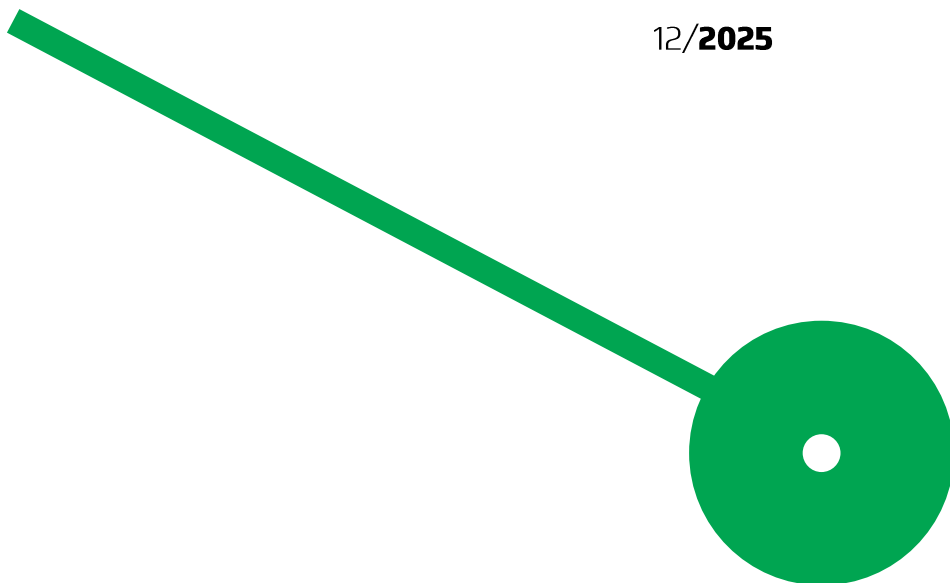




# Turismo Regenerativo e Desenvolvimento Local: a dimensão sociocultural

Elisa Alexandra Leandro dos Santos Castro  
Neves

12/2025



Politécnico do Porto  
Escola Superior de Hotelaria e Turismo

Elisa Alexandra Leandro dos Santos Castro Neves

**Turismo Regenerativo e Desenvolvimento Local:  
a dimensão sociocultural**

Dissertação de Mestrado  
**Mestrado em Gestão do Turismo**

Orientação:

Prof.<sup>a</sup> Doutora Dália Filipa Veloso de Azevedo Liberato

Prof.<sup>a</sup> Doutora Ana Filipa Fernandes Aguiar Brandão

Vila do Conde, dezembro de 2025

Elisa Alexandra Leandro dos Santos Castro Neves

**Turismo Regenerativo e Desenvolvimento Local:  
a dimensão sociocultural**

Dissertação de Mestrado  
Mestrado em Gestão do Turismo

**Membros do Júri**

Presidente

Dra. Teresa Alexandra Azevedo Pataco  
Escola Superior de Hotelaria e Turismo – Instituto Politécnico do Porto

Vogal - Orientador

Prof.<sup>a</sup> Doutora Ana Filipa Fernandes Aguiar Brandão  
Departamento de Economia, Gestão, Engenharia Industrial e Turismo  
Universidade de Aveiro

Vogal - Arguente

Prof.<sup>a</sup> Doutor Pedro Manuel da Costa Liberato  
Escola Superior de Hotelaria e Turismo – Instituto Politécnico do Porto

Vila do Conde, dezembro de 2025

## AGRADECIMENTOS

A concretização deste desafio só foi possível pelo apoio incondicional das minhas pessoas. Ao meu marido e filhos um agradecimento especial por serem os melhores companheiros que poderia ter e a inspiração para ir sempre mais além.

Agradecer às queridas Cláudia e Beatriz, minhas companheiras de aventura, pela amizade, partilha e apoio.

Às minhas orientadoras, Professora Doutora Dália Filipa Veloso de Azevedo Liberato e Professora Doutora Ana Filipa Fernandes Aguiar Brandão, um sincero agradecimento pela sua orientação, conhecimento e apoio, fundamentais nesta jornada.

Agradecer também a todas as pessoas e entidades que se disponibilizaram de forma muito genuína e interessada a participar nesta investigação, a vossa colaboração e partilha foram realmente importantes.

Por fim, um agradecimento a todos os meus professores e colegas de mestrado, foi um privilégio fazer este caminho convosco.



## RESUMO

O turismo regenerativo emerge como uma abordagem inovadora que ultrapassa o conceito de sustentabilidade, ao propor uma relação de reciprocidade entre o turismo, o território e as comunidades locais. Com base em princípios de interdependência e de evolução contínua entre sistemas naturais e humanos, esta perspetiva valoriza o papel do turismo enquanto agente de regeneração ambiental, económica, social e cultural. A presente investigação tem como objetivo analisar os impactes sociais e culturais do turismo regenerativo nos territórios de interior e de baixa densidade e a sua relevância para o desenvolvimento local.

A metodologia adotada é de natureza qualitativa, recorrendo à realização de entrevistas semiestruturadas a entidades que desenvolvem projetos turísticos alinhados com princípios regenerativos. Os resultados demonstram que os projetos analisados se caracterizam por uma forte ligação ao lugar, pela valorização do património e pela criação de relações de proximidade com a comunidade, contribuindo para o reforço da identidade territorial e para a dinamização económica e social. Apesar dos desafios identificados, tais como a escassez de recursos humanos, a fraca articulação institucional e o risco de *greenwashing*, verifica-se um elevado potencial transformador do turismo regenerativo para a revitalização dos territórios de interior e de baixa densidade e o fortalecimento das suas comunidades.

Conclui-se que o turismo regenerativo pode constituir um instrumento relevante para promover um modelo de desenvolvimento local mais justo, sustentável e resiliente, baseado em relações de cooperação, corresponsabilidade e benefício mútuo entre pessoas e lugares. O estudo contribui para o aprofundamento do conhecimento sobre o turismo regenerativo em Portugal, fornecendo evidências empíricas que podem apoiar a definição de estratégias orientadas para o desenvolvimento sustentável dos territórios de interior e de baixa densidade.

Palavras-chave: Turismo regenerativo; Desenvolvimento local; Dimensão sociocultural; Territórios de interior e de baixa densidade.

## ABSTRACT

Regenerative tourism emerges as an innovative approach that goes beyond the concept of sustainability by proposing a reciprocal relationship between tourism, territory, and local communities. Based on principles of interdependence and continuous evolution between natural and human systems, this perspective values tourism as an agent of environmental, economic, social, and cultural regeneration. The present research aims to analyze the social and cultural impacts of regenerative tourism in inland and low-density territories, and its relevance for local development.

The adopted methodology is qualitative, relying on semi-structured interviews with entities that develop tourism projects aligned with regenerative principles. The results show that the analyzed projects are characterized by a strong connection to place, by the appreciation of heritage, and by the creation of close relationships with the community, contributing to the strengthening of territorial identity and to economic and social dynamism. Despite the identified challenges, such as the scarcity of human resources, weak institutional coordination, and the risk of greenwashing, there is significant transformative potential in regenerative tourism for revitalizing inland and low-density territories and strengthening their communities.

Regenerative tourism can constitute a relevant instrument to promote a fairer, more sustainable, and more resilient model of local development, based on relationships of cooperation, co-responsibility, and mutual benefit between people and places. This study contributes to deepening knowledge about regenerative tourism in Portugal, providing empirical evidence that may support the definition of strategies aimed at the sustainable development of inland and low-density territories.

**Keywords:** Regenerative tourism; Local development; Sociocultural dimension; Inland and low-density territories.

## Índice

|                                                                                                                                                 |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. INTRODUÇÃO .....                                                                                                                             | 1  |
| 2. REVISÃO DA LITERATURA.....                                                                                                                   | 4  |
| 2.1. Turismo Regenerativo .....                                                                                                                 | 4  |
| 2.1.1. Conceito de Turismo Regenerativo.....                                                                                                    | 4  |
| 2.1.2. Turismo Sustentável vs Turismo Regenerativo.....                                                                                         | 6  |
| 2.1.3. Desenvolvimento do Conceito de Turismo Regenerativo .....                                                                                | 9  |
| 2.1.4. Caraterísticas do Turismo Regenerativo .....                                                                                             | 12 |
| 2.1.5. Impactes Positivos do Turismo Regenerativo.....                                                                                          | 14 |
| 2.2. A dimensão Sociocultural do Turismo Regenerativo.....                                                                                      | 17 |
| 2.3. Turismo Regenerativo em Regiões de Interior e de Baixa Densidade .....                                                                     | 20 |
| 2.3.1. Regiões de Interior e de Baixa Densidade .....                                                                                           | 20 |
| 2.3.2. Impactes do Turismo Regenerativo em Regiões de Interior e de Baixa Densidade .....                                                       | 25 |
| 3. METODOLOGIA.....                                                                                                                             | 31 |
| 3.1. Metodologia Utilizada.....                                                                                                                 | 31 |
| 3.2. Problemática e Objetivos da Investigação.....                                                                                              | 31 |
| 3.3. Instrumento de Recolha de Informação.....                                                                                                  | 32 |
| 3.4. Fundamentação Teórica do Guião da Entrevista .....                                                                                         | 33 |
| 3.5. População, Amostra e Técnica de Amostragem.....                                                                                            | 35 |
| 3.6. Procedimento Adotado .....                                                                                                                 | 37 |
| 4. ALENTEJO .....                                                                                                                               | 39 |
| 4.1. Identificação e Caraterização da Região .....                                                                                              | 39 |
| 5. ANÁLISE DOS RESULTADOS .....                                                                                                                 | 44 |
| 5.1. Caraterização dos Participantes .....                                                                                                      | 44 |
| 5.2. Análise dos dados das entrevistas.....                                                                                                     | 45 |
| 5.2.1. Identificar as práticas de turismo regenerativo em territórios de interior e de baixa densidade, com foco na dimensão sociocultural..... | 45 |
| 5.2.1.1. Origem e motivação do projeto.....                                                                                                     | 45 |
| 5.2.1.2. Conhecimento do conceito de turismo regenerativo e sua interpretação .....                                                             | 48 |
| 5.2.1.3. Caraterísticas do projeto e regeneração do território.....                                                                             | 50 |
| 5.2.1.4. Preservação e valorização do património cultural local .....                                                                           | 56 |

