a combatividade e contestação a estas condições de trabalho iriam motivar os trabalhadores para a combatividade sindical. Não foi de maneira nenhuma o que encontramos. Deparamo-nos com uma enorme desmotivação, uma aceitação das regras do jogo, aos quais os principais participantes, os trabalhadores, acediam.

Acompanhando a greve geral do dia 27 de Junho de 2013 e deslocando-nos até ao piquete de greve do sindicato, percebemos que a adesão foi bastante baixa, sendo que apenas trabalhadores permanentes e pertencentes às chefias fizeram greve, não por uma questão geral, mas sim pelo congelamento progressivo de carreiras e por aumentos de salários, uma questão própria do sector que tem condições práticas para ser sindicalizado.

É claro que num contexto profundamente conservador como o de Faro e do Algarve, em que o interconhecimento é determinante (até para entrada para a empresa), fazer greve é um ato fortemente desvalorizado, altamente criticado, mesmo por parte dos agentes que são mais precários. Encontramos assim um claro desfazamento entre a

imagem que os agentes têm de si (sendo alguns provenientes de famílias marcadamente de classe média alta e com formação académica em alguns casos) e a sua condição de facto, precária, longe do estereótipo do jovem (cada vez menos jovem) que complementa recursos familiares (alojamento, alimentação) com uns *trocós para umas festas*. Podemos nesse sentido concluir, que este sistema reproduz-se naturalmente, sem interrupções ou percalços.

Torna-se assim evidente que a alienação das condições de trabalho foi absorvida de forma muito clara por parte destes agentes, sem contestação, um elemento igualmente marcante nos processos pós-fordistas. As instituições representativas dos trabalhadores são desvalorizadas e substituídas por outras, nomeadamente o interconhecimento que a Associação juvenil que escolhemos confere. Nesse sentido, são as relações mais ou menos próximas ao nível pessoal que se tornam marcantes para a manutenção na empresa, até na própria avaliação que os agentes fazem deles próprios. Inegavelmente esta condição precária e pouco criteriosa destes trabalhadores assenta como uma luva na restante estrutura económica do Algarve: fortemente marcada pelo interconhecimento quase familiar ou mesmo residencial, que procura constantemente trabalhar sem contribuir fiscalmente, numa névoa de informalidade que a crise económica tem vindo a fazer diminuir progressivamente.

5.4 Considerações finais sobre o campo produtivo e laboral no Algarve

Neste capítulo apresentámos a segunda dimensão (depois da espacial) deste processo de Urbanização Turística e a sua dinâmica de metropolização sazonal. A análise dos regimes laborais é uma dinâmica fundamental para pensar as transformações operadas na estrutura económica, mas ao mesmo tempo permite-nos aceder à forma como alguns trabalhadores avaliam a sua experiência de trabalho, assim como os efeitos da turistificação no Algarve.

Foi uma transformação que implicou o aumento de trabalhadores, nomeadamente estrangeiros, assim como uma profunda transformação nas atividades económicas tradicionais: agricultura, pescas e uma pequena parcela industrial, marcadamente pouco mecanizada e de transformação de produtos alimentares locais.

Um elemento determinante na constituição de áreas urbanas, de natureza pós-fordista e lúdica, num contexto de crescente aglomeração económica é a compreensão dos ritmos de crescimento populacional numa dada região. Ao mesmo tempo, decorrentes do fenómeno da sazonalidade turística desenvolveram-se setores particulares, como a assistência em aeroportos, ou handling em que esta sazonalidade faz parte integrante da ocupação profissional, influenciando claramente o mercado de trabalho. Esta dinâmica complexa de trabalho precário nas empresas do aeroporto ilustra ou, se quisermos, faz o enfoque num caso concreto para perceber o contexto mais vasto sobre esta metropolização sazonal, que será complementado com o capítulo seguinte, em que iremos tratar as questões lúdicas, particularmente na tentativa de diversificação do Sol e Mar.

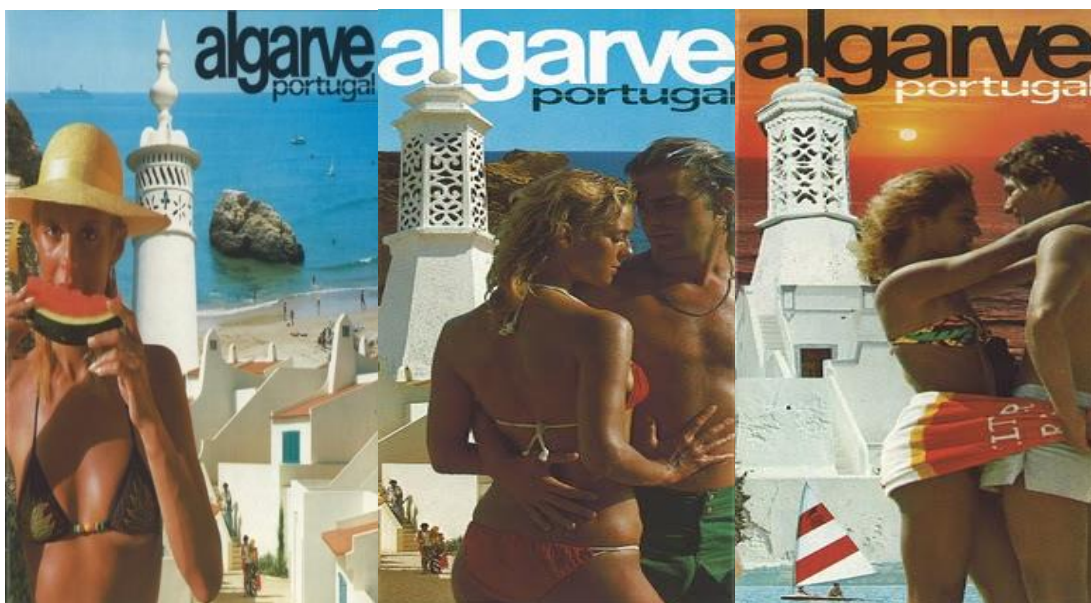
A ludificação do Algarve (que trataremos nos capítulo seguinte) trouxe consigo uma forte dependência económica e social em torno do sistema turístico: desde a reprodução de capital financeiro, à criação de postos de trabalho; mas também no consumo de recursos locais, na estrutura de mobilidade, no aumento demográfico e na diversificação cultural destes residentes; alterando claramente a estrutura territorial.

6. DIMENSÃO LÚDICA DA METROPOLIZAÇÃO SAZONAL: DO SOL E MAR AOS EVENTOS DE NATUREZA URBANA, CULTURAL E TURÍSTICA.

Neste capítulo, iremos abordar a dimensão lúdica do conceito de Metropolização Sazonal, que apresentaremos desde a sua particularidade balnear até à diversificação turística sentida nos últimos 10 anos. Iremos relatar o início ligado à dinamização de um turismo de Sol e Mar balnear, passando depois a abordar a divulgação de eventos urbanos de promoção turística do século XXI.

O Algarve é reconhecidamente um dos espaços mais marcantes no contexto português de desenvolvimento do fenómeno turístico. Este processo inicia-se com a *descoberta* de um local *virgem* (Leite, 2008) por parte dos viajantes no início da década de 1960, ao qual se seguirá um processo de mercadorização da sua cultura e território. Acompanhando os usos lúdicos e terapêuticos que se desenvolviam na Europa, também o Algarve durante o início do século XX, tinha a sua estância termal em Monchique, apesar da transformação do território e das suas populações se dar com a introdução progressiva de usos lúdicos nas praias, os novos locais de reunião familiar e de amigos, de convívio e lazer, de revigoração física e mental. (Cavaco, 1969; Lobo, 2007; 2012).

Figura 11: Sol e Mar algarvio



Fonte: Blog do Turismo do Algarve (acedido em Dezembro de 2014)

6.1. A ludificação inicial do Algarve: o Sol e Mar

Segundo o que nos foi revelado por fontes orais durante o trabalho de campo etnográfico na Praia de Faro e de Quarteira, pelo relato de investigadores como Lage (2009), Leite (2008), Freitas (2010) e Santos (2013); a ocupação turística inicial do litoral algarvio deu-se através do uso destes territórios por populações que alugam anexos, partes de casa ou mesmo habitações a pescadores, com o objetivo de usá-las como forma de lazer de tipo balnear nas primeiras décadas do século XX. Eram formas habitacionais algo precárias, construídas de forma informal, recorrendo a materiais naturais como a madeira e o colmo, instaladas sobre estacas. Progressivamente dá-se uma substituição destes materiais por outros mais resistentes e perenes como o cimento e a pedra, permitindo a constituição de casas de alvenaria, que também se vão progressivamente alargando aos antigos moradores mais solventes economicamente.

Mas o processo de alargamento do acesso ao lazer balnear a outras classes sociais mais modestas, no caso do Algarve, desenvolve-se particularmente depois do desenvolvimento rodoviário na segunda metade do século XX, quando as praias do Algarve passam a estar ligadas a várias localidades do Alentejo e Andaluzia (Madeira, 2006). Neste momento torna-se recorrente a viagem de um dia até à praia, sem necessidade de aumento de custos associados ao alojamento, um processo comparável, segundo o nosso ponto de vista, à dinamização ferroviária antes feita na Inglaterra industrial. As transformações são de grande monta, desde a importação de um modo de vida marcado pelo consumo, à necessidade de instalação destes novos residentes temporários.

Durante a década de 1960 dão-se os primeiros passos para turistificação, não só das praias como elementos fundamentais de ludificação, mas do restante território litoral, um processo de urbanização baseado no aproveitamento das belezas naturais (clima e praias), acompanhando um processo que já começara a poucos quilómetros de distância, na vizinha Andaluzia (Rodrigues e Carrasqueira, 2011).

À semelhança do que se passou na costa espanhola, a afluência maciça de nacionais e estrangeiros e a valorização excessiva do litoral implicou a descaracterização dos elementos naturais e culturais que constituíam os motivos das primeiras visitas e criou um espaço artificializado que, embora possuindo

elementos positivos e mantendo alguns atrativos, se assemelha muito pouco à realidade que antecedeu a fase do turismo de massas. (Freitas: 2010, 218)

Numa entrevista de *focus group* em que participámos, realizada nas instalações da Escola Superior de Hotelaria, presidente da Associação de Hoteleiros do Algarve (AHETA) em 2012 indicou-nos que nos primórdios do turismo algarvio os turistas chegavam à região de forma rodoviária, nas palavras do mesmo “tínhamos de os ir buscar a Sevilha”. Este elemento é demonstrativo do desenvolvimento turístico e o afluxo de viajantes que chegavam já à Andaluzia e restante litoral espanhol: a *Baía de Palma*, a *Costa Brava* desde *Lloret del Mar* até *Palamós*, a *Costa do Sol* desde *Málaga* a *Estepona*, a *Costa Branca* desde *Alicante* a *Benidorm*, a *Costa Sul* na *Gran Canaria* e a *Costa Dourada* desde *Torredembarra* a *Cambriil*, são todos exemplos de forte transformação de pequenos povoados maioritariamente piscatórios.

6.2 A Promoção de Programas de Eventos Culturais no Algarve 2004/2011

Partindo do produto turístico de Sol e Mar, há uma clara tentativa de passagem a um segundo modelo de lazer durante o século XXI, agora centrado no aproveitamento turístico das práticas culturais e artísticas produzidas nos locais de consumo turístico. O aumento dos capitais escolares dos turistas, a ampliação da experiência e conhecimento turístico a setores sociais cada vez mais diversos, a dinamização mediática dos diferentes destinos turísticos e das suas particularidades estéticas, mas também simbólicas, criou um campo favorável à consolidação dos programas de eventos culturais como um novo filão turístico. (Hannigan, 2010, Geetz, 2008, Custódio, 2006, Jago, 1997).

Ao mesmo tempo, desde 2003 que se assistia a uma redução da atração turística da região (Perna et al., 2005), num contexto de crescente competição internacional, desde o sul espanhol à Riviera francesa, passando pela costa italiana e grega, às costas do norte africano. Este contexto implica um esforço na captação contínua de turistas, propondo formas de lazer mais diversificadas, confluindo consumo cultural e beleza estética.

O Algarve como destino maduro de Sol e Mar, com uma experiência de mais de cinquenta anos no turismo, teve igualmente de se orientar para formas que aproximam não só o turista das suas praias, diversão noturna e consumo; mas também da sua produção artística e cultural, da sua história, do seu corpo ideológico e simbólico. A *autenticidade* de uma determinada comunidade, o seu uso do espaço e do tempo, tornam-se agora novos recursos de exploração turística, orientando o olhar para a região.

Neste contexto, particularmente nos territórios litorais da região, particularmente na última década, foram desenvolvidos um conjunto de programas de eventos de natureza cultural contemporânea, os *Hallmark Events* (Ashworth e Page, 2011). Apresentam a particularidade de muitas vezes funcionarem como grandes festivais em que música, artes plásticas e representação estão interligadas, conjugadas num *cimento ideológico*, que se quer associado ao destino turístico e às práticas e formas de consumo que aí ocorre.

Apesar do esforço de algumas autarquias na tentativa de criar eventos de natureza lúdica, como os festivais regionais de gastronomia (Festival do Marisco, Concentração de Motos de Faro, Festival Medieval em Silves), teríamos de esperar até 2004 para poder encontrar pela primeira vez um grande evento de natureza internacional, promovido pela administração central e inscrito nesta nova vaga de eventos de grande projeção mediática, quebrando com algumas décadas de isolamento dos grandes eventos que geralmente se concentravam em Lisboa.

Um elemento determinante na escolha deste tipo de eventos tem a ver com o seu promotor, neste caso a administração central através dos Ministérios ligados ao turismo e à cultura. A importância desta promoção pública resume-se em três fatores determinantes.

Em primeiro lugar este tipo de eventos, principalmente no seu início apresenta um risco económico muito elevado, sendo marcados na grande maioria das vezes por formas culturais alternativas à produção cultural do mercado, logo são pouco apetecíveis pela iniciativa privada. Gostam de se associar aos eventos, mas a grande parte dos custos, associados às infraestruturas que os suportam deverão ser financiados pelo estado central.

Em segundo lugar a intervenção pública pretende, mesmo que de forma não declarada, promover uma gentrificação cultural da região, em que o carácter dito singular e particular da mesma é substituído por conteúdos culturais geralmente associados a elites particulares, numa dinâmica ligada à alta cultura, desde os espetáculos de música erudita, às expressões de arte plástica mais diversas e a repetição de eventos culturais que podem ser experienciados em qualquer capital europeia ou mundial. Desta forma a região passa a estar associada a elementos de sofisticação e cosmopolitismo, de produção artística de natureza global e que pode ser reconhecida por qualquer nacionalidade, desde que tenha tido acesso a estes anteriormente.

Em terceiro lugar e em sentido contrário ao elemento atrás referido, dá-se simultaneamente uma dinâmica de criação de eventos mais próximos da comunidade e território que os suporta. Neste caso estes eventos funcionam como um elemento de dinamização cultural dos residentes, recriando algumas das suas particularidades culturais ou mesmo dando-lhes a conhecer outras formas artísticas. Apesar de não serem o seu público-alvo esperado, os residentes são aqueles que mais participam nos mesmos (Ferreira et al., 2007). A reação dos locais é muitas vezes contraditória aos objetivos de valorização região expressos pelos seus promotores. Acabaram por rejeitar “aquilo que não conseguia apreciar por falta de instrumentos de análise, como passou a ter, em muitos casos, uma imagem desvalorizada, tanto da cultura que herdara na qual assentava a sua identidade, como da que consumia no seu quotidiano” (Ferreira: 2007, 14).

Esta lógica implica uma relação bastante simples: os eventos só terão sucesso se a avaliação por parte dos residentes dos mesmos for positiva, criando as condições políticas e económicas para a sua manutenção. Essa participação dos locais é determinante, perante turistas que já detêm informação e experiência noutros contextos turísticos. Este público particular já consegue discernir se o evento cultural é apenas uma forma de entretenimento do turista, se foi demasiado longe na recriação, elemento este que se pode aferir através da participação dos residentes.

É esta necessidade de complementaridade entre conteúdos regionais/locais/nacionais e o corpo de saberes e gostos dos turistas que poderia construir um território turístico marcado pela ideia de identidade e singularidade, mas que também não está fechado (tal como a região) a todo um conjunto de referências culturais generalizadas à escala global. Os conceitos escolhidos, a abrangência dos

temas relatados (associados a formas de cultura mais popular ou cosmopolita), serão determinantes importantes no sucesso destes eventos, congregando duas vontades: o aumento do consumo de formas de lazer urbano pelos locais e ao mesmo tempo criar uma programação que possa ser decifrada pelos turistas, criando nova visão da região, sendo mais do que Sol e Mar.

6.2.1 Contexto político, económico, social e cultural em que os eventos foram aprovados e decorreram

O EURO 2004. Um Mega Evento à escala nacional e internacional

A fase final do campeonato de 2004 decorreu em Portugal, o primeiro a nível internacional a dar-se no Algarve, expondo a região ao conhecimento mediático internacional. No Algarve decorreram 3 jogos dessa fase final, 2 desses durante a fase de grupos em que Rússia, Espanha e Grécia participaram e um jogo dos quartos-de-final entre a Holanda e Suécia. Com a aprovação da UEFA em Setembro de 1998 (Custódio, 2006), as municipalidades de Faro e Loulé tornaram-se responsáveis pela construção, manutenção e uso de uma estrutura de lazer dedicada a este desporto.

Figura 12: Imagem do EURO 2004



Figura 13: Inauguração do Estádio Algarve

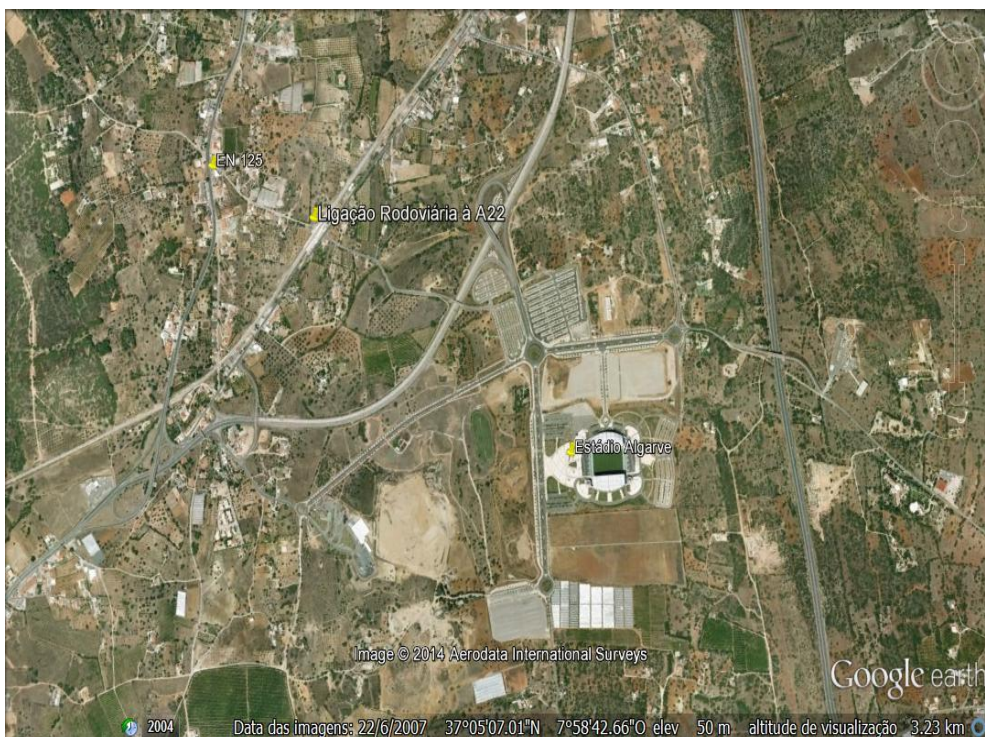


Fonte: Parque das Cidades, site oficial

No caso do Estádio Algarve foi necessário não só o financiamento à construção do estádio, mas também um conjunto de arranjos exteriores numa área que era ocupada

por terrenos agrícolas, sendo necessária a criação de duas estradas de ligação ao estádio, uma delas ligando-o autoestrada A22 através de um viaduto. Para facilitar a ida até ao estádio, uma vez que se encontra no limite administrativo de duas cidades, logo longe dos seus centros urbanos, foi criada uma estação de caminho-de-ferro junto do Parque das Cidades, não existente até aí.

Figura 14: Imagem aérea do Parque das cidades



Fonte: Google Earth

A própria designação do estádio apresenta uma particularidade que devemos levantar, Estádio Algarve e não Estádio *do* Algarve. Esta diferenciação é clara no discurso dos residentes de Faro com quem contactámos; demonstrando que aquele espaço é decorrente do esforço financeiro das municipalidades de Faro e de Loulé, sendo que os restantes concelhos do Algarve não se mostraram interessados no projeto, apesar de naturalmente terem beneficiado do mesmo. Surge igualmente outra designação “Estádio Faro/Loulé”, retirando o elemento regional.

A aprovação de todo este grande evento acontece num contexto particular, em que a visibilidade de Portugal a nível europeu e internacional era bastante elevado. Depois da experiência positiva na organização da Exposição Mundial dos Oceanos em 1998 em Lisboa, o EURO 2004 constituía mais um elemento que aumentaria a

visibilidade do país, mais um evento que iria melhorar as condições infraestruturais, não só em redor dos estádios, mas também nas áreas urbanas que os rodeiam.

Portugal apresentava nesta altura um clima político e cultural em que a opção pelo EURO 2004 foi defendida quase por unanimidade pela população, muitas vezes enredadas em conflitos entre diferentes adeptos de futebol e presidentes de câmaras sobre os locais de instalação dos jogos. Mas as críticas principais vinham de setores mais intelectualizados, que criticavam firmemente esta opção pelo futebol, num país em que a promoção pública à produção cultural e artística tradicionalmente sempre foi baixa. O exemplo português, que ganha a candidatura à organização do Europeu de Futebol contra a proposta espanhola, é um exemplo singular no nosso ponto de vista. Uma economia periférica da Europa assume-se como competente para fazê-lo de forma isolada, competindo aliás contra o país vizinho. Este processo singular não tinha acontecido no Europeu anterior em 2000 (Bélgica/Holanda); nem nos posteriores em 2008 (Suíça/Áustria), ou mesmo em 2012 (Ucrânia/Polónia).¹

Estes eventos pretendem cumprir uma função de revitalização de um destino turístico, estando muitas vezes associados a um incremento substancial das infraestruturas. O EURO 2004 enquadra-se neste modelo, acompanhando o exemplo de outras cidades europeias, tentando atrair turistas, promovendo formas de crescimento económico e de diversificação urbana, permitindo uma maior visibilidade do destino turístico (Perna et al, 2005). A grandiosidade em termos de participantes, técnicos, funcionários e espectadores, pedem uma estrutura territorial que a consiga suportar, neste caso uma estrutura urbana que terá de ser financiada pelos organismos públicos.

A maior ou menor projeção do evento é determinada pelo envolvimento das autoridades governativas nacionais e regionais. As agências governamentais beneficiam o evento, com o desenvolvimento de políticas, de infraestruturas ou pela disponibilização dos recursos necessários para suportar a atração dos eventos para grandes cidades. A comunicação social do país e/ou internacional,

¹ Reconhecendo o peso que este tipo de eventos tem num só país, a UEFA anunciou recentemente que o EURO 2020 (não o de 2016 que será em França) irá decorrer em 13 cidades diferentes da Europa, alargando assim o evento por uma geografia mais alargada, deixando de estar ligados a uma candidatura nacional; mas sim por parte de cidades de cariz mundial e com uma grande visibilidade, que podem receber eventos desta natureza.

juntamente com os direitos de transmissão são características importantes dos eventos especiais. (pp.42). (Ferreira et al., 2007, 42).

O caso do Estádio Algarve, construído para cerca 30000 utilizadores, é integrado no Parque das Cidades, um projeto urbano que está a cerca de 10km dos centros urbanos de Faro e Loulé, duas cidades com apenas 100000 habitantes, que se queria uma polo de “recreio e lazer” (Custódio: 2006,12). A estrutura encontra-se precisamente na linha divisória entre os municípios de Faro e de Loulé, mais uma forma de reforçar este projeto de natureza intermunicipal. Este deveria ser o futuro parque interurbano das duas cidades, espaço de confluência das duas malhas urbanas, constituindo um novo palco de diversificação urbana intermunicipal.

A gestão desse território era feita até 2010 pela “Parque das Cidades” que foi extinta nesse mesmo ano, depois de um elevado lastro de uso de dinheiro público num projeto futuro que a crise económica que se avizinhava destruiu. Sem projeto de diversificação posterior deixa de fazer sentido o pagamento de uma equipa que se alargava a mais de 20 elementos (Folha de Domingo, 2014). Neste caso os clubes de futebol mais representativos das duas cidades, o S.C. Farense e o Louletano D.C não participaram financeiramente nesta decisão. Após o evento, o estádio manteve-se com uma ocupação reduzida, sendo que as equipas locais de futebol, atualmente na 2ª e 3ª ligas nem sequer a usam, uma vez que se afastam dos seus territórios tradicionais, os centros urbanos de Faro e de Loulé.

Os resultados são claros: os estádios antigos nos centros da cidade de Faro e Loulé não foram demolidos, a estrutura apenas permite o uso em atividades desportivas como o futebol ou o rugby, sendo que as próprias municipalidades de Loulé e Faro tiveram de construir um conjunto de estruturas extra, nomeadamente para o atletismo, modalidade que também se queria ver associada ao Estádio Algarve.

O parque de estacionamento do Estádio Algarve está quase sempre vazio. Em redor, circulam poucos carros (...) A exceção acontece ao fim-de-semana, quando os algarvios aproveitam o espaço e o parque infantil para passearem”. (Público, 2010)

Não havendo uma utilização regular por parte das equipas de futebol regional, o Estádio Algarve tem sido usado de forma pouco recorrente como espaço para concentrações legais e ilegais de automóveis alterados (no seu parque de estacionamento ao ar livre onde as corridas decorrem), como local de festas de música

eletrónica como os eventos *Rebel Bingo* nas suas salas interiores, ou mesmo da instalação de estruturas rodoviárias específicas no relvado para as etapas especiais do Rally de Portugal. Apesar desta diversificação são várias as vozes, vindas particularmente do campo político/ideológico que caracterizam esta estrutura como um elefante branco, como uma materialização negativa dos efeitos nefastos a longo prazo deste tipo de escolha de lazer urbano.

Atualmente as despesas anuais pós EURO 2004 ascendem a cerca de 1,5 milhões anuais, resultantes da amortização do empréstimo contraído, acrescido de um valor entre os 300000 e os 400000 euros anuais, no que toca à manutenção daquele espaço (Folha de Domingo, 2014). A estimativa geral para a amortização do estádio está à volta de 20 anos (Martins, 2004), levantando esta questão por mais 10 anos no futuro, pelo menos até 2024. Num contexto de forte contenção financeira por parte dos organismos do Estado, esta situação traz enormes constrangimentos para a sua gestão, impossibilitando formas de investimento económico nos próprios municípios.

O uso futuro dos territórios que recebem estes eventos é de facto determinante. Tal como na EXPO 98, a construção do Estádio de futebol no Parque das Cidades constituiria um primeiro passo de um processo de diversificação territorial, urbanizando uma zona antes dedicada à agricultura. Esse processo passava pela integração do futuro Hospital Central do Algarve (cuja construção final estava apontada para o final de 2008, mas que não foi construído até este momento), criando uma nova centralidade associada à área, que de facto não se deu.

Em 2014, dez anos após a inauguração do Estádio Algarve, os dois responsáveis políticos municipais de Faro e Loulé apresentam uma visão positiva do potencial do estádio (Folha de Domingo, 2014), apesar de levantarem a possibilidade de o virem a concessionar, reduzindo os encargos associados, mas perdendo o seu controlo. Mais uma vez uma estrutura financiada publicamente passa para a gestão da iniciativa privada.

Cai por terra mais uma vez a ideia dos eventos como dinamizadores futuros da atividade económica e do desenvolvimento harmonioso de natureza urbana. São hoje recorrentes as notícias nos Media acerca de outros estádios como o de Leiria, em que se propõe a demolição do mesmo de modo a reduzir os custos para a municipalidade, sendo depois possível a venda do lote em que este está implantado.

FCNC Cultura 2005: Um evento de natureza cultural de base municipal e abrangência regional

Depois do Euro 2004, o Algarve viria a conhecer um segundo programa de eventos de natureza cultural e lúdica. O programa de eventos Faro, Capital Nacional da Cultura (FCNC 2005) decorreu entre Março de 2005 e Janeiro de 2006, com um conjunto de eventos de música, exposições e animação, que teve como palco principal a cidade de Faro, mas que se generalizou aos restantes concelhos do Algarve.

Figura 15: Teatro Municipal de Faro



Fonte: Site da Câmara Municipal de Faro

Um primeiro objetivo deste programa específico, profundamente ligado à natureza deste tipo de eventos na Europa, estaria ligado a uma tentativa de descentralização cultural, de promoção da atividade artística e cultural dos locais que geralmente não recebem este tipo de eventos. O Algarve, como região afastada geográfica, política e culturalmente da capital, apresenta uma forte dinâmica económica autónoma (decorrente do turismo e imobiliária), mas mantém-se na margem da dinamização cultural e artística. Este tipo de programa tentou funcionar como um elemento dinamizador das práticas e do consumo de formas artísticas fora da capital. No que toca aos conteúdos percebemos um certo carácter elitista, sendo que não é a produção artística local que domina estes eventos, desde a tradicional à mais contemporânea.

Declaração megalómana para quem nada conhece do Algarve (...). Lisboa decide e Faro alinha, quando ainda marcava a agenda cultural no Algarve (...) Projeta

um teatro municipal, que já vem do tempo do ministro Carrilho, que parece ser a nossa senhora do programa da capital da cultura, uma santa Engrácia que nunca mais fica pronta. Sem dinâmica cultural, o município que governa a cidade, é como aquele jovem rei que não pode e menos sabe governar e convoca para seu regente alguém de outro reino (...) Qual quê! Programar Faro, Capital da Cultura, com algarvios, ainda por cima competentes, seria «saloiice» a mais [Lisboa dixit], nada melhor do que descentralizar comissários da capital, a verdadeira. (Jornal Barlavento, 2005).

No entender de Ferreira et al. (2007) no seu relatório sobre o FCNC 2005, este é um evento que não é exclusivo da população local, mas que também não foi totalmente orientado para os turistas. Deste modo, é necessário compreender o potencial do evento face à sua dinamização publicitária, os benefícios para a região resultantes da construção da imagem de Faro e do Algarve como pontos de dinamização cultural, assim como a análise da capacidade de atração e criação de novos públicos. (Ferreira et al, 2007).

Faro apresenta-se como a segunda cidade a receber este tipo de programa de eventos, seguindo a experiência de Coimbra em 2003, depois das capitais europeias da cultura de 1994 em Lisboa, 2001 no Porto. Esta foi uma medida promovida pelo Governo Central, que serviria como um teste às restantes políticas culturais, dirigindo os conteúdos simbólicos e autênticos daquilo a que se pode chamar de *cultura portuguesa* (de Lisboa) para as restantes regiões. Ao mesmo tempo é uma forma mercadorizada de promoção urbana e turística.

Proposta pelo primeiro ministro de Portugal em 2000, António Guterres, o programa sofre bastantes dificuldades até ao seu início em Março de 2005, sendo que a inauguração do teatro Municipal e abertura oficial só se deu em Julho. É de notar, que desde essa decisão, o programa conhece quatro governos em quatro anos, uma situação de instabilidade política que claramente o condicionou. A sua forma final seria delineada em 2004, através da Resolução do Conselho de Ministros nº 96/2004.

Depois de vários avanços e recuos, o Prof. António Rosa Mendes, fortemente conhecedor da cultura e das gentes algarvias, acaba por aceitar coordenar o programa, mesmo que num contexto claro de redução de custos. Esta é uma razão de foro regional, criando estratégias de combate à sazonalidade, num destino turístico maduro por quem mais conhece a região. Os resultados a longo prazo mais marcantes deste evento

materializam-se na criação de um novo Teatro Municipal na cidade e na criação de uma orquestra regional que aí ensaia e tem a maioria dos espetáculos. Este processo correspondeu a um processo de recuperação de uma área urbana, localizada à entrada do centro urbano de Faro, a Horta das Figuras, criando a maior sala de espetáculos da capital algarvia, composta por uma sala para cerca de 800 espectadores.

Apesar de constituir uma base forte de dinamização cultural, esta obra pública é muitas vezes considerada como mais um elefante branco construído pelo Estado, um uso indevido de dinheiro público; sendo igualmente recordado pela sua arquitetura de natureza contemporânea e forma retangular. Tal como aconteceu noutras estruturas de promoção pública, também o Teatro das Figuras ficou marcado por um desvio ao orçamento inicial, motivando até uma auditoria do Tribunal de Contas.

A construção do Teatro Municipal de Faro é uma das 12 obras públicas que o Tribunal de Contas decidiu investigar (...) De acordo com o económico, o desvio total no custo das obras em causa ascende a 8,7 milhões de euros, o que corresponde a um acréscimo médio de perto de 20 por cento face ao que estava previsto nos contractos iniciais. (Barlavento, 2007).

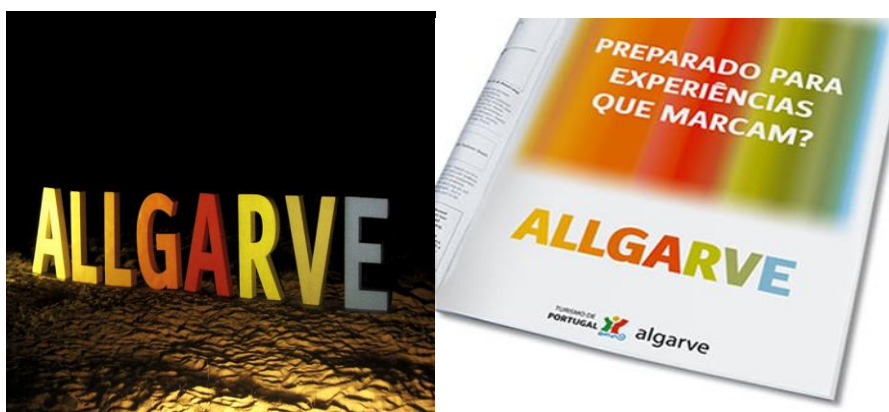
Mais uma vez, tal como no caso no EURO 2004, seria a gestão municipal a responsável pela gestão da estrutura através de uma empresa municipal, constituindo assim mais um encargo financeiro no futuro, comprometendo o financiamento outras atividades que esta instituição quisesse fazer. Ficou claro igualmente, que este tipo de processos implica uma continuidade dos programas, dos eventos, cativando a população local, que desta forma o tornam seu, elemento fundamental na discussão sobre a autenticidade vs recriação da experiência turística.

O Algarve. Um evento de natureza cultural de base e abrangência regional

Tal como o FCNC 2005, este programa propunha-se a diversificar a oferta cultural e de lazer na região, integrando um conjunto de espetáculos que estão associados a critérios de cosmopolitismo e diferenciação estética, podendo desta forma promover o consumo cultural na região de formas artísticas alternativas; possibilitando uma diversificação temporal da procura turística, concentrada maioritariamente entre Junho e Setembro. O Programa de animação lúdica e cultural decorreu entre 2007 e 2011.