|                                                                                                                                                 |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 5.2.2. Analisar o papel dos <i>stakeholders</i> locais na conceção, desenvolvimento e implementação do turismo regenerativo no território.....  | 61  |
| 5.2.2.1. Parcerias com entidades locais.....                                                                                                    | 61  |
| 5.2.2.2. Integração em redes de turismo regenerativo e parcerias com projetos semelhantes.....                                                  | 63  |
| 5.2.2.3. Relação do projeto com a comunidade local .....                                                                                        | 65  |
| 5.2.2.4. Testemunhos da comunidade local .....                                                                                                  | 70  |
| 5.2.3. Analisar a interação dos visitantes com o território e com a comunidade local e os efeitos desse envolvimento.....                       | 74  |
| 5.2.3.1. Interação entre a comunidade e os visitantes .....                                                                                     | 74  |
| 5.2.3.2. Testemunhos dos visitantes.....                                                                                                        | 78  |
| 5.2.4. Avaliar os impactes socioculturais do turismo regenerativo, percecionados no território .....                                            | 83  |
| 5.2.4.1. Impactes identificados no território .....                                                                                             | 83  |
| 5.2.4.2. Contributo para o desenvolvimento local.....                                                                                           | 89  |
| 5.2.5. Identificar os principais desafios, oportunidades e potencial do turismo regenerativo no território estudado.....                        | 92  |
| 5.2.5.1. Desafios enfrentados .....                                                                                                             | 92  |
| 5.2.5.2. Potencial do turismo regenerativo.....                                                                                                 | 97  |
| 6. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....                                                                                                                | 100 |
| 6.1. Discussão dos resultados por objetivos de investigação.....                                                                                | 100 |
| 6.1.1. Identificar as práticas de turismo regenerativo em territórios de interior e de baixa densidade, com foco na dimensão sociocultural..... | 100 |
| 6.1.1.1. Origem e motivação do projeto .....                                                                                                    | 100 |
| 6.1.1.2. Conhecimento do conceito de turismo regenerativo e sua interpretação.....                                                              | 101 |
| 6.1.1.3. Características do projeto e regeneração do território .....                                                                           | 102 |
| 6.1.1.4. Preservação e valorização do património cultural local.....                                                                            | 103 |
| 6.1.2. Analisar o papel dos <i>stakeholders</i> locais na conceção, desenvolvimento e implementação do turismo regenerativo no território.....  | 104 |
| 6.1.2.1. Parcerias com entidades locais .....                                                                                                   | 104 |
| 6.1.2.2. Integração em redes de turismo regenerativo e parcerias com projetos semelhantes.....                                                  | 105 |
| 6.1.2.3. Relação do projeto com a comunidade local.....                                                                                         | 106 |
| 6.1.2.4. Testemunhos da comunidade local .....                                                                                                  | 108 |
| 6.1.3. Analisar a interação dos visitantes com o território e com a comunidade local e os efeitos desse envolvimento.....                       | 109 |

|                                                                                                                          |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 6.1.3.1. Interação entre a comunidade e os visitantes.....                                                               | 109 |
| 6.1.3.2. Testemunhos dos visitantes .....                                                                                | 110 |
| 6.1.4. Avaliar os impactes socioculturais do turismo regenerativo, percecionados no território .....                     | 111 |
| 6.1.4.1. Impactes identificados no território .....                                                                      | 111 |
| 6.1.4.2. Contributo para o desenvolvimento local .....                                                                   | 114 |
| 6.1.5. Identificar os principais desafios, oportunidades e potencial do turismo regenerativo no território estudado..... | 116 |
| 6.1.5.1. Desafios enfrentados.....                                                                                       | 116 |
| 6.1.5.2. Potencial do turismo regenerativo.....                                                                          | 118 |
| 7. CONCLUSÃO.....                                                                                                        | 120 |
| 7.1. Principais Conclusões da Investigação .....                                                                         | 120 |
| 7.1.1. Conclusões da Revisão da Literatura.....                                                                          | 120 |
| 7.1.2. Conclusões do Estudo Empírico .....                                                                               | 122 |
| 7.2. Limitações da Investigação .....                                                                                    | 124 |
| 7.3. Recomendações para o Setor.....                                                                                     | 125 |
| 7.3. Recomendações para Estudos Futuros .....                                                                            | 128 |
| REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....                                                                                         | 129 |
| Anexo A – Convite à Participação na Investigação .....                                                                   | 138 |
| Anexo B – Guião da Entrevista.....                                                                                       | 140 |
| Anexo C – Consentimento Informado.....                                                                                   | 143 |

## Índice de Tabelas

|                                                                                                                                                                       |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabela 1: Comparação entre turismo sustentável e turismo regenerativo .....                                                                                           | 7  |
| Tabela 2: Síntese de propostas de definição do conceito de turismo regenerativo .....                                                                                 | 12 |
| Tabela 3: Características do turismo regenerativo .....                                                                                                               | 13 |
| Tabela 4: Impactes positivos do turismo regenerativo.....                                                                                                             | 16 |
| Tabela 5: Aspectos socioculturais relacionados com o turismo regenerativo .....                                                                                       | 18 |
| Tabela 6: Impactes do turismo regenerativo em regiões de interior e de baixa densidade .....                                                                          | 28 |
| Tabela 7: Objetivos de investigação.....                                                                                                                              | 32 |
| Tabela 8: Fundamentação teórica do guião da entrevista.....                                                                                                           | 33 |
| Tabela 9: Critérios para a seleção e escolha dos entrevistados .....                                                                                                  | 36 |
| Tabela 10: Identificação e caracterização das entrevistas .....                                                                                                       | 38 |
| Tabela 11: Caracterização dos entrevistados.....                                                                                                                      | 45 |
| Tabela 12: Síntese das evidências presentes (questão 1) .....                                                                                                         | 46 |
| Tabela 13: Síntese das evidências presentes (questão 2).....                                                                                                          | 49 |
| Tabela 14: Síntese das evidências presentes (questão 3).....                                                                                                          | 53 |
| Tabela 15: Síntese das evidências presentes (questão 4).....                                                                                                          | 57 |
| Tabela 16: Síntese das evidências sobre as práticas de turismo regenerativo em territórios de interior e de baixa densidade, com foco na dimensão sociocultural ..... | 60 |
| Tabela 17: Síntese das evidências presentes (questão 5) .....                                                                                                         | 62 |
| Tabela 18: Síntese das evidências presentes (questão 6).....                                                                                                          | 64 |
| Tabela 19: Síntese das evidências presentes (questão 7).....                                                                                                          | 67 |
| Tabela 20: Síntese das evidências presentes (questão 8).....                                                                                                          | 71 |
| Tabela 21: Síntese das evidências sobre o papel dos stakeholders locais na conceção, desenvolvimento e implementação do turismo regenerativo no território .....      | 73 |
| Tabela 22: Síntese das evidências presentes (questão 9) .....                                                                                                         | 75 |
| Tabela 23: Síntese das evidências presentes (questão 10).....                                                                                                         | 80 |
| Tabela 24: Síntese das evidências sobre a interação dos visitantes com o território e com a comunidade local e os efeitos desse envolvimento.....                     | 82 |
| Tabela 25: Síntese das evidências presentes (questão 11) .....                                                                                                        | 85 |
| Tabela 26: Síntese das evidências presentes (questão 12).....                                                                                                         | 90 |
| Tabela 27: Síntese das evidências sobre os impactes do turismo regenerativo na dimensão sociocultural, percecionados no território.....                               | 91 |
| Tabela 28: Síntese das evidências presentes (questão 13).....                                                                                                         | 94 |
| Tabela 29: Síntese das evidências presentes (questão 14).....                                                                                                         | 98 |
| Tabela 30: Síntese das evidências sobre os principais desafios, oportunidade e potencial do turismo regenerativo no território estudado.....                          | 99 |

## Índice de Figuras

|                                                                                                                                             |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Figura 1: Passagem de práticas de design convencional para práticas de design regenerativo ....                                             | 9  |
| Figura 2: Mapa de Portugal com indicação a verde dos territórios de baixa densidade .....                                                   | 22 |
| Figura 3: Relação entre paisagens multifuncionais, desenvolvimento rural sustentável, agricultura regenerativa e turismo regenerativo ..... | 27 |

## 1. INTRODUÇÃO

A presente dissertação de mestrado resulta da investigação desenvolvida no âmbito do Mestrado em Gestão do Turismo, da Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Instituto Politécnico do Porto, que tem como objetivo principal analisar os impactes sociais e culturais do turismo regenerativo nos territórios de interior e de baixa densidade e a sua relevância para o desenvolvimento local. A motivação para a escolha desta temática está relacionada com o facto de ser uma área de investigação ainda recente, com um carácter multidisciplinar e inovador.

O turismo tem vindo a assumir, nas últimas décadas, um papel cada vez mais relevante nos processos de desenvolvimento local, sendo frequentemente apresentado como um instrumento de dinamização económica e social. Contudo, a crescente consciência dos seus impactes negativos, tanto a nível ambiental como sociocultural, tem fomentado uma reflexão mais profunda sobre a forma como esta atividade se desenvolve e relaciona com os lugares e com as comunidades que os habitam (Pollock, 2019a; Ateljevic & Sheldon, 2022; Bellato et al., 2023). Neste contexto, emergem novas abordagens que procuram ultrapassar os limites do conceito de sustentabilidade, propondo uma visão mais integrada e transformadora, centrada na regeneração dos sistemas naturais, sociais e culturais. O turismo regenerativo enquadra-se numa lógica de mudança de paradigma, ao propor uma relação de reciprocidade entre visitantes, comunidades e territórios, na qual o turismo se torna um agente ativo de regeneração ambiental, económica, social e cultural, contribuindo para deixar os lugares em melhores condições do que aquelas em que foram encontrados (Becken & Kaur, 2021; Dredge, 2022).