A campanha apresentou-se com uma dupla dinâmica: produzia e financiava um conjunto de eventos de raiz, nunca experimentados no Algarve; mas também dinamizava e ampliava algumas das ações existentes, promovidas pelas municipalidades e instituições locais. O Allgarve era uma marca “umbrela” (Mybrand, 2007,1) do destino turístico Algarve, como um “catalisador que confere sustentabilidade a todo o processo” (Mybrand, 2007,1) criando uma identidade própria que a marca Algarve já apresentava, diferenciando-se. Ao agregar diferentes formas de arte, pretendiam criar “experiências que marcam” (Mybrand, 2007,1).

Figura 16: Evento Allgarve e Slogan



Fonte: My Brand

No primeiro período, entre 2007 e o final de 2009, o programa foi gerido pelo Ministério da Economia e Inovação, com uma opção clara por alguns artistas de renome internacional, maioritariamente na vertente da música², financiando o estado português a sua vinda até ao Algarve.

Esta versão do programa, profundamente ligada a artistas exteriores à região, foi fortemente criticada por agentes culturais locais. No dia 7 de Setembro de 2008, dia da cidade e feriado municipal em Faro, o artista Vasco Vidigal criou uma crítica implícita ao programa, produzida pela Artadentro, uma agência cultural local, que passava pela colocação de uma lona com o mesmo *layout* do Allgarve na porta da fachada da

² No Jazz Manhattan Transfer, Herbie Hancock, Diana Krall, Chick Corea, e na POP Nelly Furtado, Elvis Costello, Bryan Ferry, Lionel Richie, Simply Red, Joss Stone, Seal. Na animação de rua surgem os Cirque de Soleil ou Furia dels Baus. Na verdade algumas delas que repetiam a sua presença em Portugal, tornando o programa pouco original, um programa de eventos que muito pouco apresentava de original, repetindo um conjunto de apostas que o mercado já dispunha.

instituição com a palavra “Poortugal”, no sentido de discutir os efeitos da campanha encetada. Uma visão bastante crítica que o autor enunciava da seguinte maneira:

Agora, a cada ano, durante a época balnear, as associações culturais algarvias, para as quais o estado e a Câmara Municipal se mostram, por tradição, pobres e indisponíveis, assistem «da berma da estrada» à sumptuosidade dos meios, estatais e municipais, postos à disposição da iniciativa do Ministério da Economia e Inovação, vincando a diferença entre um Algarve de Verão, abastado, e um outro, a bastardo, de Outono/Inverno, perfeitamente integrado com o POORTUGAL do costume. (Vasco Vidigal em Blog A Defesa de Faro).

Figura 18: Poortugal e ALLgarve CamaLion



Fonte: Algarve Central e Blog Geordon (acedido em Dezembro de 2014)

À crítica à fraca presença de artistas locais, teremos igualmente de ressaltar a forte concentração dos eventos no litoral algarvio, que mesmo num contexto de fraca produção cultural geral, ainda eram os locais onde essas formas de lazer urbano estavam mais presentes. Esta era uma forma de marcar ainda mais a diferença entre o Algarve pobre, agrícola e rural e o outro urbanizado, economicamente desenvolvido e litoral.

O elemento que mais celeuma levantou entre os agentes políticos, media e em particular entre a população local, não foi o uso de fundos públicos para financiar propostas culturais cujo mercado já dava resposta, nem a orientação do programa de eventos aos meses de verão e áreas urbanas no litoral, nem pelos conteúdos e espetáculos que o programa propunha. Foi o seu nome, Allgarve.

A MYBRAND, uma empresa privada de comunicação, foi a escolhida pelo ministro em 2007 para criar todos os elementos base da campanha: nome, grafismo e slogans, defendendo que a designação Allgarve permitiria uma “uma leitura universal (...) num único conceito” (Mybrand: 2007,2).

Primeiro, ALLGARVE nunca será uma gralha tipográfica (...) Não se correrá o risco de este nome se sobrepor à marca Algarve (...) ALLGARVE – Experiências

que marcam, não destrói, nem substitui a marca, ou a designação Algarve. ALLGARVE acrescenta uma dimensão cultural e de animação que se pretende vanguardista e “glamourosa” que de algum modo tem sido esquecida ou não promovida ao longo dos anos. Injustamente diga-se.” (Mybrand: 2007,4).

Segundo os críticos, haveria a possibilidade desta nova designação poder *canibalizar* a marca Algarve, constituindo a escolha anglófona do nome da campanha *um tiro no pé* no que toca à necessidade de diferenciação do destino turístico. Ao invés de alguma originalidade e autenticidade, a oferta turística do Algarve era apresentada como um objeto pronto a consumir, reduzindo-se a uma classificação simples na língua inglesa.

Uma das figuras bastante reconhecidas na região, o deputado Mendes Bota³, em entrevista ao jornal Povo Livre, apresentou-se desde logo como um fervoroso crítico do nome da campanha, num quadro de discussão partidária. Sobre o tipo de eventos, a forma de financiamento da campanha e os seus futuros desenvolvimentos, sobre a forma de diversificar o tradicional Sol e Mar algarvio, nem uma palavra.

Um outro elemento que também exacerbou bastante a sua crítica a este programa foi um dos maiores *players* do setor turístico, o presidente da maior associação económica da região, a AHETA, a Associação de Hoteleiros e Empreendimentos Turísticos do Algarve. Esta associação aglomera dentro de si vários ramos do alojamento e diversão no Algarve de natureza privada, todas as tipologias de alojamento privado, mas também o lazer, nomeadamente os casinos. No seu ponto de vista, alguns dos eventos até tinham qualidade, eram bem organizados, mas a sua orientação era quase que exclusiva ao Verão, não permitindo o aumento dos fluxos turísticos no futuro, sendo claramente o investimento mal direcionado.

Isto é no mínimo ofensivo, não só para os algarvios mas também para as mais elementares regras do marketing político. O Algarve é das marcas mais consolidadas a nível internacional, e isto revela uma incompetência técnica quase a 100 por cento. De facto mudar um nome com a intenção de lhe chamar Allgarve em vez de Algarve, é uma coisa que como se diz em bom Português não lembra nem ao diabo. (Elidérico Viegas, TSF, dia 19 de Março de 2007)

³ Que há vários anos ocupa os lugares cimeiros da lista do Partido Social Democrata na região às legislativas e europeias

Analisando os locais onde a maioria dos eventos decorreu (e principalmente nos primeiros anos de intervenção do programa), percebemos que se deu uma escolha clara por espaços de uso ou reconvertidos para o uso lúdico de propriedade pública. Desta forma poder-se-ia aproveitar ao máximo as estruturas existentes, valorizando-as para o futuro e associando representações positivas de locais e visitantes a determinados espaços das cidades algarvias.

Ao não orientar exclusivamente estas atividades e financiamentos para a iniciativa privada de hotelaria e animação, cujos interesses representa, naturalmente que a organização teria de criticar o programa e o uso *indevido* de fundos públicos, uma vez que nesta circunstância os fundos não eram distribuídos entre os seus associados. Quem conhece grande parte das instituições hoteleiras do Algarve, a sua paragem quase completa durante os meses de inverno e a preocupação numa rápida reprodução de capital durante o verão, compreenderá melhor esta crítica.

No segundo período, entre 2010 e 2011 e que deveria continuar até 2013, alguns elementos se alteraram. Mantiveram-se algumas das estrelas internacionais, nomeadamente quando o programa em 2011 se orienta para o mercado inglês, mas progressivamente são integrados mais eventos tradicionais do Algarve, como a Concentração Internacional de Motos de Faro, criando um Allgarve mais algarvio. Num contexto económico mais difícil, o programa passa a ter uma gestão regional, presidida pelo antigo responsável municipal pela cultura, Augusto Miranda.

Esta tomada de decisão de natureza regionalista não só se caracterizou pela maior abrangência de conteúdos, mas também por um alargamento espacial dos eventos, distribuindo-os pelos diferentes municípios do Algarve. Mas também é quando o programa se torna mais *regionalizado*, que aumenta o número de eventos e de parceiros envolvidos (até privados), que termina. Há uma condicionante muito forte que condiciona o fim do programa. No ano de 2011, precisamente em Maio, dá-se o resgate financeiro a cargo da denominada *Troika*⁴; implicando uma redução drástica no investimento público em todos os sectores da economia, dos quais o lazer e turismo urbano não escapam.

Ainda acerca desta troca de palavras, entre o Poortugal e o Allgarve, o jornal “The Economist” na sua versão europeia em Outubro de 2012, apresentava uma peça

⁴ Composta pelo Fundo Monetário Internacional, Comissão Europeia e Banco Central Europeu

acerca dos cortes que iriam ser feitos futuramente relacionados com este programa, defendendo o abandono deste tipo de investimento, quando os estados estão sob constrangimentos financeiros. “Nos dias felizes antes da crise do Euro, um governo em Lisboa *rebranded* o algarve como Allgarve, esperando apelar aos turistas de língua inglesa. Agora a situação de Portugal sugere um *rebranding* de todo o país como Poortugal”⁵ (The Economist, 20 de Outubro de 2012).

O programa terminou de forma abrupta em 2011, sendo desde logo descontinuado o sítio na internet que apresentava os eventos Allgarve, uma clara tentativa de apagamento do programa, materializada numa atitude do novo governo, sem sequer propor algum alternativo, noutras moldes. Em declarações públicas em Outubro de 2011, a que assistimos, poucos meses depois das eleições legislativas e falando para uma plateia de entidades privadas na área do turismo; a secretária de estado Cecília Meireles justificava a redução do orçamento da entidade regional, assim como de qualquer programa extraordinário de lazer urbano de natureza cultural. O seu papel, quatro meses depois das eleições, era indicar que tal como no resto do país, também o investimento público seria reduzido. Em termos espaciais o Allgarve não apresentou nenhum efeito visível, não sendo criadas quaisquer novas estruturas de lazer urbanas.

6.2.2 Distribuição Espacial e temporal e temática dos eventos

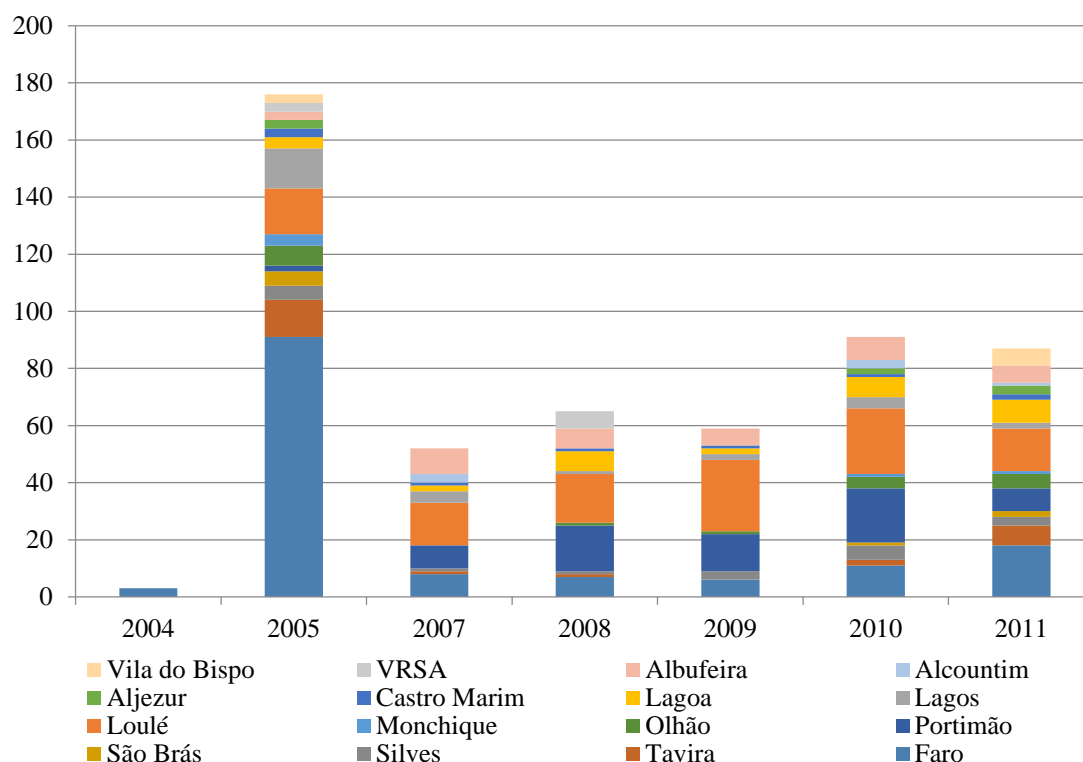
Passaremos agora a apresentar a distribuição dos eventos pelas diferentes cidades do Algarve, assim como uma tematização dos principais tipos de eventos desenvolvidos.

Se o EURO 2004 localizou-se no Parque das Cidades, apesar da instalação de um ecrã gigante no centro urbano de Faro, nos casos do FCNC e do Allgarve (a partir de 2010), estes programas de eventos alargaram-se aos 16 concelhos do Algarve. Aglomerando todos os anos de 2005⁶ a 2011, poderemos perceber quais as cidades que receberam mais eventos destes programas.

⁵ Tradução do autor

⁶ Sendo retirado o ano de 2006 uma vez que não houve nenhum programa central de promoção de turismo cultural no Algarve

Gráfico 2: Distribuição dos Eventos no Algarve e nas cidades algarvias (N)



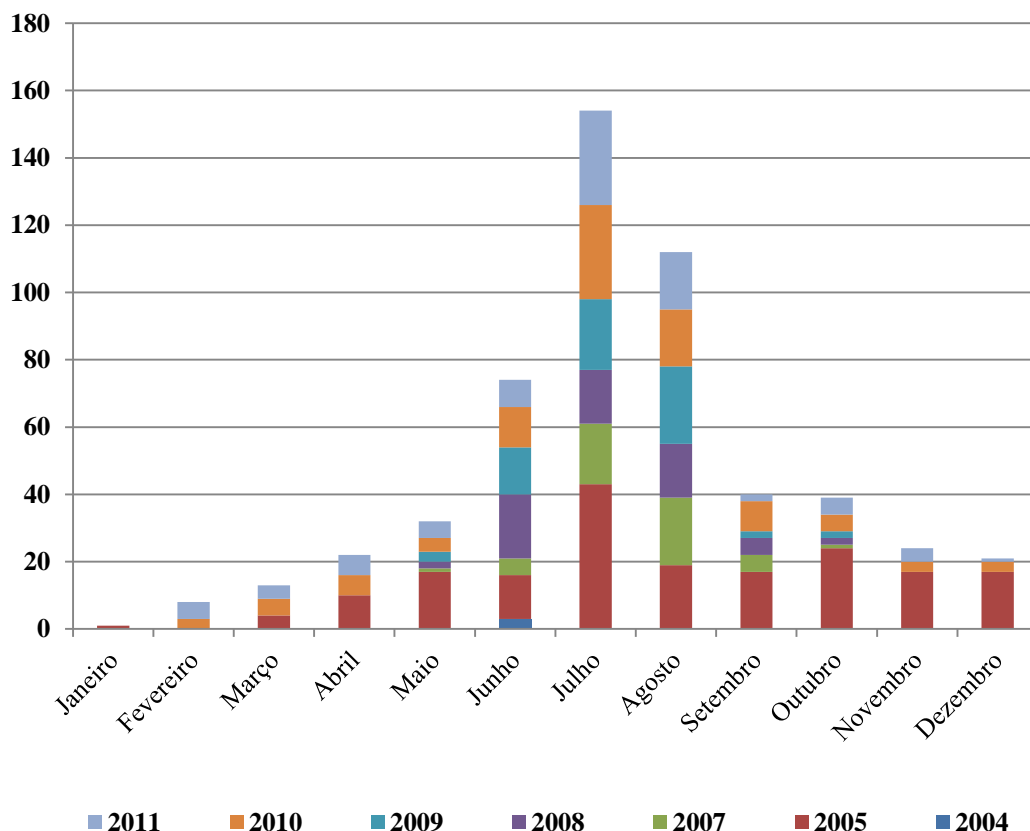
Fontes: Nascimento, 2012; Ferreira et al. 2007; Ministério da Cultura; Turismo do Algarve, Media regionais e nacionais

Neste caso, Faro domina com 27% do total de 533 eventos, em grande medida devido ao programa FCNC 2005, em que concentrou cerca de 49,1% de todos os eventos. Em segundo lugar, vem a cidade de Loulé, com 20,8% de todos os eventos, sendo determinante a sua importância no programa Allgarve (em que concentrou a maioria dos eventos, 26,8%), particularmente nos *resorts* turísticos aí sediados que se associaram ao programa. Os restantes três concelhos com uma maior participação foram Portimão (12,4%), Albufeira (7,3%) e Lagoa (5,6%), todos concelhos litorais e com reconhecida capacidade turística.

De notar a quase inexistência de eventos no interior, na Serra e Barrocal algarvio, sendo que os concelhos de Monchique, São Brás do Alportel, Aljezur e Alcoutim apresentam valores próximos, abaixo dos 2%. Se estes programas pretendiam criar uma imagem global e inovadora do Algarve, poderemos dizer que este objetivo falhou redondamente, quando a parte da região mais utilizada e que tem uma visibilidade particular é aquela que concentra mais evento.

No sentido de poder avaliar se de facto estes programas foram ou não determinantes no combate à sazonalidade turística, apresentaremos a sua distribuição ao longo dos meses. A sua contabilização foi feita pelo mês em que se iniciaram, apesar de alguns se terem prolongado por mais meses.

Gráfico3: Distribuição dos Eventos Allgarve pelos diferentes meses e anos (N)



Fontes: Nascimento, 2012; Ferreira et al. 2007; Ministério da Cultura; Turismo do Algarve, Media regionais e nacionais.