O conceito de turismo regenerativo resulta de uma evolução teórica e prática que tem a sua origem no conhecimento transdisciplinar, que integra uma diversidade de perspetivas, contribuições e fontes (Duxbury et al., 2020; Bellato & Pollock, 2023), quer da ciência ocidental, como da observação e análise de práticas desenvolvidas por profissionais do setor e do conhecimento e valores ancestrais e tradicionais inerente aos próprios lugares e comunidades onde se desenvolve. Apesar do conceito regenerativo ser recente no âmbito do turismo, já é amplamente conhecido por profissionais e académicos de outras áreas (Bellato & Pollock, 2023), nomeadamente na ecologia, na



economia circular, na agricultura, na biologia, na arquitetura e urbanismo e nas ciências sociais, integrando princípios de interdependência, equidade e responsabilidade coletiva. Esta abordagem diferencia-se da sustentabilidade por não se limitar a mitigar os impactos negativos, procurando gerar benefícios líquidos positivos para todas as partes do sistema (Pollock, 2019a; Dredge, 2022; Ateljevic & Sheldon, 2022). Esta perspetiva implica uma mudança de paradigma na forma como se desenham e gerem os destinos turísticos, reconhecendo que o desenvolvimento local não pode ser dissociado do bem-estar das comunidades e da integridade dos ecossistemas que o sustentam. Como refere Hall (2019), “o turismo e o mundo em que este ocorre são complexos e estão profundamente interligados”. O turismo tem, nesta perspetiva regenerativa, sistémica, holística e de longo prazo, um papel ativo e intencional na criação das condições que promovem a renovação e prosperidade das comunidades e dos lugares (Mang & Reed, 2012; Hahn & Tampe, 2021), tanto a nível económico, como ambiental e sociocultural.

Em Portugal, nomeadamente nos territórios de interior e de baixa densidade, o turismo tem sido encarado como uma oportunidade estratégica para mitigar os constrangimentos causados pelo progressivo envelhecimento da população, pela saída dos jovens e o consequente despovoamento, que promovem o seu declínio económico e social. Estes territórios, marcados por uma forte identidade cultural e por uma relação próxima com a natureza, apresentam condições singulares para a implementação de abordagens regenerativas, nas quais o turismo pode desempenhar um papel essencial ao promover a revitalização social e cultural, valorizando os recursos endógenos e mostrando novas formas de relacionamento entre visitantes e comunidades locais. O Alentejo, enquanto região de elevada riqueza patrimonial, surge neste estudo como um território particularmente relevante, apresentando características que o tornam propício à implementação de projetos de turismo regenerativo (Amorim et al., 2023).

A presente dissertação encontra-se organizada em 7 capítulos, seguidos pelas referências bibliográficas e os anexos. Depois da introdução, o capítulo 2 apresenta a revisão da literatura, onde é realizada a fundamentação teórica da temática abordada na investigação. No capítulo 3 é apresentada a metodologia utilizada, a problemática e os objetivos da investigação, assim como o instrumento de recolha de informação e demais informação sobre os participantes e o procedimento adotado, seguido pelo capítulo 4

onde é feita a caracterização da região onde se desenvolve o estudo empírico. O capítulo 5 corresponde à análise de resultados, onde se apresentam as evidências empíricas recolhidas e a sua interpretação, seguido depois pelo capítulo 6 onde é feita a discussão de resultados, mediante os objetivos de investigação e a fundamentação teórica. Por fim, o capítulo 7 reúne as conclusões, sintetizando os principais contributos do estudo a nível teórico e empírico, assim como as limitações e as recomendações para o setor e para estudos futuros.

## 2. REVISÃO DA LITERATURA

### 2.1. Turismo Regenerativo

#### 2.1.1. Conceito de Turismo Regenerativo

O turismo regenerativo é um conceito emergente e, muitas vezes, mal compreendido (Bellato & Pollock, 2023), sendo uma abordagem ambiciosa (Scheyvens, 2024). Observa-se um interesse crescente sobre esta temática, resultando num crescimento da investigação nesta área (Scheyvens, 2024). “Apesar disso, tem sido difícil alcançar a clareza e o consenso relativamente ao seu significado e aplicação (Bellato & Pollock, 2023), devido também à complexidade do conceito de regeneração e à mudança de paradigma que implica. No discurso científico, um paradigma apresenta-se basicamente como uma teoria, um conjunto de ideias sobre o mundo, sobre as questões que devem ser abordadas, compreendidas e estudadas, tendo em conta determinada disciplina ou área de investigação num determinado momento (Dwyer, 2018). Segundo Kuhn (1970), citado por Bellato & Pollock (2023), “os paradigmas desempenham papéis transformadores quando ocorre uma mudança de perspetiva juntamente com uma apreensão interior consciente da natureza da vida.” A mudança da compreensão e das mentalidades individuais constitui a mais poderosa alavanca para a mudança, fazendo evoluir o pensamento de “eu” para “nós” (Dredge, 2022), ou seja, a mudança de uma abordagem individual para uma coletiva. Hussain e Haley (2022) referem também a importância de “entender um sistema natural de regeneração antes de considerar o turismo regenerativo” já que as ciências naturais estão na génese deste conceito e podem ser a base para uma melhor compreensão.

Neste enquadramento, ainda está por estabelecer uma definição universal do conceito de turismo regenerativo que seja consensual e amplamente adotada (Bellato et al., 2023), sendo alguns autores mais recetivos à ideia de que, apesar de uma base comum que incorpora princípios do desenvolvimento regenerativo, cada prática no âmbito do turismo regenerativo está intimamente relacionada com o lugar e a sua especificidade, pelo que este conceito será sempre plural (Bellato et al., 2023), diferenciando-se conforme o contexto onde se desenvolve. Torna-se também possível identificar que o conhecimento que está na base do desenvolvimento do conceito regenerativo no âmbito do turismo advém de uma abordagem transdisciplinar, que integra uma diversidade de

perspetivas, contribuições e fontes (Duxbury et al., 2020; Bellato & Pollock, 2023), quer da ciência ocidental, como da observação e análise de práticas desenvolvidas por profissionais do setor e do conhecimento e valores ancestrais e tradicionais inerente aos próprios lugares e comunidades onde se desenvolve a atividade turística, nomeadamente o indígena como no caso dos Māori na Nova Zelândia (Matunga et al., 2020).

Pollock (2019a) refere que o turismo regenerativo se baseia num “novo entendimento de que a economia do visitante em geral e o destino, em particular, não é uma linha de produção industrial, mas um sistema vivo, em rede, incorporado num sistema natural chamado Natureza e sujeito às redes e princípios de funcionamento da Natureza.” Isto pressupõe um entendimento mais alargado do papel do ser humano num sistema maior, percebendo-se que os humanos são parte da natureza, não sendo superiores a qualquer outra forma de vida e que todas as formas de vida estão inter-relacionadas e interdependentes (Pollock, 2019a). Segundo Ateljevic & Sheldon (2022), “O turismo é regenerativo quando regenera mais do que apenas a si”, o que reforça a ideia de integração num sistema mais amplo, em que o setor turístico age em inter-relação e interdependência com a natureza e com outros setores, estando alinhado numa visão mais abrangente. Como refere Hall (2019), “o turismo e o mundo em que este ocorre são complexos e estão profundamente interligados” e não compreender isso pode ditar o fracasso de estratégias e políticas para o setor. O turismo tem, nesta perspetiva regenerativa, sistémica, holística e de longo prazo, um papel ativo e intencional na criação das condições que promovem a renovação e prosperidade das comunidades e dos lugares (Mang & Reed, 2012; Hahn & Tampe, 2021), tanto a nível económico, como ambiental e sociocultural, o que reflete também o interesse e a preocupação dos visitantes em relação aos seus impactes nos destinos (Booking.com, 2024), mostrando que o próprio mercado apresenta exigências no sentido de mudanças e transformações significativas. Este interesse em relação aos impactes do turismo nos destinos e às viagens mais conscientes, que respeitem a natureza, os lugares e as pessoas devem ser considerados com seriedade, evitando discursos que possam ser identificados como *greenwashing*, já que estes provocam falta de credibilidade e o afastamento das pessoas (Hussain & Haley, 2022).

### 2.1.2. Turismo Sustentável vs Turismo Regenerativo

Nas últimas décadas, os conceitos de sustentabilidade e de desenvolvimento sustentável acompanharam o desenvolvimento do turismo (Lazic & Della Lucia, 2024), perspetivando-o como um processo multidimensional, integrando para além da parte económica, valores como a justiça social e a melhoria do bem-estar das pessoas e do ambiente (Scheyvens, 2024). Assim, dando igual importância às várias dimensões da sustentabilidade, ambiental, económica e sociocultural e baseando a sua atuação segundo compromissos comuns entre países e orientações globais como os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas (ODS), o turismo seria orientado para resultados mais sustentáveis (Sharpley, 2020). O contexto do turismo sustentável pré-pandemia COVID-19 reflete aquilo a que Simmons (2017, p. 21) chama de “capitalismo com consciência social”, verificando-se que as estratégias e medidas implementadas, apesar de importantes, não são suficientes para uma mudança significativa e paradigmática (Dwyer, 2018), continuando a subsistir uma medição do sucesso muito baseada em valores e métricas económicas (Becken & Kaur, 2021; Inversini et al., 2024). Outro aspeto importante a considerar é o reconhecimento de que muitas vezes a sustentabilidade é usada como um instrumento para melhorar a imagem pública das empresas (Dwyer, 2018; Inversini et al., 2024) e para a criação de novos mercados e produtos, em vez de funcionar como alavanca para a transformação do turismo (Hall, 2019). Existe assim a perceção de que, mesmo aplicando as melhores práticas, estas apenas iriam abrandar o processo num caminho que continuaria a ser insustentável (Dwyer, 2018; Pollock, 2019b). A verdadeira sustentabilidade ainda não seria alcançada (Buckley, 2012; Sharpley, 2020), principalmente porque o turismo continua a ser encarado como uma indústria, uma linha de produção num sistema fechado de visão padronizada e compartimentada (Bellato et al., 2023), que tem dificuldade em integrar outras formas de pensar e agir, mantendo o objetivo do crescimento contínuo, aplicando fórmulas gerais que não consideram, efetivamente, a especificidade do contexto em que este opera e uma maior justiça social e ambiental (Rastegar et al., 2021). Desta forma, o turismo sustentável e o turismo regenerativo apresentam diferenças, podendo ser feita uma comparação entre as características de ambos, conforme se verifica na Tabela 1.

Tabela 1: Comparação entre turismo sustentável e turismo regenerativo

| Turismo Sustentável                                                                                                                                                                                   | Turismo Regenerativo                                                                                                                                                                                                                                      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Paradigma</b>                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Paradigma do crescimento económico industrial, em que o turismo é mais uma atividade económica.                                                                                                       | Paradigma regenerativo, em que o turismo ocorre dentro da biosfera e dos sistemas socioculturais, compreendendo e respeitando a dinâmica e os limites do sistema.                                                                                         |
| <b>Perspetiva sistémica</b>                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Indústria do turismo com foco na produção. As dimensões ambiental, social e económica estão separadas, sendo a económica prioritária, prevalecendo sobre as necessidades do ambiente e da comunidade. | Pensamento de sistemas vivos, numa perspetiva holística, em que o turismo é um subsistema que funciona dentro de um sistema maior. Os elementos sociais, culturais, ambientais, económicos, políticos, espirituais e ecológicos estão inter-relacionados. |
| <b>Escala</b>                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Escala cruzada, sendo as necessidades do destino consideradas na tomada de decisões nacionais e globais.                                                                                              | Escala de base local, sendo a tomada de decisões colaborativa, com reconhecimento do lugar, das suas especificidades e necessidades únicas.                                                                                                               |
| <b>Princípios organizacionais</b>                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Os sistemas são orientados para o aumento da eficiência.                                                                                                                                              | Biomimética, assente em princípios como redundância, abundância e regulação de ciclos. A aprendizagem e colaboração com a natureza são fundamentais.                                                                                                      |
| <b>Base do conhecimento</b>                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Multidisciplinar, incluindo uma ampla gama de disciplinas, como a engenharia e a gestão ambiental.                                                                                                    | Transdisciplinar, onde o conhecimento assume muitas formas, incluindo a ciência ocidental, o conhecimento indígena e o conhecimento prático.                                                                                                              |
| <b>Ideologia e soluções</b>                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Aposta na tecnologia e na gestão para alcançar soluções que minimizem os impactes negativos e aumentem os positivos.                                                                                  | Aposta na inovação, sendo adaptável e dinâmico, permitindo desenvolver o empreendedorismo, modelos de negócios alternativos e de base local.                                                                                                              |
| <b>Participação e colaboração</b>                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                           |
|                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                           |

| <b>Turismo Sustentável</b>                                                                                                                                                                                   | <b>Turismo Regenerativo</b>                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Participativo, procurando-se a contribuição e colaboração de diversas partes interessadas, com foco nos “especialistas em turismo”.                                                                          | A participação é distribuída e em rede, permitindo envolver todas as partes do sistema, de forma a empoderar as pessoas, com foco no nível comunitário.                                                                                                                                                   |
| <b>Compreensão da riqueza</b>                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Perspetiva comercial com preocupação de mitigar os danos. Apesar de direcionar recursos para gerar benefícios além dos económicos, o seu foco continua a ser a criação de riqueza financeira.                | Numa perspetiva de bem-estar múltiplo, procura alcançar um equilíbrio entre as várias dimensões, ambiental, social e económica, promovendo a distribuição justa dos diversos benefícios obtidos.                                                                                                          |
| <b>Potencial / Propósito</b>                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Desenvolvimento baseado na aplicação de soluções genéricas e universais. O objetivo é contribuir para o desenvolvimento sustentável, minimizando os impactos negativos enquanto gera prosperidade económica. | Desenvolvimento baseado no local, procurando concretizar o seu potencial único, através de soluções inovadoras e dinâmicas. O objetivo é desenvolver a capacidade dos sistemas de forma holística para gerar impacto positivo líquido e a sustentabilidade dos sistemas sociais, económicos e ecológicos. |
| <b>Desenvolvimento do conceito</b>                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Conceito derivado do desenvolvimento sustentável por académicos e indústria, sendo o termo documentado pela primeira vez em 1975 e reconhecido por académicos do turismo em 1993.                            | Conceito derivado da abordagem de desenvolvimento regenerativo por profissionais, sendo o termo documentado pela primeira vez em 2007 e reconhecido por académicos do turismo em 2020.                                                                                                                    |

*Fonte: Adaptado de Becken & Kaur (2021); Bellato et al. (2023)*

Verifica-se também um certo desgaste nos consumidores em relação aos recorrentes apelos de sustentabilidade (Booking.com, 2024), que se podem tornar banais ao parecer não evoluir ao longo do tempo, sendo importante manter a consciencialização que incentiva à ação coletiva, podendo esta beneficiar da apresentação de casos concretos de boas práticas que fazem efetivamente a diferença.

Perante isto, novas perspetivas e formas de encarar a realidade complexa relacionada com o desenvolvimento sustentável foram emergindo, questionando ideias e práticas estabelecidas, permitindo que se percebesse a necessidade de apontar outros caminhos mais compatíveis com os desafios que se colocam a nível global, num mundo caracterizado pela incerteza, volatilidade, complexidade e ambiguidade (Pollock, 2019a, Hussain & Haley, 2022). Assim, segundo Bellato et al. (2023), “a sustentabilidade é considerada um processo de regeneração essencial e interdependente”, num processo

evolutivo de revitalização integrada que vai além da mitigação dos danos, procurando a melhoria das capacidades do sistema e a obtenção de efeitos positivos líquidos, baseada em valores que envolvem pessoas, cultura e terra (Becken & Kaur, 2021). A Figura 1 representa a passagem de práticas de design convencional para práticas de *design* regenerativo.

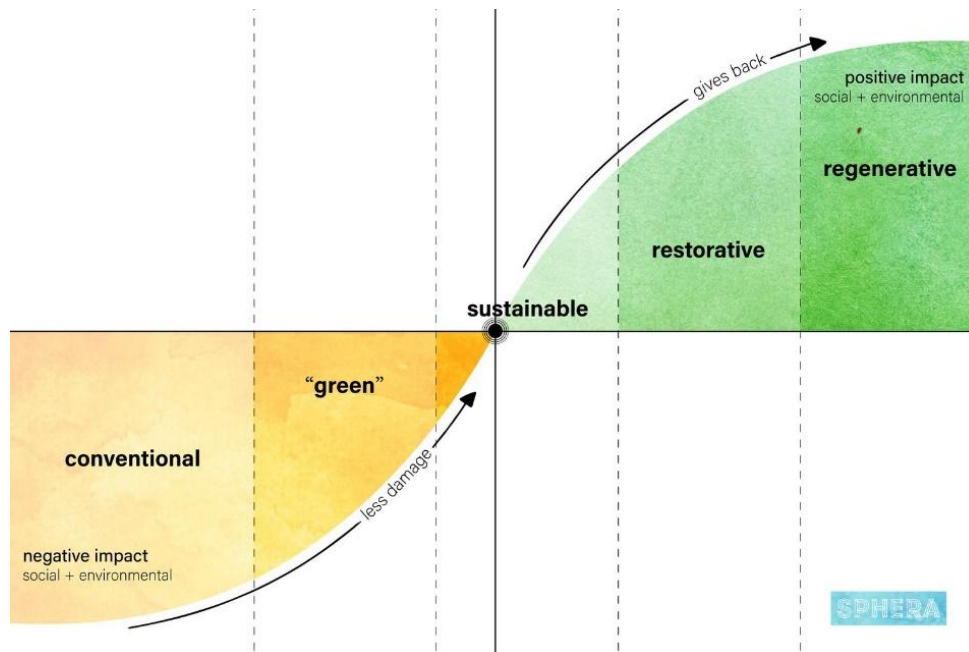


Figura 1: Passagem de práticas de design convencional para práticas de design regenerativo

Fonte: SPHERA (2023).

### 2.1.3. Desenvolvimento do Conceito de Turismo Regenerativo

O turismo regenerativo é apresentado por alguns autores como a evolução do turismo sustentável (Kastenholz et al., 2023), pois conforme referem Hussain e Haley (2022), “soluções sustentáveis são insustentáveis a longo prazo se não forem também intrinsecamente regenerativas”. Apesar do conceito regenerativo ser recente no âmbito do turismo, já é amplamente conhecido por profissionais e académicos de outras áreas (Bellato & Pollock, 2023), sendo o paradigma do desenvolvimento regenerativo aplicado a diferentes setores, como a agricultura, a economia, as finanças e negócios, a arquitetura, o paisagismo e planeamento urbano e a justiça (Pollock, 2019a; Dredge, 2022; Bellato et al., 2022). Em todos estes setores, o objetivo é implementar práticas regenerativas que permitam caminhar no sentido de uma nova forma de pensar e agir, em que a regeneração é encarada como um percurso de desenvolvimento de



capacidades e não como um resultado ou um plano único, promovendo maior vitalidade e mais possibilidades (Pollock, 2019a), num contexto de cocriação baseado na especificidade do lugar. Dredge (2022) destaca as práticas regenerativas no âmbito da agricultura e do desenvolvimento urbano como áreas em que o turismo deve aprender, pois contribuem para o restabelecimento das funções dos ecossistemas nas dimensões ecológica, social e económica, promovendo a regeneração. Também Inversini et al. (2024) destacam a agricultura regenerativa, ao focar-se na conservação e revitalização dos solos, como um bom exemplo da aplicação prática da abordagem regenerativa, já que trabalha a nível local, numa ligação profunda ao lugar e às suas especificidades. Pensando na natureza, os sistemas que se consideram bem-sucedidos são aqueles que se sustentam e se renovam ao longo do tempo, criando condições para a prosperidade e para o desenvolvimento da vida. Esta é a lógica em que se deve enquadrar o turismo para que possa prosperar a longo prazo, sabendo-se que a mudança e transformação do turismo terá de estar sempre relacionada e acompanhada com mudanças que ocorrem também em outras áreas do conhecimento (Dwyer, 2018), assim como em outros setores de atividade.