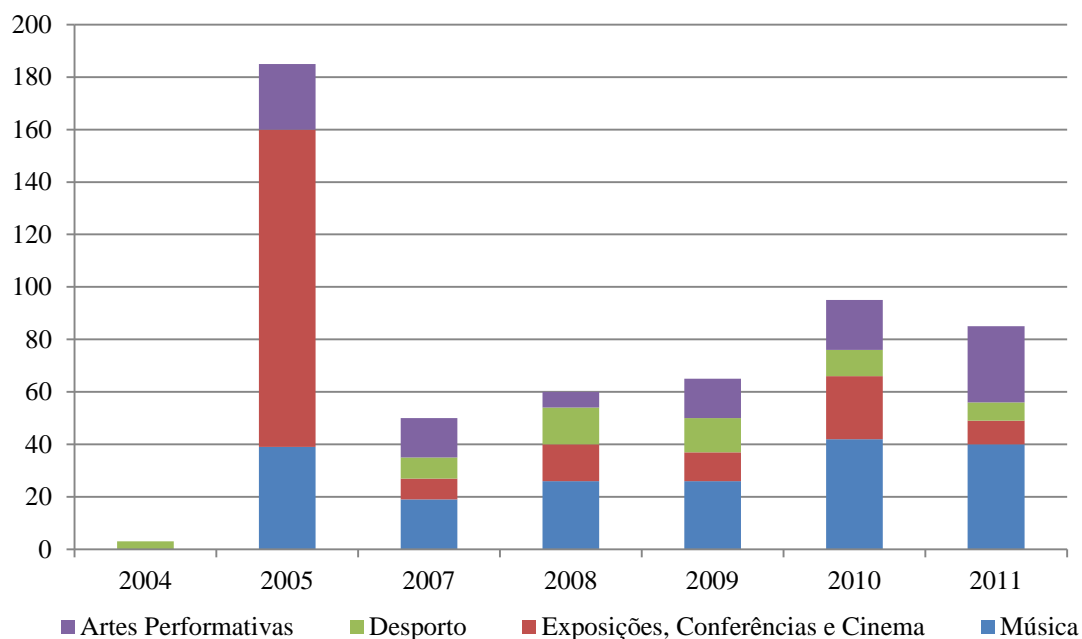
Apesar de se constituir como um conjunto de programas que pretendem combater a sazonalidade turística, uma observação rápida dá para perceber que a grande maioria dos eventos (63%) concentrou-se nos meses de Verão, entre Junho e Setembro, sendo que o mês que apresenta menos eventos é Janeiro (0,8%).

No que se refere à distribuição entre locais de propriedade pública e privada, percebemos uma clara dominância pela instalação de eventos em espaços de natureza pública, cerca de 70% no caso do Allgarve e 86% no caso do FCNC 2005.

Abandonado o combate à sazonalidade turística, teremos de analisar se de facto estes eventos constituíram um complemento alternativo ao tradicional Sol e Mar, diversificando a oferta da região, ligados a outros públicos, mais letrados e

conhedores de outras formas artísticas. As diferentes versões dos programas foram integrando progressivamente novos temas, nomeadamente a gastronomia regional e o desporto.

Gráfico 4: Distribuição por categorias dos Eventos Allgarve



Fontes: (Nascimento, 2012; Sítio da internet do Ministério da Cultura; Sítio da internet do Turismo do Algarve, Media regionais e nacionais).

O primeiro elemento a destacar é que a temática música (35,3%) logo seguida de Exposições, Conferências e Cinema (34,43%) que são as mais representadas. Em terceiro lugar chegam as artes performativas (20,07) %, que se deram na sua maioria em espaços públicos de acesso livre, como as praças e praias da região. Em último lugar os eventos ligados ao Desporto, que apesar do seu número reduzido foram aqueles que apresentaram custos mais elevados, como por exemplo no EURO 2004 ou na qualificação do Campeonato do mundo de Rally.

6.2.3 Custos, financiamentos e receitas

Deveremos neste momento fazer uma análise acerca dos custos e receitas dos diferentes programas de eventos. Reproduzimos um quadro acerca dos custos associados a todas as infraestruturas do EURO 2004, FCNC 2005 e Allgarve 2007/2011.

Tabela 3: Total de custos e participações dos programas de eventos Euro 2004; FCNC 2005 e Allgarve 2007-2011

PROGRAMA DE EVENTOS	TOTAL	PREÇO POR EVENTO
	Milhões de Euros	Milhões de Euros
EURO	46,43	15,47
FCNC	5,2	0,03
ALLGARVE	15	0,04

Fontes: Martins (2004), Ferreira et al (2007); Castela et al (2012), Nascimento (2012), comunicação social regional e nacional

O EURO 2004

A natureza primordial deste tipo de eventos, principalmente para a entidade que rege o futebol europeu, a UEFA, passa pelo seu sucesso económico, podendo assim aumentar as suas receitas, televisivas e publicitárias.

Da parte do país organizador, deseja-se que este tipo de eventos constitua uma marca particular no crescimento urbano, económico e simbólico. Uma oportunidade para o país, envolvendo-o numa aura positiva. A existência de uma competição acérrima entre diferentes países para a organização de eventos da UEFA/FIFA acaba por demonstrar a possível vitalidade desse país, do seu dinamismo económico e social, podendo desta forma ser o melhor palco para este tipo de eventos.

O custo total do Euro 2004 (em Estádios, Estacionamento e Acessibilidades) foi de 857 369 004 euros, sendo que no Algarve o valor total chegou aos 46 435 068 euros, cerca de 5,4% do orçamento, com uma derrapagem em 23,85% em relação ao orçamento inicial, resultante de uma “atualização de preços, obras suplementares não previstas e alterações ao projeto” (Martins: 2004, 21).

As fontes de financiamento no Algarve foram de duas naturezas. A primeira advinha de fontes de natureza comunitária e nacional, como os quadros de financiamento FEDER, PRODER e PIDDAC (Martins, 2004), que contribuíram com 27,8% do orçamento total. Mas a segunda parte, e aquela que foi mais determinante, ficou a cargo das instituições que no final do evento se tornaram proprietárias dos estádios construídos, neste caso as autarquias de Faro e Loulé, responsáveis pelos restantes 72,2% que viriam de capitais próprios e de financiamento na banca (Martins, 2004). Neste caso, cerca de metade de todo o investimento no EURO 2004 no Estádio

Algarve é oriundo da banca, cujos juros e prestações têm asfixiado economicamente uma das câmaras mais endividadas do país, Faro.

Neste contexto os eventos de natureza desportiva são pensados para uma população associada a este tipo de lazer, não sendo quase necessária a criação de outros motivos de interesse, apesar da criação de *fun zones*, centros de animação em redor dos estádios e nos centros das cidades anfitriãs. Neste caso foram estimados cerca de 1,3 milhões de espectadores (Martins, 2004) nestas áreas de dinamização lúdica.

O FCNC 2005

Os eventos como o FCNC 2005 têm uma importância relativa em termos económicos, com uma difícil mensuração, não apresentando efeitos imediatos muito fortes. Por outro lado, não havendo um grande interesse da iniciativa privada neste tipo de eventos, há uma forte tendência de financiamento público neste tipo de iniciativas, que face ao desinteresse dos privados terá de investir nestes campos. A gestão financeira deste projeto teve bastantes dificuldades no cumprimento do orçamento de 5,2 milhões de Euros (DN, 2005), sendo que a organização já acumulava dívidas, ainda antes do início dos eventos. A grande maioria do orçamento foi assegurada pelo Ministério da Cultura. Não encontramos qualquer contabilização das receitas recebidas em relação aos espetáculos, ou de patrocínios de entidades privadas, apesar de termos informações acerca da maioria dos eventos terem sido gratuitos.

É preciso muita capacidade de resistência para aguentar todas as vicissitudes e obstáculos que Faro Capital Nacional da Cultura tem sofrido, (...) Basta verificar a situação quer dos seis elementos que integram a equipa da estrutura de missão, dois dos quais só agora viram autorizados os seus contratos de trabalho a termo certo, quer dos 15 produtores e programadores dos espetáculos das sete áreas disciplinares que compõem o evento, cuja esmagadora maioria, tal como o DN noticiou, regressou já a Lisboa devido ao facto de ainda não ter recebido qualquer remuneração. (DN, 2005).

Percebemos desta forma que as dificuldades financeiras foram travestidas de burocráticas, travando processos legais e dessa forma não fazendo os pagamentos devidos aos trabalhadores deste programa. Esta é uma estratégia muito clara, contratando os técnicos e programadores, dando-lhes tarefas e em resposta o pagamento não vem, possibilitando até a desistência dos mesmos, ficando com o seu trabalho de forma totalmente gratuita.

Materializa no nosso ponto de vista uma total desvalorização do programa (não aprovado pelo governo que o irá pagar), um menosprezo por este tipo de iniciativas, umas *coisas* para entreter o turista. A aposta clara seria em eventos como o EURO 2004, em que a reprodução de capital está bem presente para construtores civis e setores hoteleiros, favorecendo claramente a iniciativa privada.

O Allgarve 2007/2011

O programa Allgarve foi marcado durante toda a sua vigência por uma enorme imprevisibilidade no que toca ao financiamento.

Em 2007, apesar de várias notícias referirem a cifra de 3 milhões (nomeadamente na imprensa regional e nacional), na verdade o investimento neste programa de eventos ficou pelos 2 milhões (Nascimento, 2012), o que também foi confirmado por notícias de jornais de anos posteriores. Em 2008 o modelo de financiamento passa a ser tripartido, entre Estado Central, Municipalidades e Entidades Privadas, e mesmo com um aumento significativo do número de eventos, o seu orçamento continua nos 2 milhões de euros (Nascimento, 2012;). Em 2009, o orçamento duplica para cerca de 4 milhões (Nascimento, 2012;), cerca de 3 milhões vindos do Turismo de Portugal e o restante das municipalidades e entidades privadas, num ano de eleições legislativas, ganhas pelo mesmo partido político.

No penúltimo ano de programação a gestão do calendário de eventos passou a ser feita por uma direção regional. Nesse ano o orçamento mantém-se em cerca de 4 milhões de euros, com as mesmas origens de 2009. Neste ano o calendário de eventos alarga-se a 11 meses de intervenção, contemplando claramente os meses em que o Algarve detém uma ocupação mais baixa, os meses de Novembro, Dezembro e Janeiro. Por fim o último ano de eventos, que se realizou em 2011. Apesar do resgate financeiro a Portugal apenas se ter dado em Março de 2011, as medidas de controlo orçamental já estavam em vigor, que se materializou também no orçamento do Allgarve, que se reduz para sensivelmente 3 milhões de euros (Nascimento, 2012).

Ao contrário do FCNC 2005, o Allgarve teve vários eventos pagos. Apesar de não dispormos de dados do último ano de atividades, o Allgarve entre 2007 e 2010 rendeu cerca de 350 mil euros⁷, 60 mil euros em 2007, 112 mil euros em 2008, 113 mil euros

⁷ Em 2007 o valor foi de 60 mil euros, subindo em 2008 aos 112 mil euros, em 2009 foi de 113 mil euros e em 2010 foi de 65 mil euros.

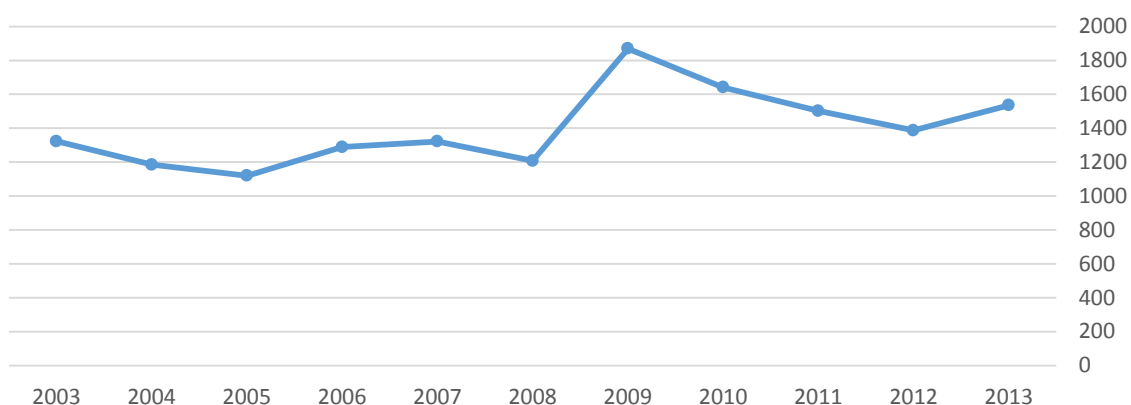
em 2009 e em 2010 foi de 65 mil euros. Todas estas verbas foram distribuídas entre instituições de solidariedade social.

6.3 Análise da estrutura hoteleira entre 2003 e 2013

Uma forma particular de poder compreender os efeitos de um evento de natureza lúdica, urbana e cultural, passa por recolher dados de natureza quantitativa da sua estrutura hoteleira formal. Escolhemos recolher dados acerca da última década entre 2003 e 2013 (o último ano com dados compilados), no sentido de podermos avaliar os resultados deste tipo de eventos nestes setores de atividade económica, tendo perceber a sua evolução.

O primeiro indicador que vamos apresentar, as viagens, corresponde segundo o EUROSTAT (Estatísticas do Turismo do INE de 2008), ao número de deslocações de uma pessoa ou grupo (família, amigos), em todo o “tempo durante o qual uma pessoa permanece fora do seu ambiente habitual.” (Estatísticas do Turismo do INE de 2008, 3). As razões podem ser várias, mas concentraremos a nossa atenção apenas nas viagens de lazer. Cerca de 23% das viagens feitas em 2013 com partida de Portugal, de lazer tiveram como destino o Algarve. (Estatísticas do Turismo do INE de 2013).

Gráfico nº4: Viagens de Lazer, Recreio e Férias com direção ao Algarve, pelo menos uma noite entre 2003 e 2013 (em milhares)



Fonte: Estatísticas do Turismo do INE (2003; 2004; 2005; 2006; 2007; 2008; 2009; 2010; 2011; 2012)

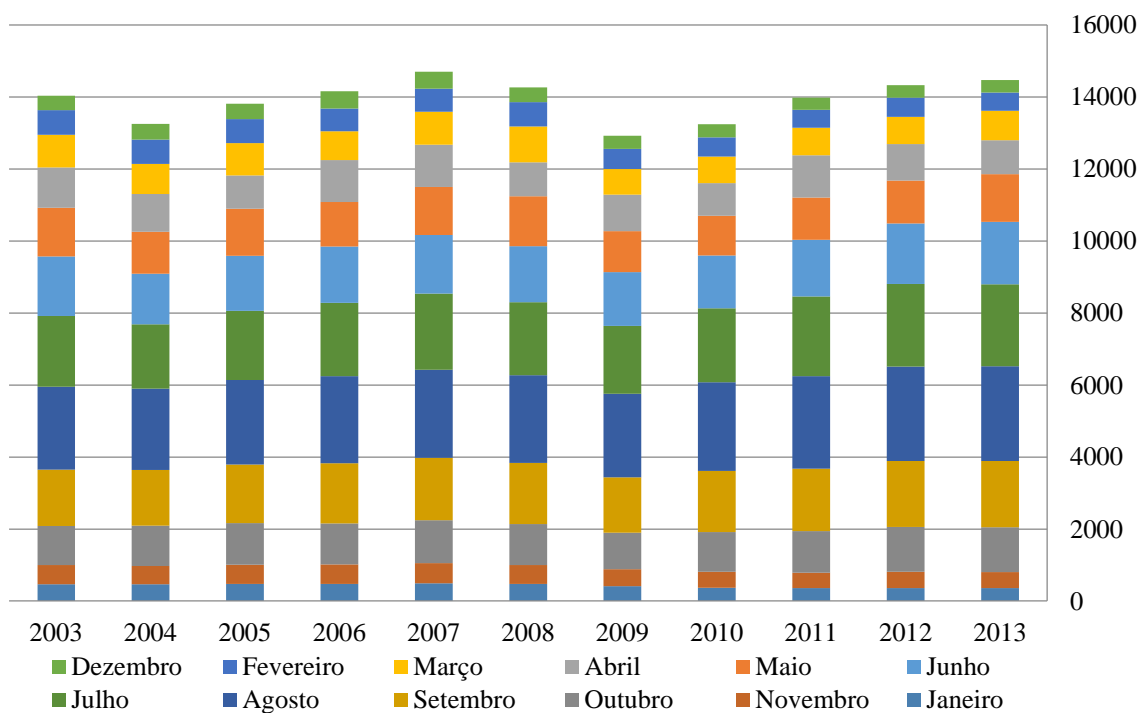
A variação nestes últimos 10 anos foi relativamente baixa, na ordem dos 16%, apesar do aumento exponencial entre 2008 e 2009 (54,9%), seguido de uma descida

continua até 2012. Neste contexto outras regiões turísticas como o Norte (que teve um aumento de 31,9%) ou mesmo de Lisboa (que aumenta as suas viagens em 61,8%) amplificam o seu peso neste setor.

Fica claro que o Algarve não perde viagens neste período, até aumenta, mas também é perceptível que a região não consegue absorver o aumento global de viagens em Portugal, que entre 2003 e 2012 se dá em redor dos 31,9%. (Estatísticas do Turismo do INE de 2013).

Passemos agora ao segundo indicador, as dormidas. Segundo o INE, este indicador designa a “Permanência de um indivíduo num estabelecimento que fornece alojamento, por um período compreendido entre as 12 horas de um dia e as 12 horas do dia seguinte” (Estatísticas do Turismo do INE de 2008). É o indicador mais recorrentemente usado tanto por agentes políticos, hoteleiros e responsáveis públicos para perceber as dinâmicas económicas do fenómeno turístico. Em 2013, o Algarve recebeu cerca de 36,1% de todas as dormidas registadas em Portugal, marcando a liderança neste domínio, segundo as Estatísticas do Turismo do INE do mesmo ano.

Gráfico 7: Evolução do número de Dormidas de 2003/2013 por anos e meses no Algarve (em milhares)



Fonte: Estatísticas do Turismo do INE (2003; 2004; 2005; 2006; 2007; 2008; 2009; 2010; 2011; 2012)

A variação nestes últimos 10 anos foi bastante baixa, na ordem dos 3%, apesar de inconstante. Dá-se uma descida de 5% entre 2003 e 2004, crescendo depois até 2007. Entre esse ano e 2009 há uma queda de 12,9%, aumentando desde aí até perto dos valores de 2007. (Estatísticas do Turismo do INE de 2013). Passemos agora à distribuição pelos diferentes meses dos anos, entre 2003 e 2013.

Neste campo percebemos uma dominância pelos meses de maior calor, entre Junho e Setembro, que concentram cerca de 58,6% de todas as dormidas em 2013. Pelo contrário, Novembro, Dezembro, Janeiro e Fevereiro de 2013 concentram apenas 11,45%, os meses com menor número de dormidas. Para podermos perceber a variação que os diferentes meses tiveram nestes últimos 10 anos, apresentamos a tabela em baixo.

Tabela nº4: Variação das dormidas por meses entre 2003 e 2013 (%)

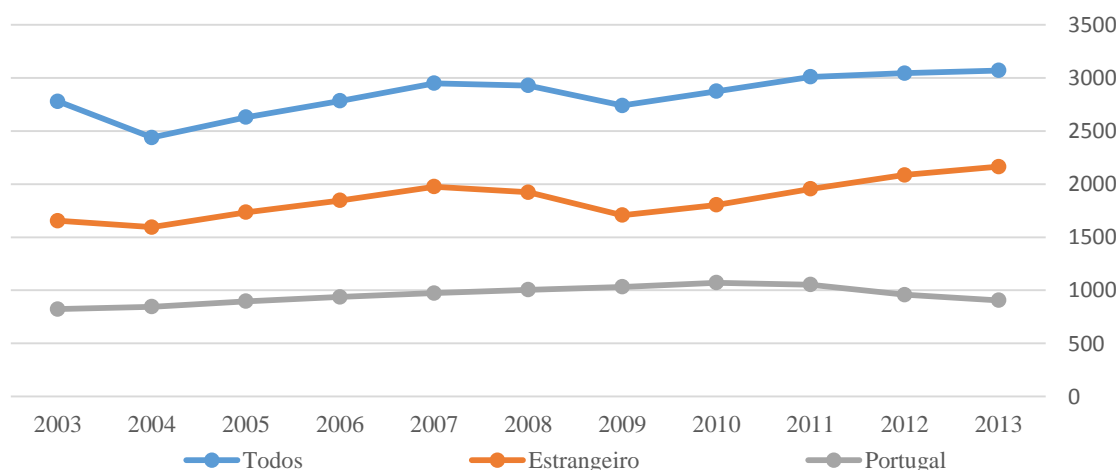
MESES	JAN.	FEV.	MAR	ABR.	MAI	JUN.	JUL.	AGO	SET.	OUT	NOV	DEZ
VARIAÇÃO 2003/2013 (%)	-23,1	-26,3	-10	-15,8	-2	4,9	15,9	13,8	18,5	14,2	-16,5	-12,9

Fonte: Estatísticas do Turismo do INE (2003; 2004; 2005; 2006; 2007; 2008; 2009; 2010; 2011; 2012)

Pela análise do gráfico e da tabela, podemos perceber claramente que houve uma redução no número de dormidas nos meses de inverno, aumentando ao mesmo tempo nos meses de Verão, consolidando-se ainda mais a sazonalidade que marca a região.

Passemos então à análise do número de hóspedes. Segundo o INE, este número não pode ser confundido com o número de turistas, uma vez que “o indivíduo é contado tantas vezes quantas as inscrições que fizer no estabelecimento, no período de referência.” (Estatísticas do Turismo do INE de 2008, 10), tendo especial atenção às suas nacionalidades. Em 2013, o Algarve recebeu 23,7% de todos os hóspedes de alojamento formal em Portugal.

Gráfico 8: Evolução do número de Hóspedes por origem nacional entre 2003 e 2013 no Algarve
(Milhares)



Fonte: INE: 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013

A variação nos últimos anos dez anos demonstrou um aumento de cerca de 10,46% (Estatísticas do Turismo do INE de 2013) de hóspedes no Algarve. Teremos de enunciar a redução entre 2003 e 2004, o crescimento seguinte até 2007 e uma descida até 2009. Tal como no caso das visitas e das dormidas, percebemos que no caso do número de hóspedes (que cresce em Portugal entre 2003 e 2013 cerca de 27,7%), mais uma vez o Algarve fica-se pelos 10,46%, quando Lisboa cresceu cerca de 43,5% (Estatísticas do Turismo do INE de 2013).

Na composição destes hóspedes encontramos alguma homogeneidade no comportamento das diferentes nacionalidades em 2013. Percebemos desde logo uma grande prevalência de hóspedes estrangeiros no Algarve (70,51%), cujo crescimento entre 2003 e 2013 foi de 30,74% (Estatísticas do Turismo do INE de 2003 e 2013). No caso dos portugueses, aumentaram apenas 10% a sua presença no número de hóspedes nessa década. (Estatísticas do Turismo do INE de 2013).

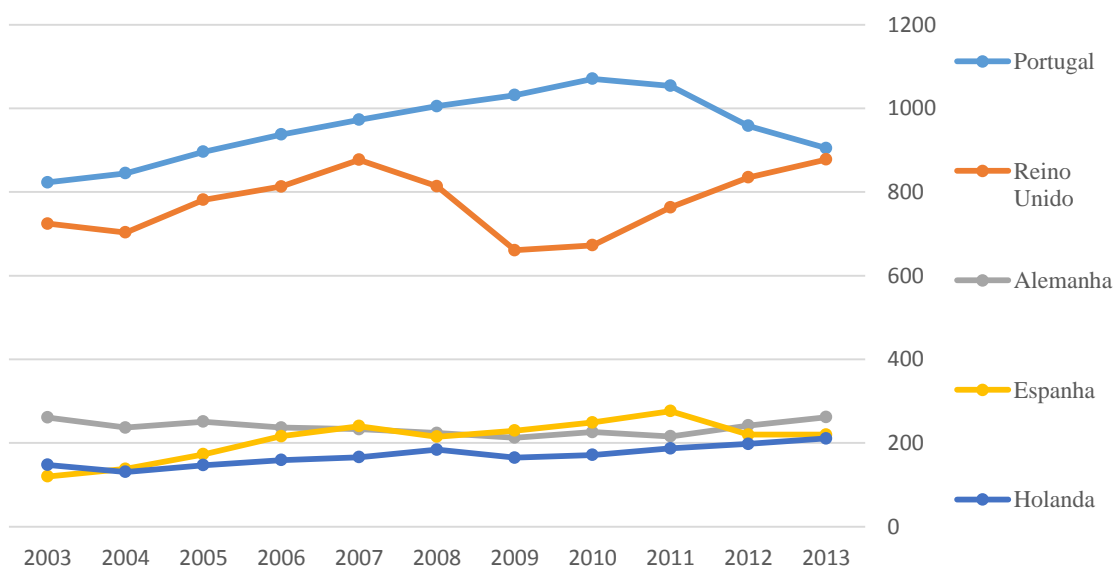
Tal como no caso das dormidas percebemos uma diminuição entre os anos de 2003 e 2004 de cerca de 40000 hóspedes (Estatísticas do Turismo do INE de 2004 e 2005) apenas em dois anos. Esta redução prende-se com um efeito de inflação associado ao evento, no aumento do alojamento turístico e de todos os serviços associados, afastando o público tradicional do Algarve, de natureza familiar (Perna, 2005).

No ano de 2005 houve um aumento de 7,8% no número de hóspedes (Estatísticas do Turismo do INE de 2004 e 2005), demonstrando que os mercados tradicionais do Algarve voltaram a usar esta região, implicando um aumento de cerca de

29% de Franceses, 25% de Espanhóis e 11% de Britânicos (Estatísticas do Turismo do INE: 2005 e 2006).

Também o mercado português reagiu positivamente no ano de 2005, aumentando a sua presença no Algarve. A evolução foi constante até 2009, ano em que se dá uma descida significativa nos hóspedes estrangeiros, com reflexos no número total de hóspedes. Apesar dos portugueses continuarem a usar a região em férias, a sua proporção é tão baixa que não tem efeito nos números globais, que descem entre 2007 e 2009. É de notar igualmente que após 2011, as comunidades estrangeiras aumentam o seu número, demonstrando a retoma nos seus países, particularmente no Reino Unido, sendo que os hóspedes portugueses reduzem a sua presença, num contexto de crise já referenciado.

Gráfico 9: Evolução do número de Hóspedes por país de nacionalidade entre 2003 e 2013 (milhares)



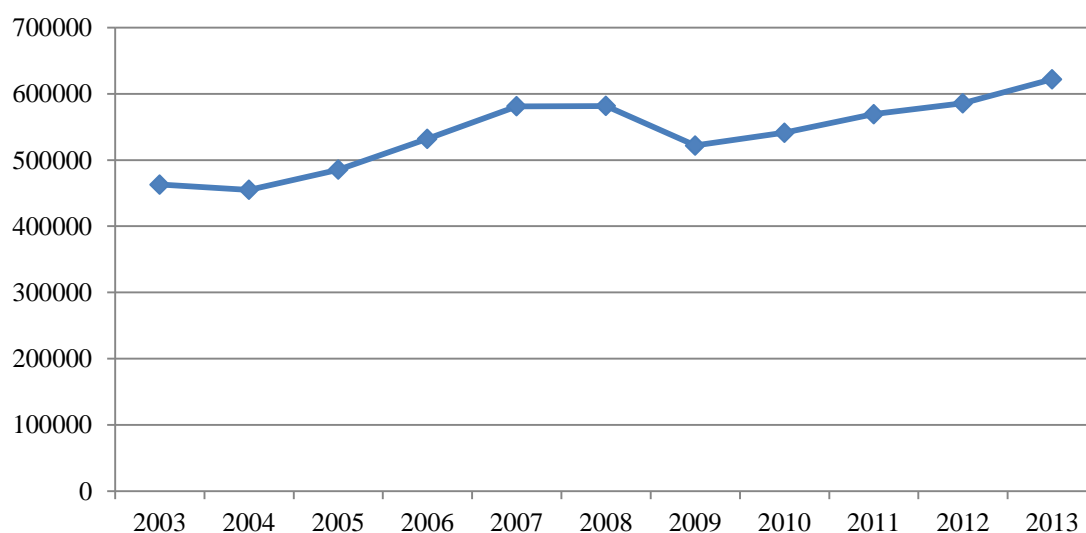
Fonte: INE: 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013

Analisando com mais cuidado o público que mais recorre ao Algarve como viagem de turismo, teremos de apresentar uma análise mais profunda dos 4 públicos-alvo nacionais mais representativos em 2013: os Portugueses que representavam 29,5% da distribuição, os Britânicos com 28,6%, os Alemães com 8,5% e Espanhóis com 7,2% (Estatísticas do Turismo do INE de 2013). Estas comunidades nacionais não alteraram a sua posição nestes últimos dez anos.

Como poderemos ver pelo gráfico anterior percebemos que a evolução nos diferentes públicos foi quase constante, sendo de ressaltar a diminuição no público britânico que reduz a sua presença entre 2007 e 2009, sendo que termina em 2013 com valores próximos de 2007. Também o público português reduz a sua presença após 2011, caso este estreitamente ligado com a crise financeira em Portugal a partir desse ano que se prolongou até 2013.

Passaremos agora à análise dos “Proveitos totais, segundo a categoria dos estabelecimentos, por regiões (NUTS II)” (Estatísticas do Turismo do INE de 2013). Estes são os ganhos económicos nos diferentes anos no Algarve, tendo em conta os contributos da hotelaria e restauração e comércio. Em 2013 o Algarve concentrava 30,7% de todos estes ganhos no país.

Gráfico 10: Proveitos Totais no Algarve (Milhares de Euros)



Fonte: Estatísticas do Turismo do INE: 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013

Entre 2003 e 2013, a evolução dos proveitos totais foi positiva (34,3%), materializando claramente o aumento de dormidas e de hóspedes que se deu nestes últimos 10 anos. Ao mesmo tempo teremos de referir o efeito natural da inflação neste período, que foi de 23,3% (PORDATA, 2014).

Mas passando aos diferentes anos percebemos alguns efeitos. Entre 2003 e 2004 a evolução foi claramente negativa. Apesar do aumento resultante da inflação associada ao EURO 2004, e de facto se ter aumentado a receita entre o mês de Junho de 2003 e 2004 (Estatísticas do Turismo do INE de 2003, 2004), percebemos que a nível global o

ano de 2004 apresentou uma redução negativa de 1,7%, menos cerca de 8 milhões de euros (Estatísticas do Turismo do INE de 2004 e 2005). No entanto, quando analisado o respetivo impacto económico sobre o alojamento, “conclui-se que a rentabilidade *per capita* das dormidas foi superior, fruto do acréscimo de preços praticados no alojamento durante este período” (Perna et al: 2008, 7). Desde 2004 até 2008 o Algarve aumenta os seus proveitos em 25,3%, correspondendo a um incremento de mais de 118 milhões de euros. Entre 2008 e 2009 há uma redução clara (10%) que poderemos associar à queda que se deu nos hóspedes ingleses, mas que cresce exponencialmente até 2013.

Capacidade de Alojamento e pessoal ao serviço no Algarve entre 2003 e 2013

Passaremos por fim a tratar a Capacidade de Alojamento na região do Algarve e o Pessoal ao Serviço, podendo desta forma perceber se aumentaram o número de camas formalmente dedicadas ao acomodamento temporário de turistas, assim como os seus trabalhadores. Em 2013 cerca de 34,18% da capacidade de alojamento temporário de todo o país estava localizada no Algarve. (Estatísticas do Turismo do INE 2013). Em 2012, o pessoal ao serviço em alojamento turístico no Algarve concentrava 31,21% do total de trabalhadores neste setor em Portugal. (Estatísticas do Turismo do INE 2012).

Gráfico 6: Total do Alojamento Turístico no Algarve entre 2003 e 2013 (N)

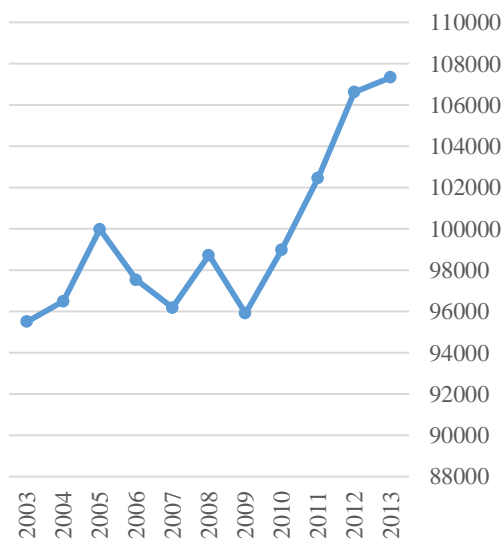
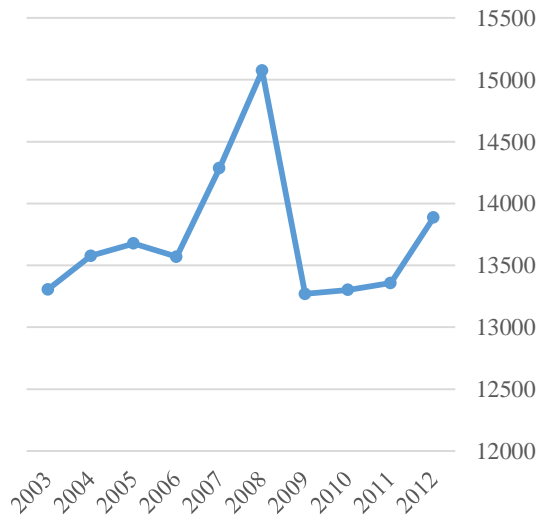


Gráfico nº 7: Pessoal ao Serviço no Algarve entre 2003 e 2012 (N)



Fonte: Estatísticas do Turismo do INE (2003; 2004; 2005; 2006; 2007; 2008; 2009; 2010; 2011; 2012)

Nos últimos 10 anos o crescimento na capacidade de alojamento foi na ordem dos 12,4%; apesar da redução entre 2005 e 2009, sendo que nos anos posteriores subiu

vertiginosamente, particularmente entre 2009 e 2013. No que se refere às diferentes tipologias de alojamento em 2013, percebemos a dominância clara dos hotéis (31,07%), seguido dos apartamentos turísticos (29,1%), aldeamentos (12,7%), Motéis, Estalagens, Pensões e Pousadas com o valor mais baixo (2,9%). (Estatísticas do Turismo do INE de 2013)

Passemos agora à análise dos efeitos na mão-de-obra local dedicada ao alojamento de turistas entre 2003 e 2012. Deste modo poderemos perceber se o aumento que se deu no número de camas, também se reproduziu no número de trabalhadores dedicados a este setor de atividade. Nos últimos 10 anos esta população aumentou 4,37%, apesar do aumento extraordinário que se fez sentir entre 2006 e 2008, momento em que se dá uma redução significativa, mantendo os mesmos números de 2009 até 2012. Neste caso dominam a os trabalhadores dos hotéis (49,9%), seguidos dos Hotéis Apartamentos (20%), Apartamentos turísticos (18,8%), Aldeamentos (11,4%) e os restantes dedicados aos outros tipos de alojamento (Estatísticas do Turismo do INE de 2013).