Na literatura, a primeira referência ao termo turismo regenerativo foi aplicada no contexto da arquitetura (Bellato et al., 2023), onde Owen (2007a) descreve o turismo regenerativo como “um envolvimento crítico com o lugar, criando um impacto positivo, vendo os seres humanos como parte da natureza e ligando o ambientalismo aos processos sociopolíticos.” Esta identificação surge no âmbito do ecoturismo, enquanto conceito de turismo alternativo essencialmente focado no lugar (Owen, 2007b). Ao longo dos anos, o desenvolvimento e aplicação do conceito regenerativo ao turismo tem o contributo incontornável de Anna Pollock (Bellato & Pollock, 2023), que inicialmente, analisou como o turismo, sendo um sistema humano complexo pode alinhar-se com a natureza (Pollock, 2012), dando origem depois ao desenvolvimento da abordagem de “viagem consciente”, termo precursor para turismo regenerativo (Bellato et al., 2023). Esta autora foi pioneira no apelo a uma transformação na indústria do turismo, que permitisse uma abordagem mais integrada e holística, e na compreensão do turismo como um trabalho colaborativo e em rede (Wahl, 2020). Perante todos os desafios que se colocam a nível global, também Daniel Wahl apela à transformação do turismo para que se torne um catalisador da regeneração (Ateljevic & Sheldon, 2022). Segundo Wahl

(2019), “Parece que, possivelmente, a única indústria com alcance global suficiente, impacto trans sectorial local e poder de influência para efetuar uma transição tão imensa é o turismo”, o que demonstra o seu potencial transformador e o alcance que pode ter. As primeiras iniciativas conhecidas que utilizaram abordagens de desenvolvimento regenerativo, no âmbito do turismo, foram iniciadas em 2006 e 2007, pelo Regenesys Group (Mang & Reed, 2012).

O conceito de turismo regenerativo teve um desenvolvimento significativo a partir de 2020, devido a inúmeras mudanças e desafios globais relacionados com o ambiente, a economia, a política, a sociedade e a tecnologia (Pollock, 2019b), agravados pela pandemia COVID-19 (Cheer, 2020; Ateljevic & Sheldon, 2022; CBI, 2022), que originou consequências dramáticas para o setor, mas que se tornou também uma oportunidade para a transformação do turismo (Carr, 2020; Rastegar et al., 2021). A ambiguidade e incerteza sentidas em todo o mundo neste período, expuseram as vulnerabilidades do setor turístico e a enorme dependência de certos países e destinos em relação ao turismo, nomeadamente o internacional, como no caso da Nova Zelândia (Sheldon, 2021). Assim a necessidade de repensar o setor foi acelerada, fazendo com que académicos e profissionais começassem a considerar o turismo regenerativo como uma alternativa desejável (Brouder, 2020; Hahn & Tampe, 2021; Dredge, 2022; Hussain & Haley, 2022), envolvendo mudanças no “propósito do turismo” (Loehr & Becken, 2021), encaminhando-o para uma abordagem aditiva, em vez de extrativa, que permite benefícios mútuos baseados na relação recíproca e interdependente entre as pessoas e o lugar (Matunga et al., 2020). A mudança de práticas de turismo tradicional para o turismo regenerativo deve considerar aspetos base como a equidade, a sustentabilidade e o bem-estar (Fountain, 2021), já que sendo mais do que apenas um tipo de turismo, posiciona o seu propósito central como contributo para a regeneração de sistemas socio-ecológicos em parceria com lugares e comunidades (Bellato et al., 2024), reconhecendo “outras formas de pensar, ser e saber sobre turismo” (Chambers & Buzinde, 2015).

Para um melhor entendimento das diversas abordagens contempladas, são apresentadas algumas das propostas de definição do conceito de turismo regenerativo, de acordo com a literatura, conforme se verifica na Tabela 2.

Tabela 2: Síntese de propostas de definição do conceito de turismo regenerativo

| Propostas de definição do conceito de turismo regenerativo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Autores               |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|
| O turismo regenerativo como “um entendimento emergente, evolutivo e dinâmico, que inclui a sustentabilidade no quadro dos sistemas vivos e enfatiza a relação do homem consigo próprio, com o outro e com a terra.”                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Teruel (2018, p. 64)  |
| O turismo regenerativo está focado na ideia de retribuição, contribuindo ativamente para o desenvolvimento local integrado através de pequenas iniciativas turísticas que se posicionam como processos de regeneração que promovem a revitalização de lugares, comunidades, culturas, património e paisagens, com base em sistemas alinhados com padrões culturais e naturais próprios do local.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Duxbury et al. (2020) |
| O turismo regenerativo, numa abordagem mais focada nas práticas económicas, abrange “formas alternativas não capitalistas de propriedade, troca não monetária e desenvolvimento benéfico baseado na comunidade”.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Sheller (2021)        |
| “O turismo regenerativo é uma abordagem transformacional que tem por objetivo realizar o potencial dos locais de turismo para florescer e criar efeitos líquidos positivos através do aumento da capacidade regenerativa das sociedades humanas e dos ecossistemas. Derivado de uma visão ecológica do mundo, o turismo regenerativo combina perspectivas e conhecimentos indígenas e ocidentais. Os sistemas de turismo são considerados inseparáveis da natureza e obrigados a respeitar os princípios e as leis da Terra. Para além disso, as abordagens do turismo regenerativo evoluem e variam entre locais a longo prazo, harmonizando assim as práticas com a regeneração de sistemas vivos aninhados.” | Bellato et al. (2023) |

Fonte: Adaptado de Bellato et al. (2023)

#### 2.1.4. Caraterísticas do Turismo Regenerativo

Ao posicionar o turismo como uma atividade que integra um sistema vivo mais amplo, dinâmico e em constante evolução, feito de relações e de interdependência, o turismo regenerativo promove o desenvolvimento das capacidades dos lugares, das comunidades e dos visitantes (Bellato et al., 2023). Como referem Hussain e Haley (2022), “tanto os visitantes, como os destinos e as regiões geradoras de turismo são parte de um ecossistema, estão interligados, participam ativamente e retribuem à terra (destino) e às pessoas (anfitrião)”, apresentando caraterísticas que se alinham com a abordagem sistémica e holística em que se baseia o paradigma do desenvolvimento regenerativo, conforme se verifica na Tabela 3.

Tabela 3: Caraterísticas do turismo regenerativo

| Caraterísticas do Turismo Regenerativo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |  | Autores                                                                                                              |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Paradigma regenerativo</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |  |                                                                                                                      |
| <p>Integra a mudança de pensamento do "eu" para o "nós", permitindo a transformação através de uma visão ecológica do mundo, que compreende e respeita as dinâmicas dos ecossistemas. O turismo é um sistema vivo em rede, incorporado na Natureza, que funciona em relação e interdependência com outros sistemas. Abordagem coletiva em que o ser humano faz parte da natureza, estando no mesmo nível e relacionando-se com todas as outras formas de vida. Baseia-se em relações de reciprocidade e de respeito entre o ser humano e a natureza e entre seres humanos, promovendo-se a harmonia e o equilíbrio nos subsistemas e no sistema maior.</p> |  | Mang & Reed, 2012; Dredge, 2022; Bellato & Pollock, 2023; Bellato et al., 2024.                                      |
| <b>Visão sistémica e holística</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |  |                                                                                                                      |
| <p>O turismo é um subsistema que funciona dentro de um sistema socio-ecológico maior, complexo e em constante mudança, existindo interdependência e inter-relação, respeitando-se as dinâmicas e limites da natureza e do planeta, numa perspetiva de longo prazo. A prosperidade e bem-estar de todos os sistemas humanos depende uns dos outros e do sistema natural, considerando-se a interligação entre elementos sociais, culturais e naturais.</p>                                                                                                                                                                                                  |  | Teruel, 2018; Pollock, 2019 a; Hall, 2019; Dredge, 2022; Ateljevic & Sheldon, 2022; Bellato & Pollock, 2023.         |
| <b>Baseado no lugar</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |  |                                                                                                                      |
| <p>Desenvolve-se a partir do potencial do lugar, reconhecendo a sua identidade e singularidade nas diversas dimensões: ambiental, económica e sociocultural. O turismo, mais do que uma atividade, é uma expressão da relação entre as pessoas e o lugar, aproveitando o património natural e cultural para criar valor sem comprometer os recursos. Inclui aspetos como a geografia, a história, a cultura, a espiritualidade, o meio ambiente, as pessoas e as suas necessidades. Estes aspetos são dinâmicos, sofrem mudanças e estão interrelacionados.</p>                                                                                            |  | Owen, 2007a; Mang & Reed, 2012; Teruel, 2018; Duxbury et al., 2020; Bellato et al., 2023; Bellato et al., 2024.      |
| <b>Baseado na natureza</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |  |                                                                                                                      |
| <p>Inspira-se, aprende e colabora com a natureza, num processo contínuo de adaptação e melhoria, mimetizando alguns princípios naturais, como a abundância, a resiliência e os ciclos regenerativos que contribuem para o restabelecimento das funções dos ecossistemas nas dimensões ambiental, sociocultural e económica, promovendo a prosperidade e o desenvolvimento dos lugares e das pessoas.</p>                                                                                                                                                                                                                                                   |  | Pollock, 2012; Dredge, 2022; Bellato et al., 2023.                                                                   |
| <b>Transdisciplinar</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |  |                                                                                                                      |
| <p>O conhecimento que está na base do desenvolvimento do turismo regenerativo advém de uma abordagem transdisciplinar, que valoriza e integra diversas perspetivas e contribuições, como a ciência ocidental, o conhecimento prático e os valores e conhecimentos ancestrais, tradicionais e indígenas.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |  | Chambers & Buzinde, 2015; Duxbury et al., 2020; Matunga et al., 2020; Bellato et al., 2023; Bellato & Pollock, 2023. |

| Caraterísticas do Turismo Regenerativo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |  | Autores                                                                                               |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Inovador e dinâmico</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |  |                                                                                                       |
| Promove a inovação e a adaptação, num processo de evolução contínua, replicando o que acontece na natureza. Incentiva o empreendedorismo, os negócios de pequena escala e modelos alternativos como as empresas sociais e cooperativas, promovendo a criação de oportunidades e condições para o "florescimento", através de relações simbióticas, onde todos são beneficiados.                                                                                                                                                   |  | Duxbury et al., 2020; Sheller, 2021; Hussain & Haley, 2022; Bellato et al., 2023.                     |
| <b>Colaborativo e participativo</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |  |                                                                                                       |
| O turismo é um trabalho colaborativo e em rede, que integra processos de inclusão, cocriação e participação ativa entre as diversas partes interessadas, com foco especial nos anfitriões e nas comunidades locais, vistos como verdadeiros agentes de mudança, com um papel ativo na definição e implementação de estratégias. O turismo como parte integrante de um sistema maior, colabora com outras atividades e setores, construindo uma rede de parcerias que sustentam e são beneficiadas pelo próprio sistema turístico. |  | Bellato et al., 2023; Inversini et al., 2024.                                                         |
| <b>Bem-estar integrado</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |  |                                                                                                       |
| Assume a importância e valor das várias dimensões, ambiental, económica e sociocultural, promovendo um desenvolvimento integrado, sustentável e resiliente, que gera benefícios líquidos positivos, que vão além dos benefícios económicos, permitindo uma distribuição justa e equitativa entre pessoas, cultura e ambiente. Destaca-se a relação entre as pessoas e os lugares, promovendo-se experiências profundas e transformadoras.                                                                                         |  | Pollock, 2019 a; Becken & Kaur, 2021; Rastegar et al., 2021; Inversini et al., 2024; Scheyvens, 2024. |
| <b>Capacitação e educação</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |  |                                                                                                       |
| Promove a capacitação e educação das pessoas, o que permite o desenvolvimento e a transformação dos lugares, das comunidades e dos visitantes, onde cada indivíduo contribui de forma única para a evolução e o bem-estar do sistema.                                                                                                                                                                                                                                                                                             |  | Bellato & Cheer (2021); Dredge (2022).                                                                |
| <b>Melhoria da capacidade dos sistemas</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |  |                                                                                                       |
| O turismo como atividade com alcance global e transectorial que funciona como catalisador para o desenvolvimento de lugares e comunidades, com o propósito de realizar o potencial local, incrementa a capacidade dos sistemas gerando benefícios líquidos positivos e sustentabilidade ambiental, económica e sociocultural.                                                                                                                                                                                                     |  | Mang & Reed, 2012; Pollock, 2019a; Wahl, 2019; Hahn & Tampe, 2021; Bellato et al., 2023.              |

### 2.1.5. Impactes Positivos do Turismo Regenerativo

O turismo regenerativo apresenta uma abordagem holística ao turismo, integrando a conservação ambiental, a preservação sociocultural e a prosperidade económica (Kastenholz et al., 2023), propondo sistemas turísticos alternativos, que

promovem a resiliência e a regeneração (Fusté-Forné & Hussain, 2022), baseando-se numa estratégia *bottom-up*, centrada no lugar, nas comunidades e no ambiente (Dredge, 2022). Seguindo esses princípios, procura alcançar um equilíbrio entre a atividade turística e o bem-estar da natureza e das comunidades locais, gerando “um benefício líquido positivo para as pessoas, os lugares e a natureza” (Dredge, 2022). Segundo Amorim et al. (2023), “as atividades de turismo regenerativo têm o potencial de revitalizar e regenerar destinos criando um ciclo de impactos positivos na população local e nas suas economias, preservando a cultura e a biodiversidade locais, enquanto os destinos e as empresas proporcionam experiências de viagem autênticas, únicas e memoráveis”.

Na abordagem regenerativa, o turismo é visto como uma atividade que fornece “hospitalidade e cura com benefícios para todas as partes interessadas” (Pollock, 2019a), no sentido em que promove a revitalização e a regeneração, sendo os gestores e operadores turísticos do destino recetor, a par das comunidades, vistos como elementos cruciais neste processo transformador de planeamento, administração e gestão dos sistemas de turismo regenerativo (Bellato et al., 2023). Esta visão é reforçada por Inversini et al. (2024), ao referir que o turismo regenerativo é “Uma abordagem em que o foco não é o turismo e o que ele pode ganhar, mas sim o turismo como uma ferramenta para o desenvolvimento de lugares e comunidades”, ao incorporar práticas e inovações turísticas nos lugares e nas comunidades locais que promovem o bem-estar dos sistemas socio-ecológicos em que se insere e com os quais está intimamente relacionado (Bellato & Cheer, 2021). Nesta abordagem regenerativa, que se desenvolve a partir de uma ligação profunda ao lugar, o turismo tem um papel ativo e intencional na criação das condições que promovem a prosperidade das comunidades e dos destinos, enquanto oferece a vivência de experiências autênticas, significativas e transformadoras para os visitantes. Segundo Inversini et al. (2024), o turismo tem “responsabilidade ativa para com o meio ambiente, a comunidade, a equipa e, finalmente, os hóspedes.” Assim, pretende-se que tenha impactes positivos e gere benefícios para todo o ecossistema em que se insere, integrando estratégias mais alargadas de desenvolvimento local, conforme se verifica na Tabela 4.

*Tabela 4: Impactes positivos do turismo regenerativo*

| <b>Impactes positivos do turismo regenerativo</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <b>Autores</b>                                                                                             |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Promove a conservação e a revitalização ecológica, melhorando a qualidade ambiental a longo prazo, reduzindo os impactes através da inovação e de práticas inspiradas na natureza, promovendo a utilização eficiente de recursos.                                                                                                            | Pollock, 2019a; Dredge, 2022; Fusté- Forné & Hussain, 2022; Bellato & Pollock, 2023; Bellato et al., 2024. |
| Fortalece a ligação entre as comunidades e o ambiente natural, incentivando a educação ambiental, a partilha de conhecimento e a participação na conservação e gestão dos recursos.                                                                                                                                                          | Mang & Reed, 2012; Dredge, 2022; Bellato & Pollock, 2023; Bellato et al., 2024.                            |
| Contribui para a preservação e valorização das culturas locais e da sua identidade, fortalecendo o sentimento de orgulho e de pertença, promovendo a inclusão de grupos marginalizados e a participação ativa da comunidade no desenvolvimento local.                                                                                        | Mang & Reed, 2012; Teruel, 2018; Duxbury et al., 2020; Rodrigues et al., 2024; Bellato et al., 2024.       |
| Incentiva a criação de parcerias e redes colaborativas de trabalho que integrem todas as partes interessadas no processo de desenvolvimento local.                                                                                                                                                                                           | Bellato et al., 2023; Kastenholz et al., 2023; Inversini et al., 2024.                                     |
| Gera empoderamento comunitário ao capacitar e incentivar a participação da comunidade no processo de planeamento, gestão e decisão, promovendo a distribuição equitativa de benefícios.                                                                                                                                                      | Bellato & Cheer, 2021; Kastenholz et al., 2023; Bellato & Pollock, 2023.                                   |
| Melhora a qualidade de vida da população local, promovendo o turismo como ferramenta para o desenvolvimento local e o bem-estar económico, ambiental e sociocultural.                                                                                                                                                                        | Pollock, 2019a; Bellato & Cheer, 2021; Ateljevic & Sheldon, 2022; Fusté- Forné & Hussain, 2022.            |
| Estimula e diversifica a economia local, ao criar empregos de qualidade e gerar mais rendimentos para a comunidade, aumentando a oferta de atividades diferenciadas promovendo produtos e serviços autênticos ligados à identidade local, reduzindo a dependência de atividades e modelos turísticos assentes na extração e na sazonalidade. | Duxbury et al., 2020; Sheller, 2021; Hussain & Haley, 2022; Bellato et al., 2023; Inversini et al., 2024.  |
| Incentiva as experiências autênticas e significativas, criando laços emocionais entre os visitantes, a comunidade local e o lugar, promovendo o relacionamento próximo entre as partes, num processo de aprendizagem e partilha de conhecimento que potencia a transformação individual e coletiva, fidelizando as pessoas ao lugar.         | Teruel, 2018; Pollock, 2019a; Amorim et al., 2023.                                                         |

## 2.2. A dimensão Sociocultural do Turismo Regenerativo

O turismo regenerativo desenvolve-se a partir do lugar e das suas comunidades, de forma a revitalizá-los, restaurando as relações harmoniosas e recíprocas entre seres humanos e natureza (Bellato & Pollock, 2023), contribuindo ativamente para a melhoria da biodiversidade e para o bem-estar social. A identidade e primazia do lugar enquanto “conceito organizador central” (Bellato et al., 2022), os ensinamentos ancestrais que “moldam as relações entre homem e natureza” (Bellato et al., 2023; Matunga et al., 2020), a capacitação das comunidades enquanto “vozes locais que devem ter precedência” por serem mais do um mero *stakeholder* (Scheyvens, 2024) e a oferta de experiências turísticas autênticas e criativas, que “respeitem o sentido do lugar” (Amorim et al., 2023) são aspetos essenciais a considerar no âmbito do turismo regenerativo, orientando-o segundo uma abordagem holística que integra as dimensões ambiental, económica e sociocultural, sendo esta particularmente importante.