6.4 Resultados da diversificação turística do produto Sol e Mar

A orientação do território no sentido do lazer, da satisfação dos visitantes e os seus efeitos ao nível urbano, implicam uma alteração no que toca às funções das cidades e áreas urbanas, com a entrada de novos atores, práticas e representações associadas ao lazer, baseadas em elementos de natureza cultural.

Esta área consolidou-se numa vertente urbana, onde o património edificado apresenta uma importância determinante (exprimindo as várias vidas que o território já teve desde a ocupação romana à presença árabe), mas também na dinamização de eventos que pretendem confluir elementos da cultura regional e nacional com outros referentes culturais, do Mediterrâneo à cultura pós-moderna, passando pelo entretenimento massificado pelos Media.

O turismo algarvio foi tradicionalmente marcado pela dominância de um modelo balnear, apesar de desde o início do século XXI, em resposta à crescente competição internacional, terem sido promovidos um conjunto de eventos de natureza cultural, que dão resposta a um aumento global nas competências escolares e culturais da população

em geral e dos turistas, sendo-lhes proposta uma nova modalidade de entretenimento, para além do estanciar ao sol.

A análise destes eventos passou pela compreensão do seu sentido enquanto dinamizador turístico, pela perceção do contexto político, institucional e económico que rodearam estes eventos, pela sua distribuição espacial e temporal, pelos seus custos e receitas, mas também num elemento fundamental, a estrutura hoteleira, uma dos aspetos mais marcantes da presença de turistas na região.

Tanto o EURO 2004 (Perna, 2005; Custódio, 2006), o FCNC 2005 (Ferreira et al, 2007) como o Allgarve 2007/2011 (Castela et al. 2012) pretendiam diversificar a oferta tradicional de Sol e Mar no Algarve, assim como foram uma tentativa, no nosso ponto de vista frustrada (pela concentração em cidades litorais e em meses de forte ocupação turística tradicional) de combate à sazonalidade na região e os seus efeitos. Programas bastante controversos, pela natureza dos seus eventos, pela baixa participação inicial de parceiros e criadores artísticos da região, pelo seu financiamento e continuação como política de dinamização cultural e artística.

No caso do FCNC 2005 e Allgarve 2007/2011 teremos de tentar perceber se estes processos de integração de códigos de natureza cultural, nomeadamente referindo formas simbólicas às quais a grande maioria dos participantes não consegue compreender, são os mais adequados. Muitas vezes dá-se um choque entre os objetivos dos programadores e a falta de códigos de decifração dessas mesmas obras de natureza cultural, particularmente entre os residentes, normalmente com capitais escolares e artísticos mais baixos que a generalidade dos turistas que procuram estas tipologias de turismo urbano e cultural.

Tal como no caso do EURO 2004 e FCNC 2005, não poderemos dizer que o Allgarve teve um efeito claro na estrutura hoteleira. Deste modo percebemos que este tipo de eventos não apresentam uma relação direta económica com o aumento de turistas e de ganhos económicos na região, sendo possível encontrar alguns indícios desse efeito, mas sem ser determinante.

No caso do Allgarve, o último programa de eventos na região, foi marcado por uma crítica à intervenção pública na economia, comprometendo claramente o princípio inicial, a necessidade de modernização e atualização de um destino turístico maduro. Ficou claro pela análise do programa e pelas críticas feitas por muitos operadores,

nomeadamente os Hoteleiros, que a iniciativa privada no Algarve apresenta características muito próprias e critica qualquer programa em que não tenha interesse direto. Defende que qualquer política pública deve ter em primeiro lugar uma orientação aos agentes que já estão no campo, apresentando-se pouco interessada em contribuir financeiramente para a diversificação turística, principalmente quando não percebe que pode ganhar diretamente com a mesma.

Encontrámos nos três programas dois sentidos claros na dinamização cultural no Algarve, presentes em 543 eventos contabilizados por nós entre 2004 e 2011.

Um primeiro, presente no EURO 2004, com um modelo de ludificação que é claramente focalizada nos meses de Verão e com uma programação marcadamente de cariz massificado. Pretende motivar a viagem de estrangeiros à procura de um conjunto de espetáculos com artistas mais ou menos mediáticos, ou mesmo alguns clássicos reconhecíveis. Localiza-se particularmente no litoral, onde se concentra um público que tradicionalmente escolhe o Algarve pelo preço, por terem uma residência secundária na região ou visitam amigos, marcado por um ambiente de letargia balnear. Independentemente de serem apoiados e até sugeridos pelos poderes locais, normalmente estes eventos têm uma direção localizada em Lisboa, como nos casos do EURO 2004 e Allgarve entre 2007 e 2010.

Um segundo modelo, presente no FCNC 2005 e Allgarve 2007/2011, que pretende uma diversificação da oferta turística, propondo um modelo de consumo de lazer urbano de natureza cultural, mixando influências locais com a produção de outros contextos, do Mediterrâneo (Festival MED) à Europa e resto do mundo (FolkFaro), recriando eventos locais como o Festivais do Marisco e da Sardinha (recriação de um ambiente de pescadores em Olhão e Portimão); ou mesmo a Concentração Internacional de Motos de Faro, o maior evento da região. Estes eventos têm uma abrangência territorial mais alargada, não chegando exclusivamente às cidades de maior promoção turística.

A escolha da análise dos eventos de natureza cultural, urbana e de promoção pública foi para nós determinante, no sentido de compreender de que forma o Algarve tentava diversificar a sua oferta turística, clarificando mais um pouco o campo lúdico na região. A prevalência destes eventos durante o verão reforçou o carácter sazonal deste processo de metropolização, reafirmando este campo como constituinte da terceira e última dimensão do nosso conceito de metropolização sazonal.

CONCLUSÕES: A METROPOLIZAÇÃO SAZONAL NO ALGARVE

Este trabalho apresenta uma perspetiva rara nos estudos do turismo, criando um novo conceito, que não é apenas uma reprodução de conceitos mais frequentes como de cidade turística, criando uma tipologia adequada ao turismo algarvio.

Todas as transformações urbanas explicitadas anteriormente, segundo o nosso ponto de vista, decorreram num contexto global e local particular.

O processo de globalização da economia contemporânea favoreceu a criação de formas urbanas dedicadas ao lazer e ao turismo. Um processo que encerra novas relações laborais num contexto de pós- fordismo, como demonstra esta investigação. Na verdade um pós-fordismo low cost, em que pontuam alguns elementos de sofisticação, territórios gentrificados que são vizinhos de outros orientados a classes sociais mais baixas, marcando uma crescente fragmentação social, espacial e funcional do território. Um processo de ludificação que traz consigo processos particulares de urbanização, muitas vezes informais, mediaticamente reconhecidos como desastres arquitetónicos e urbanísticos. Esta Metropolização do Algarve encerra todo um conjunto de outros processos sociais de transformação territorial e social, na progressiva mercadorização do espaço e cultura urbana.

O Turismo é recorrentemente representado como uma solução contra a tríplice desemprego/crise económica/ necessidade de reconversão funcional, possibilitando um aumento geral nos níveis de qualidade de vida, como a urbanização turística do Algarve claramente exemplifica. Ao mesmo tempo promove a criação de um contexto de flexibilidade funcional e precariedade contratual das ocupações laborais, a artificialização excessiva de alguns territórios promovendo a perda de alguns *paraísos perdidos*, a constituição de sistemas sociais (urbanos, culturais, económicos, simbólicos) que perduram no tempo, apesar de terem uso temporário, não permanente.

No contexto internacional, percebemos uma clara reorientação do capital financeiro da indústria (relocalizada a oriente), para os campos do lazer e da cultura urbana, do consumo pós-fordista, e porque não (com enormes reservas face ao seu sentido) pós-moderno, como um novo negócio, uma nova forma de acumulação de

capital e de reprodução do mesmo. Aliada a esta expansão da cultura urbana como mercadoria, surge um setor ligado ao imobiliário e ao crédito bancário, que suporta esta dinâmica global. Implicam um sintoma particular, o surgimento de uma nova estrutura económica, com consequências ao nível social e espacial. (Remy 1992; Harvey 1989, Castells 2000; Bryman 2004).

Estamos assim perante a constituição de formas urbanas de natureza global que enunciam um processo de transformação territorial nomeadamente nos usos sociais, culturais e económicos num espaço particular, congregando por um lado uma morfologia particular, como lugar da materialização do sistema económico capitalista contemporâneo, da mercadorização do espaço e da cultura urbana como produtos prontos a consumir, constituindo um novo modelos de transformação urbana, em que o entretenimento dos turistas se torna fulcral.

Ao mesmo tempo, por outro lado, mais do que um simples suporte de reprodução do sistema capitalista contemporâneo, das suas dinâmicas particulares que se espalham por todo o planeta e criam um modelo económico alargado a todas as nações; estes processos de urbanização são fortemente marcados pelo contexto de interação entre os agentes, convocando o legado global capitalista num espaço particular, podendo desta forma influenciar profundamente o desenvolvimento destes processos de urbanização turística (Mullins, 1991). Forma e relação não são opostas, complementam-se no terreno de maneira a criar áreas urbanas ludificadas de natureza particular, produzidas localmente, mas fortemente influenciadas pelas dinâmicas globais.

Este acesso ao lazer urbano generalizado a uma maior parte dos agentes sociais é decorrente do processo de regularização dos horários de trabalho por toda a Europa ocidental e América do Norte. Esta alteração permitiu a que alguns setores das classes sociais mais baixas viajar, consumir formas de lazer longe do seu local de residência, conhecer outras culturas, processo que até à criação das férias pagas a todos os trabalhadores apenas se dava entre as elites de alto capital económico, cultural e artístico. Um tipo de consumo profundamente “hedonista”, tornando-se estes momentos de festa determinantes para os agentes, *os melhores dias das nossas vidas*, tornando-se completamente centrais nas representações dos agentes, nos desejos e aspirações dos atores sociais, acabando por competir com outras formas identitárias, como a classe social, etnia ou pertença social.

Se num primeiro momento os processos de diferenciação social neste campo estavam marcados pela distinção entre quem podia viajar ou não, quem podia consumir formas de lazer de fora do local de residência, num segundo momento dá-se um processo de diferenciação entre os diferentes turistas e locais de dinamização de lazer, nomeadamente no que toca à qualidade dos produtos turísticos, o tipo de público a que está associado (classes sociais ou grupos nacionais específicos), se está orientado para formas de consumo massificado ou especializado; todas estas características estão integradas numa imagem mediatizada e socialmente construída nos espaços urbanos marcados pelo turismo. Uma imagem que materializa uma lógica simplificadora da sua natureza, fazendo esquecer possíveis contradições e conflitos numa dada sociedade, passando a ideia de paz social.

A descoberta do Algarve como novo trunfo económico está igualmente ligado a um nível intermédio, entre o global e o local, nomeadamente o contexto de ludificação turística do mediterrâneo sul. Neste campo teremos de ressaltar uma relação desigual entre turistas (do Norte) e os residentes (do Sul), ressaltando a criação de relações de natureza pós-colonial, entre os turistas ricos e detentores de poder do Norte da Europa e os residentes destes locais turísticos, sendo vistas as suas populações como *virgens*, *sexualizadas*, *autênticas*, *selvagens*, não industrializadas ou urbanizadas. Esta viagem para os europeus do norte materializava uma viagem no tempo, como se regressassem a uma Europa *pré-moderna*.

Neste caso, o Algarve, tal como outros exemplos mediterrâneos, foi claramente favorecido por este contexto de alargamento do aceso ao lazer, ao consumo e à viagem. Este acesso generalizado foi resultante da redução e regulação dos horários de trabalho, que deveremos associar às sociedades ocidentais, capitalistas e industriais. Estaremos neste momento a discutir a construção de um novo direito social, o direito ao Lazer, que apresenta diferentes materializações, uma destas no Algarve. Agora mais do que investir na indústria de pequena escala, como de certa forma sucedeu na área metropolitana de Lisboa e do Porto (com poucos casos de indústrias de grande dimensão), o desenvolvimento económico do Algarve inaugura uma nova era económica que, tal como no contexto internacional, baseava-se na promoção mediática dos melhores lugares para o lazer, na construção das cidades para os outros, na reprodução de capital nas diferentes fases de dinamização turística: na construção dos hotéis e restante

acomodamento, no financiamento a este processo, na promoção imobiliária, na animação dos turistas.

Este processo de urbanização ocorre num contexto específico, marcante para a descoberta do Algarve como local de turismo a partir do final da década de 1960. Num contexto nacional marcado por uma guerra colonial que chegaria até 1974, sentimos que houve uma antecipação do processo de descolonização por parte de uma facção das elites económicas do Estado Novo. Deixando o comércio colonial como único negócio lucrativo, estas elites económicas propõem-se a investir no turismo e orientam a sua atividade em relação à Europa e aos desejos de sol, mar e de lazer das suas recentemente criadas classes médias, gerando uma nova forma de reprodução económica, um novo negócio urbano. Perdidas as colónias, havia necessidade de investir na metrópole, que era o que restava depois da guerra fratricida que decorreu em Angola, Moçambique e Guiné.

Surge assim uma nova (velha?) estrutura de capital que vê no turismo e no imobiliário um novo filão económico, que pode ser claramente materializado com o caso de Vilamoura: comprada por Cupertino de Miranda, um dos elementos mais fulgurantes desta nova elite económica e financiada pelo seu próprio banco, o Banco Português do Atlântico, que com a ajuda de capital bancário internacional constrói de raiz um novo espaço urbano. De região periférica no contexto centralista português, esquecida do desenvolvimento económico e marcada por áreas do interior profundamente desertificado e por uma faixa litoral onde estão concentradas grande parte das suas cidades tradicionais de pequena dimensão; o Algarve passa a ser uma das mais competitivas regiões no contexto nacional, local de forte reprodução de capital financeiro.

A opção económica destes grupos económicos necessitava de um contexto legislativo em relação a ordenação do território que fosse mais flexível, sendo que aqui (particularmente no final da década de 1960) que o próprio Estado Novo altera algumas das suas prerrogativas ao nível territorial, permitindo a alteração do uso dos solos, assim como desburocratiza em grande medida os processos de legalização dos novos negócios turísticos. Estava aberto um campo imenso de possibilidades de diversificação do território, imagem e população algarvia.

Estamos perante uma forma particular de urbanização, que cria um território de natureza polinuclear, criador de novas centralidades de natureza urbana, para além dos

centros tradicionais das cidades existentes antes da turistificação; em que domina um modelo radioconcêntrico, em que o ordenamento concêntrico é intermediado pela existência de vias de mobilidade rodoviária que irão ditar em grande medida a forma urbana destes territórios; em que a EN125 é determinante nas formas de expansão urbana: como estrada comércio, como forma de mobilidade regional e como um modelo particular de urbanização *de beira de estrada*.

Uma forma urbana em que os processos de reconversão urbana e de criação de raiz de novos territórios urbanos são decorrentes de uma flexibilização dos modelos urbanísticos existentes, dominados pela dinâmica primordial da edificação como elemento de transformação e alargamento urbano, alargando o território das cidades tradicionais do Algarve para as suas margens litorais.

O esforço de turistificação do território e a constituição de áreas urbanas ludificadas têm implicado, em casos como o Algarve litoral, a existência de três elementos determinantes, condicionado a sua Urbanização Turística do Algarve, numa dinâmica de metropolização sazonal. Neste caso observámos um processo de metropolização particular, que não promove a construção de uma metrópole clássica (como conhecemos nas grandes catedrais lúdicas como Nova Iorque ou Londres), mas sim de um processo urbano no sentido da metropolização, cujas dimensões explicativas derivam do campo espacial, produtivo/laboral e de lazer.

Em primeiro lugar daremos importância a aquela que é, para nós, a dimensão mais central no processo de urbanização turística do Algarve e na sua dinâmica metropolitana e sazonal, a sua natureza espacial. O processo de transformação e aglomeração urbana do Algarve não é decorrente de uma natureza pós-industrial, modelo dominante internacionalmente, cujos ecos encontramos na reconversão lúdica do Soho nova-iorquino, ou da criação cidade artística e lúdica de Berlim.

Apesar da destruição progressiva das indústrias regionais ligadas à transformação de peixe e produtos agrícolas locais, a transição urbana operada no Algarve passou fundamentalmente por uma transição agrícola/piscícola-turística, criando novos sistemas urbanos em antigas áreas de ocupação produtiva, em espaços pouco artificializados, ou mesmo sem qualquer uso humano. Deste modo a urbanização turística dos territórios litorais no Algarve e Mediterrâneo apresentam uma originalidade marcante: são territórios que já apresentavam uma dinâmica particular de circulação e

aglomeração de pessoas e atividades, mas que sofreram um processo rápido de transformação territorial de natureza urbana que se consolida num contexto de lazer.

Todas estas alterações de natureza urbana constituíram um processo claro de turistificação das margens litorais das principais cidades algarvias.

No caso da Praia de Faro percebemos um processo claro de apropriação territorial não formal, enredada num labirinto burocrático entre licenças de permanência, planos de reconversão territorial e acusações bastante críticas aos seus utilizadores. É apresentado como o pior exemplo de urbanização segundo os Media, apresentando uma posição bastante precária no que toca à sua manutenção como local de instalação de habitações de uso não permanente.

O processo que se iniciará em 7 de Janeiro de 2015, de destruição de parte do edificado e deslocalização das suas populações residentes, denunciam a sua posição urbana bastante controversa. Localizada num território de gestão a cargo do Parque Natural da Ria Formosa, as habitações edificadas nas areias da praia terão de ser destruídas, ao contrário do aeroporto de Faro e do *resort* da Quinta do Lago, também localizados junto da ria, mas que foram considerados como inevitabilidades e dessa forma manter-se-ão no território.