A dimensão sociocultural integra aspetos relacionados com o lugar e a comunidade local, o seu património natural e cultural, apresentando elementos ligados ao meio ambiente, geografia, história, espiritualidade, tradições e identidade, com base em valores e conhecimentos passados ao longo das gerações. Segundo Dwyer (2018), “O lugar molda a identidade da comunidade anfitriã e a experiência do hóspede”, pelo que os destinos devem privilegiar o seu sentido único de lugar, refletindo-o e expressando-o na sua oferta. O lugar é o ponto de encontro entre a natureza e as pessoas, o passado e o presente e os valores tangíveis e intangíveis (Dwyer, 2018) que constituem a base da identidade dessa comunidade. Sendo um catalisador para um desenvolvimento sustentável e resiliente, o turismo regenerativo encontra-se enraizado nessa identidade local, integrando também elementos que destacam a dimensão emocional, como expressão das relações entre as pessoas e o lugar, com múltiplas perspetivas influenciadas pelas suas vivências, motivações, expectativas e o seu papel de anfitrião ou de visitante. Segundo Duxbury et al. (2024), “na área do turismo a procura por conexão (contrariando a solidão) e a busca por experiências é forte”, o que torna atrativas as propostas no âmbito do turismo regenerativo, onde o lado emocional e os relacionamentos são privilegiados. Tendo por base esta forte ligação ao lugar, os visitantes são convidados a fazerem parte das comunidades, criando uma relação profunda com os lugares que visitam, como identifica Teruel (2018) ao referir que “o



outro é convidado a visitar o local”, abrandando o seu próprio ritmo, para viver uma experiência ativa e profunda que permite “conexões positivas entre o visitante, a comunidade local, o lugar e os sistemas que sustentam a vida ali”, estando tudo alinhado com os ritmos da natureza.

O aproveitamento e valorização do potencial do lugar, sem comprometer os recursos, de forma a garantir a sustentabilidade e a revitalização de todo o sistema, possibilita a criação de experiências profundas e transformadoras que geram benefícios para os indivíduos e para o coletivo. Nesta perspetiva, as viagens “fornecem os meios para mudar tanto o próprio estilo de vida quanto o impacto que se causa nos lugares visitados” (Dwyer, 2018), trazendo benefícios para o próprio visitante através da sua transformação pessoal, enquanto contribui para a qualidade de vida e o bem comum do lugar visitado. A transformação também se dá através das aprendizagens promovidas por estes encontros e relacionamentos próximos entre anfitriões e visitantes, onde a partilha de conhecimentos permite a reflexão sobre outras formas de ser e estar que promovem a evolução. A capacitação das comunidades locais é um aspeto muito importante neste processo de regeneração, já que permite uma maior inclusão e uma melhor participação em decisões que são fundamentais para o seu próprio futuro. As comunidades devem trabalhar o sentido crítico coletivo, de forma a questionar o que é melhor para si, assumindo o poder de decisão sobre o caminho que querem numa perspetiva de longo prazo que possa preservar e valorizar o seu legado (Dwyer, 2018). No seu papel de anfitriões beneficiam também do conhecimento trazido pelos visitantes, pelo que a abertura ao que é externo permite contatar com novas realidades que se tornam aprendizagens fundamentais para o processo de evolução e desenvolvimento da própria comunidade. Neste enquadramento, podemos identificar os aspetos socioculturais mais relevantes no contexto do turismo regenerativo, que resultam da valorização do potencial dos destinos, das dinâmicas entre as diferentes partes envolvidas e da reflexão e consciencialização acerca do papel de cada um neste processo de desenvolvimento, conforme se verifica na Tabela 5.

*Tabela 5: Aspetos socioculturais relacionados com o turismo regenerativo*

| Aspetos socioculturais relacionados com o turismo regenerativo | Autores |
|----------------------------------------------------------------|---------|
| Identidade cultural e patrimonial                              |         |

| <b>Aspectos socioculturais relacionados com o turismo regenerativo</b>                                                                                                                                                                                                                                                                     |  | <b>Autores</b>                                                                                         |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Valoriza o lugar, a cultura local, os saberes tradicionais e o património material e imaterial, reforçando a identidade local, o sentimento de pertença e o orgulho comunitário, promovendo a preservação desse legado através da transmissão de conhecimentos tradicionais entre gerações.                                                |  | Dwyer, 2018; Matunga et al., 2020; Bellato et al., 2022; Bellato et al., 2023; Rodrigues et al., 2024. |
| <b>Diversidade e inclusão</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |  |                                                                                                        |
| Valoriza a diversidade e o respeito pelas diferenças, integrando múltiplos conhecimentos e promovendo a cocriação e a participação ativa, fomentando um turismo mais inclusivo baseado em relacionamentos profundos entre anfitriões e visitantes, promovendo a partilha e mitigando a homogeneidade e padronização cultural.              |  | Chambers & Buzinde, 2015; Bellato et al., 2023; Matunga et al., 2020; Bellato & Pollock, 2023.         |
| <b>Empoderamento das comunidades locais</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                |  |                                                                                                        |
| As comunidades são capacitadas e envolvidas de forma ativa no planeamento e gestão do turismo, o que promove a sua afirmação enquanto elemento essencial no processo de desenvolvimento local, reforçando a sua autonomia, resiliência e poder de decisão.                                                                                 |  | Dwyer, 2018; Scheyvens, 2024; Bellato et al., 2023; Rodrigues et al., 2024.                            |
| <b>Participação ativa dos visitantes</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |  |                                                                                                        |
| Integra o visitante como um elemento ativo no processo de regeneração do destino, deixando de lado o papel de mero consumidor, o que possibilita um maior envolvimento emocional e a criação de vínculos profundos com o lugar e a comunidade.                                                                                             |  | Teruel, 2018; Kastenholz et al., 2023; Duxbury et al., 2024.                                           |
| <b>Transformação pessoal dos visitantes</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                |  |                                                                                                        |
| Através do relacionamento próximo entre o lugar, os anfitriões e os visitantes, o turismo regenerativo promove reflexões sobre valores e estilos de vida que potenciam transformações pessoais, induzindo a uma maior consciência e envolvimento em questões ambientais e sociais e à mudança de comportamentos.                           |  | Teruel, 2018; Dwyer, 2018; Kastenholz et al., 2023.                                                    |
| <b>Equidade e justiça social</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |  |                                                                                                        |
| Combate as desigualdades e promove um desenvolvimento mais justo e resiliente, com base nos recursos e potencial do lugar e das comunidades, valorizando o equilíbrio entre as dimensões ambiental, económica e sociocultural e fazendo uma distribuição mais equitativa dos benefícios do turismo.                                        |  | Fountain, 2021; Rastegar et al., 2021; Dredge, 2022; Scheyvens, 2024.                                  |
| <b>Qualidade de vida e bem-estar</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |  |                                                                                                        |
| Promove benefícios que vão além dos económicos, potenciando a melhoria da qualidade de vida das comunidades locais e a revitalização dos sistemas socio-ecológicos em que se insere, criando assim destinos mais saudáveis, resilientes e harmoniosos, onde o bem-estar coletivo é o principal objetivo de um processo evolutivo contínuo. |  | Mang & Reed, 2012; Dwyer, 2018; Hahn & Tampe, 2021; Kastenholz et al., 2023.                           |

| Aspetos socioculturais relacionados com o turismo regenerativo                                                                                                                                                                 | Autores                                                               |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| Educação e sensibilização                                                                                                                                                                                                      |                                                                       |
| Promove a aprendizagem, a partilha de conhecimento, a capacitação e o desenvolvimento de competências, num processo de melhoria contínua que envolve anfitriões e visitantes, como ferramenta para uma cidadania ativa global. | Bellato & Cheer (2021);<br>Dredge, (2022);<br>Rodrigues et al., 2024. |

## 2.3. Turismo Regenerativo em Regiões de Interior e de Baixa Densidade

### 2.3.1. Regiões de Interior e de Baixa Densidade

Os territórios de interior e de baixa densidade são áreas geográficas com uma população relativamente escassa quando comparadas com as áreas urbanas que são mais densamente povoadas, localizando-se estas sobretudo no litoral. Em Portugal, segundo Carvalho (2020), a “litoralização das atividades económicas” e a “desvitalização de vastas regiões do interior do país” são aspetos que levantam inúmeros desafios para estes territórios. Para além das questões sociais e demográficas, apontadas como um dos principais desafios para o seu desenvolvimento sustentável (Almeida & Daniel, 2023), que incluem o progressivo envelhecimento da população, a saída dos jovens e o consequente despovoamento, o seu carácter predominantemente rural, a localização periférica face aos centros urbanos mais desenvolvidos, a escassa oferta de oportunidades de emprego e a falta de infraestruturas condicionam a sua atratividade e o seu desenvolvimento. Os baixos níveis de empreendedorismo e de inovação, nomeadamente a nível tecnológico e digital agravam ainda mais as disparidades entre territórios, num ciclo vicioso de declínio (Almeida & Daniel, 2023) que acentua a exclusão e o isolamento destas regiões. A coesão territorial e os desafios relacionados com as zonas rurais e de baixa densidade são transversais, nomeadamente no território europeu, sendo alvo de debate e investigação que envolve tanto decisores políticos como investigadores, na tentativa de chegar a soluções que permitam o “futuro para todos os lugares” (Comissão Europeia, 2020), mostrando que apesar dos muitos constrangimentos, também existem oportunidades de desenvolvimento económico e social para estes territórios, que devem ser promovidas e apoiadas, com o intuito de potenciar o seu valor. Neste sentido, o turismo pode ser considerado uma das atividades que melhor pode aproveitar os recursos próprios dos territórios, constituindo-se como um fator de desenvolvimento importante porque potencia a valorização e a preservação

dos seus recursos endógenos, promovendo a preservação da identidade local (Carvalho, 2020). Conforme refere Carvalho (2020) “é a diversidade do património, natural e cultural que diferencia os territórios e que pode ter efeitos positivos a dois níveis, desde que devidamente trabalhados: por um lado, o seu carácter diferenciador permite que os territórios se afirmem pela sua singularidade, fazendo face a mecanismos e processos de globalização uniformizadores, e, por outro lado, ao invés de serem “concorrentes” dos territórios vizinhos, potenciam sinergias com estes, também eles portadores de singularidade, alargando, assim, a base da oferta, com efeitos benéficos para todos, e elevando o desenvolvimento a uma escala regional.” Nesta perspetiva, as especificidades locais apresentam-se como um fator estratégico diferenciador (Duxbury et al., 2020), particularmente importante para a atração de visitantes para territórios de interior e baixa densidade, que pretendem um turismo que promova o seu desenvolvimento integrado ao valorizar o que é diferente e identitário.