No território seguinte, Vale do Lobo estamos perante uma situação totalmente diferenciada. Neste caso não estamos perante a reconversão de um território e população com usos e ocupações de natureza piscícola, na transformação de uma área produtiva no sentido do turismo, mas sim um processo de raiz, a constituição de um território urbano onde antes se situava uma área expectante, insalubre, sem utilização humana.

Ao mesmo tempo este *resort* inaugura uma nova dinâmica de turistificação no país, abandonando as disposições legislativas e de ordenamento do território que dominavam até aqui. A intervenção no turismo até à década de 1960, era fortemente centrada na criação de hotéis como estruturas de acomodamento dos turistas, um modelo burocrático e fechado que dificultava a promoção turística do Algarve, particularmente quando na vizinha Andaluzia o setor estava tão desenvolvido. Dessa forma Vale do Lobo inaugura uma nova era de promoção turística, em que o elemento económico fundamental está ligado a formas particulares de imobiliária de lazer (Brito, 2009), de dinamização de um mercado de luxo de habitações de uso secundário. Este

resort encontra-se localizado no *Golden Triangle*, associado a classes sociais mais elevadas.

O terceiro caso de estudo de natureza espacial, a turistificação da Praia de Quarteira é um processo formal de transformação territorial, criando uma cidade dedicada exclusivamente ao turismo. Tal como na Praia de Faro estamos perante uma transição de uma comunidade exclusivamente piscatória no sentido do uso lúdico do território, nomeadamente na dinamização massiva de habitações em altura para alojar um conjunto de classes médias nacionais e estrangeiras. A sua transformação ocorre num momento particular, de dinamização crescente do crédito bancário entre setores sociais menos solventes, que agora podem aceder à casa de férias.

Ao mesmo tempo o centro urbano de Quarteira concentra um conjunto de comunidades imigrantes e com baixo capital económico e social. Apesar de concentrar sazonalmente um conjunto de populações em férias, de ser um espaço de promoção do consumo de bens não primários, Quarteira é igualmente um local de concentração de populações claramente desfavorecidas, marcadas por fatores de exclusão social, segregação socio-espacial e separação da parte nobre da freguesia, o *resort* de Vilamoura.

Por fim o caso de Vilamoura, resultante da transformação de uma quinta agrícola, através da alteração da sua função urbana, no sentido do turismo de qualidade associado a classes sociais mais elevadas. Esta é a outra face da moeda da cidade de Quarteira, separada fisicamente da restante freguesia, onde o golf e a marina marcam o seu espaço urbano, como elementos distintivos e como marcas de orientação a um público-alvo particular.

Ao mesmo tempo o caso de Vilamoura aproxima-nos de um modelo económico bastante marcante no contexto português. Inicialmente este parcela agrícola era ocupada por um morgado, forma política e cultural de controlo das populações durante a idade média. Na entrada do século XIX, quando ascende a burguesia comercial e industrial, a quinta passa a fazer parte de um complexo sistema económico, integrado num grupo económico que tinha interesse na agricultura, pescas e indústria, racionalizando a sua produção. No final dos anos 1960, a quinta é vendida a um novo grupo económico, agora de natureza nacional, que desenvolve um novo negócio, o turismo e a imobiliária a este relacionado. Durante a transição democrática mais uma vez este território é vendido a uma nova empresa, composta por alguns agentes importantes no turismo

algarvio. No início do século XXI, num clima de forte redução do esforço construtivo a empresa acaba por ser vendida a um banco que foi intervencionado pelo Fundo Monetário Internacional.

Passemos agora à segunda dimensão deste conceito de metropolização sazonal, a sua diversificação produtiva e laboral, que implicou a transformação de toda a estrutura produtiva da região, da agricultura e pescas no sentido do turismo, nomeadamente nos serviços, comércio, hospitalidade e imobiliária. Neste caso compreendemos claramente a constituição de um novo modelo de trabalho mais flexível e precário, sazonal e funcionalmente desqualificado, fisicamente extenuante e em que os acidentes de trabalho são recorrentes.

A região algarvia sofreu desde a década de 1960 um aumento população ativa extraordinário, quebrando com um contexto de emigração que marcava a região, particularmente nos seus territórios interiores. Deu-se uma entrada massiva de emigrantes, africanos e da europa de leste com ocupações ligadas à construção civil, transformando igualmente a região em termos culturais. Ao mesmo tempo, de forma indireta, a diversificação turística foi importante para a concentração de uma população dedicada aos serviços, que sofrem um aumento extraordinário, resultante da dinâmica de turistificação e do afluxo de populações migrantes em busca de trabalho. O sintoma de crise económica foi determinante para que muitos destes tenham emigrado para outros países, abandonando a região, perante uma clara redução dos efetivos ligados à construção civil, ocupação maioritária entre estes contingentes.

A dinamização de ocupações profissionais por todo o litoral algarvio levou à constituição de formas de mobilidade casa/trabalho, particularmente nas cidades de Faro, Albufeira e Loulé, nos setores do comércio, alojamento, educação e administração, perante uma forte automobilização (Urry, 2004) da sociedade algarvia.

Percebemos igualmente que as ocupações profissionais no turismo eram marcadas pela flexibilidade de funções, profunda precariedade dos vínculos profissionais e de uma temporalidade ditada pelos ritmos da entrada de turistas na região. Um processo que leva à Disneyzificação do território algarvio e ao Mactrabalho nas palavras de Ritzer (1994).

A perceção deste contexto foi realizada através do contato etnográfico com um grupo de trabalhadores jovens e precários, que trabalhavam apenas 7 meses por ano,

sendo que a grande maioria se mantém desempregado durante o restante tempo. Foi claramente perceptível uma avaliação diversa entre os agentes acerca deste período de paragem: alguns, mais jovens e ainda a residir com os pais, demonstraram um efeito positivo, indicando que desta forma poderiam continuar os seus estudos, ou mesmo a possibilidade de trabalharem informalmente noutras atividades durante o inverno. Mas outros, mais velhos e também com mais experiência na empresa esperam ano, após ano a possibilidade de se tornarem efetivos, uma dimensão cada vez mais improvável.

Acompanhámos um grupo de jovens entre os 18 e 25 anos e registámos que tipos de trabalho faziam, que neste caso passava pelo carregamento de bagagens para dentro do avião no aeroporto de Faro, uma atividade fortemente dominada pela sazonalidade e pelo ritmo de acesso aéreo à região. Percebemos igualmente que estavam ligados contratualmente a empresas de trabalho temporário, sem contrato direto com a empresa onde trabalhavam, detendo claramente menos direitos laborais do que os seus colegas permanentes. Foi determinante neste campo compreender como os agentes articulavam o tempo de trabalho com as pausas sazonais, que avaliações faziam destas paragens e como ocupavam o tempo durante o inverno.

Depois da apresentação da dimensão espacial e produtiva/lúdica, passaremos a explicitar a terceira dimensão do nosso conceito de metropolização sazonal: a sua componente lúdica. A recolha de informação de natureza teórica, a observação ao longo de todo o ano, e a temporalidade associada ao modelo de “sol e mar” levou-nos à ideia de que um Algarve estava a sofrer um processo de maturação do ciclo de vida como destino turístico, tendo obrigatoriamente de se reinventar.

A dinamização do lazer urbano é marcada pela melhoria progressiva das condições laborais que permitiram um alargamento daqueles que podem usar o seu tempo livre em viagem, numa lógica subversora da normalidade ditada pelos tempos de trabalho e pela rotina das comunidades locais, introduzindo o lazer como dinâmica fundamental. O capital financeiro reorienta-se ao lazer, à cultura urbana como mercadoria, como chamariz turístico e à imobiliária que a suporta. Desde as formas massificadas de acesso ao lazer num primeiro momento, à diferenciação por nichos de mercado num desejo constante de diferenciação social, o caminho foi longo e diversificado.

Estas formas organizadas de promoção de consumo de lazer são claramente mediatizadas e esse é um elemento determinante e inovador da sua natureza. Sempre

existiram eventos de natureza cultural e estes sempre foram chamarizes importantes para o negócio das viagens; mas a rapidez contemporânea da sua disseminação não implica apenas uma maior velocidade na transmissão da informação, mas principalmente um alargamento social daqueles que conseguem têm acesso e conseguem reconhecer estes estímulos.

A sazonalidade e esgotamento do modelo de Sol e Mar, levou a que no Algarve se desenvolvessem eventos de natureza cultural como forma de diversificação turística. Os seus resultados demonstraram um efeito imediato pouco expressivo, demonstrando que esta é uma estratégia a longo prazo, tal como se passou no desenvolvimento do turismo algarvio nos últimos 50 anos. Uma dinâmica neste campo foi determinante, a diversificação temática e turística do Algarve, que só pode ser desenvolvida pelos agentes públicos de dinamização lúdica, pelas regiões de turismo e os ministérios da economia, integrados numa estratégia de desenvolvimento económico da região e do país.

Neste caso foi determinante perceber as lógicas dos diferentes programas (EURO 2004, Faro Capital da Cultura 2005 e Allgarve 2007/2011), assim como os seus diferentes resultados.

No caso do EURO 2004, o Mega Evento de nível internacional percebemos uma elevado custo associado ao evento, a necessidade de criação de uma infraestrutura desportiva de grande peso que se encontra geralmente desocupada, sendo que no seu início seria um primeiro ponto de partida para a criação de uma nova área urbana, o Parque das Cidades, que a crise económica e desinvestimento público fizeram adiar eternamente. O evento deixou um lastro de dependência económica para as municipalidades que são proprietárias da estrutura, um acontecimento que foi bastante positivo para as empresas de construção civil e para a banca, os grandes vencedores deste processo.

O segundo programa de eventos, o Faro Capital da Cultura em 2005, foi o primeiro grande programa de diversificação cultural e turística com uma gestão regionalizada. Desta forma conteúdos regionais, nacionais e internacionais se conjugavam na criação de uma dinâmica de consumo cultural na cidade de Faro e restantes territórios vizinhos. Materializou-se na criação de um novo teatro municipal, onde os mais importantes eventos culturais no Algarve têm lugar. Neste caso percebemos uma desvalorização do evento por parte da população local, que não tinha

as ferramentas conceptuais e artísticas para compreender alguns dos seus espetáculos, acabando por rejeitá-los.

Por fim o terceiro e mais polémico programa de eventos, o Algarve. Este era uma tentativa, segundo os seus promotores, de diversificação da oferta turística da região, mas também de modernização da economia regional e nacional. Pretendia trazer grandes estrelas internacionais até ao Algarve, podendo desta forma associar a região a conceitos como o glamour ou cosmopolitismo, produzindo um conjunto de espetáculos que associavam massificação artística e cultura de elite num só programa. Também teve uma gestão regionalizada, mas termina abruptamente, em resultado de uma decisão política de descontinuar o programa.

Ficou claro da análise dos três programas, que estes eventos têm uma importância determinante no futuro do destino turístico, apesar dos seus efeitos não serem imediatos, podendo integrar a região entre as apostas de turismo que são mais do Sol e Mar, podendo desta forma aceder a turistas com capital económico, cultural e escolar mais elevado. Ao serem associados a estes estratos sociais, a região é alvo de um processo de mimetismo social, quando as classes sociais mais modestas ao nível económico e cultural também querem viajar até estes locais, como a turistificação de Barcelona claramente demonstra. Ao mesmo tempo estes eventos estão profundamente ligados às instituições públicas que os promovem, sendo os únicos elementos que podem de facto operar uma diversificação turística nas diferentes regiões e cidades dedicadas ao turismo, uma vez que a iniciativa privada opera em campos que dão maiores certezas de rápida reprodução de capital financeiro.

O Algarve, particularmente nos seus territórios litorais, sofreu uma forte transformação na sua estrutura, apresentando-se segundo o nosso ponto de vista como uma região determinante na compreensão da diversificação da economia portuguesa pós colonial, de transformação das suas elites políticas e económicas na segunda metade do século XX e do fim do império português, um caso de estudo determinante para compreender as transformações urbanas operadas pelo fenómeno turístico.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Andersson, H. (2010). “Urban Morphology”. In Ray Hutchison (org.) *Encyclopedia of Urban Studies*, Thousand Oaks, CA, Sage, pp. 894-898
- Andrade, C. (1991). *O Ambiente de Barreira da Ria Formosa*. Tese de Doutoramento. Universidade de Lisboa, Lisboa, 645 p.
- Ascher, F. (1995): *Metapolis, Acerca do futuro da cidade*, Celta, Oeiras
- Almeida, C. (2008) *Aeroportos e Turismo Residencial, do conhecimento às estratégias*, Tese de Doutoramento em Turismo, Universidade de Aveiro
- Augé, M. (1992) *Não Lugares, 90º*, Lisboa
- Ashworth, G. e Page, S. (2011) “Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes”, *Tourism Management*, Vol. 32, pp. 1–15
- Baptista, L. (2005), “Territórios Lúdicos”, *Forum Sociológico* (13/14), Lisboa. IEDS/UNL:
- Baptista, L., e Nunes, J. P. S. (2004). “Portugal, Lisboa e a Metrópole: aspectos socio-demográficos para uma discussão em curso”. *GeoINNOVA*, Vol. 10, 145–156.
- Balsa, C. (2006) *Relações Sociais de Espaço, Homenagem a Jean Remy*, Colibri, Lisboa
- Bassand, M (2000) “Les six paramètres de la métropolisation”, *Cahiers de la métropolisation*, pp. 33-39
- Bauman, Z. (2008) *A Vida para consume: a transformação das pessoas em mercadorias*, Zahar Editores, Rio de Janeiro
- Bourdieu, P. (1989) *O poder simbólico*, Difel
- Bourdin, A. (2008). “Gentrification: un «concept» à déconstruire.” *Espaces et sociétés*, 132-133(1), 23– 37.
- Bota, M. (2008) *Almancil vai mudar*, Associação Empresarial de Almancil
- Brenner, N e Theodore, N. (2002) “Cities and geographies of «actually existing neoliberalismo””, *Antipode*, Blackwell Publishers
- Branco, R. (2009) *Competitividade e governação o caso da área metropolitana de Lisboa*, Vol I, Tese de Doutoramento em Geografia e Planeamento
- Brito, S. (2006) *A implantação espacial do turismo*, Sociedade e Território
- Brito, S. (2009) *Turismo e Território*, Edições Colibri

- Brito, S. (2010 a.) *Imobiliária do Lazer e Turismo Residencial*, Sociedade Portuguesa de Inovação, Porto
- Brito, S. (2010 b.) *Sustentabilidade, Ordenamento do Território e Ambiente*, Sociedade Portuguesa de Inovação, Porto
- Brito, S. (2009): *Território e Turismo no Algarve*, Centro Internacional de Investigação em Território e Turismo da Universidade do Algarve, Edições Colibri, Faro.
- Brenner, N., & Keil, R. (Eds.). (2006). *Global cities reader*. London and New York: Routledge.
- Bryman, A. (2001) "The Disneyization of Society", *The Sociological Review*, Vol. 47, Issue 1, pp. 25–47
- Burawoy, M (1998). "The extended case method" *Sociological Theory*, 16(1), 4–33.
- Carrasqueira, H., e Rodrigues, L. (2011). "Análises del desempenho competitivo de los destinos turísticos balnearios - el caso de Algarbe versus el sur de España", *Estudios y Perspectivas en Turismo*, nº20, 4, 855-875, International Center for Research and Study in Tourism.
- Carmo, R. (2008) "Da escala ao território para uma reflexão crítica do policentrismo" *Análise Social*, vol. XLIII (4.º), 775-793
- Casanova, J. (1991) "Turismo e Território, alguns apontamentos", *Sociedade e Território*, Vol 13, pp. 33-38
- Castells, M. (1972): *La Question Urbaine*, Maspero, Paris
- Cardoso, R e Breda-Vazquez, I. (2007) "Social Justice as a Guide to Planning Theory and Practice: Analyzing the Portuguese Planning System", *International Journal of Urban and Regional Research*, Vol. 31, Issue 2, pages 384–400
- Castela, E. (coord.) *Estudo de Avaliação do Programa Allgarve'11, Relatório Técnico*, CEAP Centro de Estatística Aplicada e Previsão, Universidade do Algarve
- Cavaco, C. (1969) "Geografia e Turismo no Algarve, Aspectos Contemporâneos", *Revista Finisterra*, Vol. (4), pp. 217-227
- Cavaco, C. (1979): *Turismo e demografia no Algarve*, Monografia pela ESGHT, Faro.
- Cavaco, C. (1996) *Da Quinta da Quarteira a Vilamoura*, artigo extraído do livro *O Voo do Arado*.
- Chamboredn, J.C. e Lemaire, M. (1970): "Proximité spatiale et sistance sociale. Les grands ensembles et leur peuplement", *Revue Française de Sociologie*, Vol. XI, pp. 1-17

- Cheong, S. e Miller, M (2000) “Power and tourism, a Foucauldian observation” *Annals of Tourism Research*, Vol. 27, Nº 2, pp. 371-390
- Clavé, S. (1998) “La Urbanización turística. De la conquista del viaje a la reestructuración de la cidade turística”, *Doc. Anál. Geogr.*, Vol 32, pp.17-43
- Conceição, C. (1998) “Promoção turística e (re)construção social da realidade”, *Sociologia – Problemas e Práticas*, Vol 28, pp. 67-89.
- Cohen, E. (1984) “The Sociology of Tourism: Approaches, Issues, and Findings”, *Annual Review of Sociology*, Vol. 10. pp. 373-392.
- Cohen, E. (1988) “Authenticity and commoditization in Tourism”, *Annals of Tourism Research*, Vol. 15, pp. 371-386
- Costa, C. (2005): “Turismo e Cultura : Avaliação das teorias e práticas culturais no sector do turismo (1990-2000)”, *Análise Social*, Vol XL, Lisboa, pp. 279-295
- Custódio, M. et al. (2008) “Evaluation of the Cognitive Image of a Country/Destination by the Media during the Coverage of Mega-events: the case of UEFA EURO 2004 in Portugal”, *International Journal of Tourism Research*, Vol 9, pp. 285-296
- Custódio, M. (2006) Os Mega-eventos na formação da imagem de um destino turístico / o caso dos meios de comunicação presentes no UEFA EURO 2004 em Portugal, Tese de Mestrado em Gestão e Desenvolvimento do Turismo, Universidade do Algarve
- Cruz, A. e Pinto, H. (2008) A Cidade e o Turismo: o Urbano como produto turístico, Comunicação Apresentada no X Seminário Hispano-Luso de economia empresarial em Huelva
- Debord, G. (1997) [1972] *A Sociedade do Espectáculo*, Contraponto.
- Domingues, A. (2009 a.), *A Rua da Estrada*, Dafne Editora, Porto.
- Domingues, A. (2009 b.) “Ocupação Dispersa: porque é tudo tão negativo quando se fala de tudo disto” *Sociedade e Território*, Vol. 42 (30), pp. 30-41
- Domingues, A. (2008), *Urbanização Extensiva – uma nova escala para o planeamento*, CITTA, 1st Annual Conference on Planning Research, FEUP, Porto
- Fainstein et al. (2003) *Places of Paly: the remaking of cities for tourists*, Yale University Press
- Ferrão, J. (2011) *O ordenamento do território como política pública*, Fundação Calouste Gulbenkian
- Ferreira et al. (2007) *O Evento FCNC 2005 e o Turismo*, Centro de Estudos da ESGHT, Faro
- Florida, R. (2003) “Cities and creative class”, *City and Community*, Vol 21, 1-19

Fortuna, C. e Ferreira, C. (1996) O Turismo, o turista e a (pós) modernidade, Oficina do CES, Centro de Estudos Sociais, nº80, pp. 1-17, Coimbra

Freitas, J. (2010) O litoral português na época contemporânea: representações, práticas e consequências. Os casos de Espinho e do Algarve. Tese de Doutoramento em História, FCSH/UNL

Graça, D. et al. (1996) Crescimento urbano de Quarteira, trabalho de alunos, Universidade Do Algarve

Guerreiro, J (2003) “A Qualificação do Algarve exige um novo modelo de ordenamento” Revista Sociedade e Território, Vol. 36, pp. 4-15.

Guerreiro, M. et al. (2011) “Allgarve events: Implications for the Algarve image” Tourism, Vol. 59 No 2, 183-202

Getz, D. (2008) “Event Tourism: Definition, evolution, and research”, Tourism Management, Vol. 29, pp. 403-428

Gladstone, D. (1998) “Tourism Urbanization in the United States”, Urban Affairs Review, Sage, Vol. 34(3), pp.3-27

Giddens, A. et al. (1995) Modernidade reflexiva: política, tradição e estética na ordem social moderna, Fundação Editora da UNESP, São Paulo

Hall, M. (2005): Tourism: Rethinking the Social Science of Mobility, Pearson Education Limited, Essex.

Hannigan, J. (1995) “Tourism Urbanization”, Current Sociology, Vol 43 (1), pp. 192-200

Hannigan, J. (2003) Symposium in Branding, the Entertainment Economy and Urban Place Building: Introduction, International Journal of Urban and Regional Research, Vol. 27 (2), pp. 352-360

Hannigan, J. (2010a), “Themed Environments”, in Ray Hutchison (ed.), Encyclopedia of Urban Studies, Thousand Oaks, CA, Sage, pp. 805-809.

Hannigan, J. (2010b), “Urban Entertainment Destination”, in Ray Hutchison (ed.), Encyclopedia of Urban Studies, Thousand Oaks, CA, Sage, pp. 868-871.

Hannerz, U. (1980). Exploring the City. Inquires Towards an Urban Anthropology. New York: Columbia University Press

Harvey, D. (1989) The Condition of Post Modernity: An Enquiry into the origins of cultural change, Blackwell, Cambridge

Henriques, E. (2003) “A cidade, destino de turismo”, Revista da Faculdade de Letras-Geografia, Vol (XIX), pp. 163-172

- Hutchison, Ray (2010) *Encyclopedia of Urban Studies*, Sage
- Antonella Invernizzi, A. e Tomé, S. (2007) “O trabalho dos adolescentes no Algarve: um estudo sobre as suas motivações, organização”, *Análise Social*, vol. XLII (184), 2007, 875-898
- Jafari, J. (2000) *Encyclopedia of Tourism*, Routledge.
- Jago, L. (1997) *Special events and tourism behaviour*, Tese de Doutoramento em Filosofia, Department of Hospitality, Tourism and Marketing, Faculty of Business, Victoria University
- Lage, B. (2009) *Aplicação do Método de Avaliação Contingente ao caso da Praia de Faro*, Tese de Mestrado em Gestão e Políticas Ambientais, Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade Nova de Lisboa
- Ledrut, Raymond, L. (1968) *Sociologie urbaine*. Presses Universitaires de France
- Lefebvre, H. (1974 [1968]) *Production de l' espace*, Editions Anthropos
- Leite, N. (2008) *Turismo e Território: Um estudo sobre a turistificação de Portimão (Algarve/Portugal) a partir da Geografia do Turismo*, Tese de Mestrado em Geografia na Universidade de Lisboa
- Lobo, S. (2007) “A colonização da linha de costa da marginal ao «resort»:”, *Jornal Arquitectos*, Gráfica Maiadouro, SA
- Lusort (sd) *Lusotur / developing opportunities in Portugal*, Lusotur
- Knafou, R. (2012) *Les Lieux du Voyage*, Le Cavalier Bleu
- Madeira, R. (2006) *Cidade de Quarteira, expansão urbana nos últimos 50 anos*, Tese de Mestrado em Geografia Urbana e Planeamento
- Magnani, J. G. C. (2002). *De perto e de dentro: notas para uma etnografia urbana*. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 17(49), 11–29.
- MacCannell, D. (1973) “Staged Authenticity”, *The American Journal of Sociology*, Vol, 79 (3), pp.589-603
- Martinotti, G. (1993). *Metropoli*. Bologna: Il Mulino.
- Martinotti, G. (1996). *The new social morphology of cities*. MOST UNESCO Discussion Paper, Series, n.o16.
- Marreiros, A. (2010) *Policentrismo, o PROT Algarve e o contributo de Albufeira para uma Região Urbana Policêntrica*, Mestrado em Gestão do Território e Urbanismo, Universidade de Lisboa Instituto de Geografia e Ordenamento do Território

- Martins, M. (2004) “Avaliação do Impacto Económico do Euro 2004”, Sumário Executivo, Relatório, Ministério da Economia
- Miranda, M. (2012) Os eventos como contributo para a diferenciação de um destino turístico: o caso do Programa Allgarve - os eventos de Animação e Música Pop. Tese de Mestrado em Turismo, Escola Superior de Hotelaria do Estoril.
- Mybrand (2007) Allgarve experiências que marcam em <http://www.mybrandconsultants.com/public/media/projects/39.pdf>
- Mullins, P. (1991) “Tourism Urbanization”, *International Journal of Urban and Regional Research*, Vol. 15 (3), pp. 326-342
- Mullins, P. (1994) *Class Relations and Tourism Urbanization: the regeneration of the Petite Bourgeoisie and the emergence of a new Urban Form*, Postmodern Cities Conference, Joint Editors and Basil Blackwell, pp.591-608
- Nascimento, S. (2012) ALLGARVE: A resposta para o turismo de cultura no Algarve?, Tese de Mestrado em Gestão Cultural, Universidade do Algarve
- Oliveira, A. (1982) Listagem das iniciativas de aproveitamento da Ria Formosa, Direção Regional de Agricultura do Algarve
- Pardal, D. et al. (1996) Quarteira, a urbanização na década de 60, trabalho de alunos, Universidade do Algarve
- Pearce, D. (2001) “An Integrative framework for Urban Tourism Research”, *Annals of Tourism Research*, Vol. 28 (4), pp. 926-946, Elsevier
- Peralta, E. (2003) “O Mar por tradição: o património e a construção das imagens do turismo”, *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, ano 9, n. 20, p. 83-96,
- Perna, F. (2005) “UEFA-EURO 2004 on the Accommodation Industry in Algarve, Portugal”, *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, Vol. 19 (1), pp. 5-22
- Pinto, S. (2008), “Empresas de hotelaria: uma análise económica e financeira”, Tese de Mestrado em Finanças, ISCTE
- Pimentel, E. (2010) “ A gestão da sazonalidade do turismo através dos recursos humanos: uma abordagem conceptual”, *Percursos e Ideias*, nº2, 2º série
- Portas et. Al. (2011) *Políticas Urbanas II, transformações, regulação e projectos*, Fundação Caloust Gulbenkian
- Relvas, D. (2010) *A cidade dos outros: o caso de Quarteira*, Tese de Mestrado em Cidades e Culturas Urbanas, Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra.
- Remy, J. (1997), [1992] *L: A cidade rumo a uma nova definição?* Afrontamento, Porto.

- Riley, R. e Love, L. (2000) “The State of Qualitative Tourism Research”, *Annals of Tourism Research*, Vol. 27 (1), pp. 164-184
- Ritzer, G (1983) “The McDonaldization of Society”, *The Journal of American Culture*, Vol, 1, Nº1, 100-107
- Ritzer, G. (2010) *Enchanting a Disenchanted World: Continuity and Change in the Cathedrals of Consumption*, Sage
- Rosas, F e Louçã, F. (2010) *Os Donos de Portugal. Cem anos de poder económico*, Edições Afrontamento
- Salgueiro, T. (2001) *Lisboa. Periferia e Centralidades*. Celta, Oeiras
- Santos, F. (2002) *Turismo, mosaico de sonhos, incursões sociológicas pela cultura turística*, Edições Colibri
- Santos, J. (2013) *Quarteira – Um pequeno centro cosmopolita (séculos XIX e XX)*, Editora UniVersus
- Saunders, P. (1986) “Social Theory and the urban question”, Hutchinson, Londres
- Sassen, S. (1991). *Global Cities: New York, London, Tokyo*. Princeton University Press.
- Schmidt et al. (2012) *Mudanças Climáticas, Costeiras e Sociais - erosões locais, concepções de risco e soluções sustentáveis em Portugal*, Fundação para a Ciência e Tecnologia em <http://www.projectochange.ics.ul.pt>
- Soares, A. (1997) *A Urbanística do Lazer e do Turismo no Algarve Litoral*, Tese de Mestrado, Universidade de Lisboa
- Soja, E (2000) *Postmetropolis: Critical Studies of Cities and Regions*, Wiley-Blackwell
- Sousa, C. (1996) *Cultura popular e turismo*, *Dos Algarves*, Nº 4, 12-20
- Smith, N (1996) *The new urban Frontier, gentrification and the revanchista city*, Routledge
- Torkington, K. (2009) “Exploring the linguistic landscape: the case of the ‘Golden Triangle’ in the Algarve, Portugal”, *Papers from Lancaster University*
- Torkington, K. (2012) “Place and Lifestyle Migration: The Discursive Construction of ‘Glocal’ Place-Identity” *Mobilities*, Vol. 7 (1), pp. 71-92
- Torres, C. et al. (1996) *Quarteira na década de 70, trabalho de alunos, na disciplina de Historia da Arte*, Universidade do Algarve
- Tribe, J. (1997) “The Indiscipline of Tourism” *Annals of Tourism Research*, VOL. 24 (3), pp. 638-657

- Urry, J e Crawshaw, C. (1995) “Turismo e Consumo Visual” Revista Crítica de Ciências Sociais, Vol 43, 47-68
- Urry, J. (2002) [1990]: The tourist gaze, Sage Publications, Londres
- Urry, J. (2004) “The «System» of Automobility”, Theory, Culture and Society, Sage, Vol. 21 (4/5), pp. 25-39
- Veiga, C. e Guerreiro,, M. (2000) “Vilamoura How to reconcile the present and the future of a resort”, Resort Management in Europe: case studies and learning materials, European Tourism Partnership
- Vidigal, V. (2007) Poortugal, blog A Defesa de Faro, em <http://adefesadefaro.blogspot.pt/2008/09/poortugal.html>
- Viegas, G. (2003). Contribuição para o estudo da “capacidade de carga” da Praia de Faro. Relatório de Estágio Curricular do Curso de Biologia Marinha e Pescas. Universidade do Algarve – Faculdade de Ciências do Mar e do Ambiente. Faro.
- Wacquant, L. (2008). “Relocating Gentrification: The Working Class, Science and the State in Recent Urban Research”. International Journal of Urban and Regional Research, 32(1), 198–205.
- Weinholtz, M (1978). “Contribuição para o estudo da evolução das flechas de areia na costa sotavento do Algarve (Ria de Faro)”. Relatório da Direcção-Geral de Portos
- William, A. et al. (2000) “Tourism and International retirement migration: New forms of an old relationship in Southern Europe”, Tourism Geographies, Vol 2 (1), pp. 28-49
- Zukin, S. (1992) “The Postmodern Invasion”, Review Essay, Brooklyn College and Graduate School, City University of New York

Documentos:

Decreto-Lei nº 40718

Guia Algarve de 2005 a 2012

INE. (1964). Censos 1960 (X Recenseamento geral da população) (Vol. 1). Instituto Nacional de Estatística

INE. (1973). Censos 1970 (XI Recenseamento geral da população) (Vol. 1). Instituto Nacional de Estatística

INE. (1984). Censos 1981 (XII Recenseamento geral da População. II Recenseamento geral da habitação). Distrito do Algarve. Instituto Nacional de Estatística

INE. (1996). Censos 1991. Resultados definitivos. Região do Algarve, Instituto Nacional de Estatística (INE).

INE. (2002). Censos 2001 (XIV Recenseamento Geral da População) (IV Recenseamento Geral da Habitação). Instituto Nacional de Estatística (INE).

INE. (2012). Censos 2011. Resultados definitivos.

INE (2004 a.) Anuário Estatístico de 2003

INE (2005 a.) Anuário Estatístico de 2004

INE (2006 a.) Anuário Estatístico de 2005

INE (2007 a.) Anuário Estatístico de 2006

INE (2008 a.) Anuário Estatístico de 2007

INE (2009 a.) Anuário Estatístico de 2008

INE (2010 a.) Anuário Estatístico de 2009

INE (2011 a.) Anuário Estatístico de 2010

INE (2012 a.) Anuário Estatístico de 2011

INE (2013 a.) Anuário Estatístico de 2012

INE (2004 b.) Estatísticas do Turismo do INE de 2003

INE (2005 b.) Estatísticas do Turismo do INE de 2004

INE (2006 b.) Estatísticas do Turismo do INE de 2005

INE (2007 b.) Estatísticas do Turismo do INE de 2006

INE (2008 b.) Estatísticas do Turismo do INE de 2007

INE (2009 b.) Estatísticas do Turismo do INE de 2008

INE (2010 b.) Estatísticas do Turismo do INE de 2009

INE (2011 b.) Estatísticas do Turismo do INE de 2010

INE (2012 b.) Estatísticas do Turismo do INE de 2011

INE (2013 b.) Estatísticas do Turismo do INE de 2012

INE (2014 b.) Estatísticas do Turismo do INE de 2013

PDM de Faro de 1994 em [http://cms.cm-faro.pt/upload_files/client_id_1/website_id_1/PDM/REOT%202010%20rPDM%20Faro%20%20versao%20provisoria%20\(dezembro%202011\).pdf](http://cms.cm-faro.pt/upload_files/client_id_1/website_id_1/PDM/REOT%202010%20rPDM%20Faro%20%20versao%20provisoria%20(dezembro%202011).pdf)

Região Sul em <http://www.regiao-sul.pt/>

Jornal Barlavento em <http://www.barlavento.pt/>

Ministério da Cultura em <http://radix.cultalg.pt/>

Blog do Turismo do Algarve em <http://radix.cultalg.pt/>

Imprensa

Faro Capital da Cultura 'perdeu' 500 mil euros, Martinheira, P., Diário de Notícias, 2 de junho 2005

Reprogramar Faro, Capital Nacional da Cultura 2005, Raimundo, H., Jornal Barlavento, 23 de Dezembro de 2005

Mendes Bota exige suspensão marca Allgarve, que diz ser ofensa aos algarvios, Jornal Povo Livre, n.º 1495, 21 de Março de 2007

Tribunal de Contas investiga construção do Teatro Municipal de Faro, Raimundo H., Jornal Barlavento, 26 de Julho de 2007

Retratos dos estádios do Europeu, Público, 7 de Fevereiro de 2010

Autarcas, políticos e hoteleiros contra "Allgarve", TSF, 19 de Março de 2007 em http://www.tsf.pt/paginainicial/interior.aspx?content_id=837684

Domingues (2010) Entrevista à Antena 3 sobre o livro “A Rua da Estrada”, in <http://www.rtp.pt/antena1/?t=Entrevista-a-AlvaroDomingues.rtp&article=4577&visual=11&tm=16&headline=13>

Austerity in Portugal, More Pain, less gain, The Economist, 20 de Outubro de 2012 em <http://www.economist.com/news/europe/21564902-yet-another-austerity-budget-raises-concerns-about-future-growth>

Presidentes das Câmaras de Faro e Loulé não consideram Estádio Algarve «elefante branco» Folha de Domingo, 9 de Junho de 2014

Sites

AUIF, Associação de utentes da ilha de Faro em <http://auifaro.blogspot.pt/>

Vale do Lobo em <http://valedolobo.com/pt/>

Visit Algarve <http://www.visitalgarve.pt/>

Mapa do Algarve com divisão geográfica: http://rochadapena.no.sapo.pt/pages/enquad_geog_geomorf_rp.htm

Postais do Algarve <http://www.prof2000.pt>

Banco Mundial, População urbana em <http://data.worldbank.org/indicator/SP.URB.TOTL.IN.ZS>