Em Portugal, a Comissão Interministerial de Coordenação (CIC, 2015) refere que “Não existe uma classificação legal única para o conceito de território de baixa densidade. Têm vindo a ser adotados diferentes critérios, centrados ora na densidade populacional, ora no rendimento per capita de cada Concelho ou da NUTS III a que o Concelho pertence. Para efeitos de regulamentação do Portugal 2020 adota-se uma abordagem multicritério que considera a densidade populacional, a demografia, o povoamento, as características físicas do território, as características socioeconómicas e acessibilidades.” Apesar de não existir uma definição única para territórios de baixa densidade, estes situam-se em regiões ditas desfavorecidas e de características maioritariamente rurais, que registam um declínio demográfico significativo. A Figura 2 apresenta o mapa de Portugal continental, onde se encontram assinalados a verde os territórios de baixa densidade.



*Figura 2: Mapa de Portugal com indicação a verde dos territórios de baixa densidade*

*Fonte: CIC Portugal 2020 (2018).*

Alguns programas e políticas públicas realçam a necessidade de se trabalhar no âmbito de valorização destas regiões, de forma a promover a coesão territorial e a valorização destes territórios, como é o caso do Programa de Valorização do Interior (Governo da República Portuguesa, 2020), que substituiu o Programa Nacional para a Coesão Territorial (PNCT, 2016), onde é referido que “A nova política de coesão territorial, no que diz respeito à valorização do interior, assenta na correção das assimetrias territoriais, através da atração de investimento para o interior, da diversificação e qualificação do tecido produtivo associadas ao estímulo da capacidade empreendedora e empresarial, do aproveitamento do potencial endógeno, da promoção da fixação de pessoas nos territórios do interior e da afirmação dos territórios transfronteiriços.” Também na Estratégia Turismo 2027 (Turismo de Portugal, 2017), onde estão definidos os objetivos e metas do turismo em Portugal 2017-2027, se refere a pretensão de “Afirmar o turismo como *hub* para o desenvolvimento económico, social e ambiental em todo o território, posicionando Portugal como um dos destinos turísticos mais competitivos e sustentáveis do mundo”, sendo objetivo o aumento da coesão territorial ao “Aumentar a procura turística no país e nas várias regiões”.

Estes aspetos ganharam uma nova importância no contexto da pandemia de COVID-19 (Almeida & Daniel, 2023), que colocou ainda mais pressão a questões sociais

e económicas que já se faziam sentir, sendo alvo de análise e de medidas políticas de âmbito nacional e internacional, nomeadamente a nível europeu. Nesta altura, a Estratégia Portugal 2030 (República Portuguesa, 2020) foi apresentada como uma visão e referencial para vários instrumentos políticos, num horizonte de dez anos, com o intuito de “Recuperar a economia e proteger o emprego, e fazer da próxima década um período de recuperação e convergência de Portugal com a União Europeia, assegurando maior resiliência e coesão, social e territorial”, reforçando assim políticas anteriormente apresentadas, nomeadamente em questões de sustentabilidade demográfica e promoção da inclusão, particularmente sensíveis nos territórios de interior e de baixa densidade.

Apesar dos constrangimentos e enormes impactos da pandemia COVID-19 em todos as regiões e setores, existem dados estatísticos públicos, de âmbito nacional e internacional, nomeadamente europeu, que apontam que os territórios rurais e de baixa densidade foram mais resilientes do que outros territórios (Almeida & Daniel, 2023), enfrentando melhor os desafios e os impactos negativos da pandemia. São apontadas várias razões para este maior grau de resiliência numa situação extrema como a pandemia, podendo referir-se como fatores importantes o seu carácter predominantemente rural, a baixa densidade populacional, a proximidade entre as pessoas e uma economia baseada em pequenos negócios, que beneficiaram também de uma maior procura e consumo de produtos locais (Almeida & Daniel, 2023). Em situações que exigem mudanças rápidas as pequenas empresas conseguem ser mais flexíveis, demonstrando uma maior capacidade de adaptação e resistência, apresentando até alguma capacidade de crescimento, como foi visível no contexto da pandemia COVID-19 (Fisher & Morrison, 2021), em que muitas conseguiram reinventar-se também a nível tecnológico, posicionando-se online com pequenos negócios de base digital.

No setor do turismo, é possível constatar também esta tendência de uma maior resiliência nos territórios rurais e de baixa densidade, desde logo pela sua característica demográfica diferenciadora, tantas vezes apontada como um aspeto negativo, mas que neste contexto específico da pandemia se tornou uma mais-valia. A procura por locais menos movimentados, integrados na natureza e com atrativos muito baseados na

paisagem e nas atividades de exterior, possibilitou um interesse crescente por estes territórios (Almeida & Daniel, 2023), o que potenciou a dinamização de novas iniciativas e o empreendedorismo de base local. Isto confirma que os momentos de crise podem também ser as oportunidades certas para a disrupção (Kastenholz et al. 2023), abrindo caminho para algo novo e inovador. As alterações que se verificaram ao nível do trabalho, principalmente a mudança para ambientes híbridos ou inteiramente online, mostrou que existem possibilidades de conjugar a atividade profissional com a permanência em zonas mais periféricas, ou seja, a localização geográfica deixou de ser uma condicionante (Zhou et al., 2024). Esta realidade cria oportunidades de atração e de retenção de população nestes territórios, nomeadamente de pessoas mais jovens e qualificadas, entre os quais nómadas digitais, num movimento que já se verificava antes da pandemia, mas que foi potenciado pela necessidade de distanciamento, abrindo possibilidades de desenvolvimento em vários setores, com particular foco no setor turístico. O turismo pode criar oportunidades de regeneração nestes territórios, desde que o consumo da paisagem rural seja feito de forma responsável e sustentável, respeitando os lugares e as comunidades (Pearson et al., 2024).

Este enquadramento permite considerar que, apesar de todos os desafios que este tipo de territórios apresenta, existe potencial para se afirmarem no contexto do setor turístico, nomeadamente através de “caminhos alternativos que questionem ativamente decisões, comportamentos e impactos individuais e coletivos” (Duxbury et al., 2024) numa nova abordagem ao desenvolvimento. O turismo regenerativo, baseado no potencial do lugar e das comunidades revela-se uma possibilidade valiosa, num caminho exigente, mas que pode ser crucial para o aumento do poder de atratividade destas regiões, contribuindo para a diminuição do abandono demográfico e para o incremento do seu desenvolvimento e da sua resiliência. O aumento da competitividade destes territórios terá de ser feito através de atividades económicas inovadoras e criativas como o turismo, que segundo Pearson et al. (2024) “apresenta uma via adicional de desenvolvimento rural para as regiões diversificarem as suas economias e reforçarem a resiliência”, valorizando a riqueza dos seus recursos endógenos e naturais, que são efetivamente os seus fatores de diferenciação. A aposta no turismo regenerativo enquanto oportunidade para a vivência de experiências significativas, que se baseia essencialmente em encontros entre pessoas e lugares (Duxbury et al., 2024), com uma

forte ligação à natureza e à cultura, pode efetivamente ser o catalisador para a transformação destes territórios num movimento de “renascimento rural que propõe uma renovação de ideias e soluções para um contexto rural em mudança” (Vizinho et al., 2021).

### **2.3.2. Impactes do Turismo Regenerativo em Regiões de Interior e de Baixa Densidade**

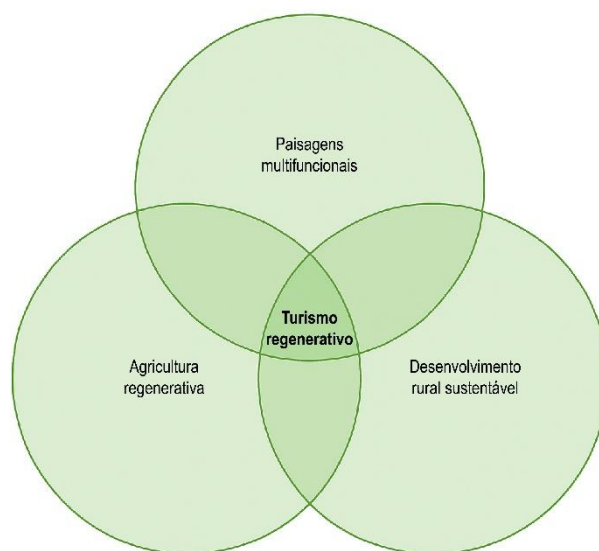
Segundo Duxbury et al. (2020), “à medida que os paradigmas de viagem mudam, um fluxo mais constante de turismo para o campo cria oportunidades para repensar como o turismo pode ser usado de forma proativa para promover a sustentabilidade local e a regeneração em comunidades de menor dimensão”, criando mudanças positivas que geram benefícios efetivos para estes lugares. O turismo regenerativo enquanto modelo alternativo de criação de valor (Amorim et al., 2023), pode ser um catalisador de processos de transformação local em regiões de interior e baixa densidade, com o intuito de regenerar e revitalizar as suas comunidades, permitindo um desenvolvimento resiliente. Nesta perspetiva holística, que vai além do mero crescimento económico, é importante assegurar um desenvolvimento integrado que promova o bem-estar de todo o sistema socio-ecológico do lugar, baseado no local, na diversidade, qualidade e diferenciação da oferta turística, aspetos particularmente importantes para potenciar a atratividade destas regiões em segmentos de mercado de valor acrescentado que procuram e valorizam estas características, naquilo que se pode identificar como “o turismo que interessa a estes territórios” (Kastenholz et al., 2023). Os destinos mais resilientes caracterizam-se pela oferta diversificada profundamente baseada no lugar e na sua identidade, apostando na qualidade em detrimento da quantidade, conseguindo agregar valor tanto às experiências dos visitantes como ao próprio destino (Romagosa, 2020). No contexto das regiões de interior e de baixa densidade, o turismo regenerativo pode apresentar-se como uma opção valiosa, como referido por Duxbury et al. (2020), “como forma de regenerar uma paisagem, comunidade ou lugar marginalizado que não é necessariamente um destino turístico, mas tem potencial para se tornar um.”

Sendo o turismo regenerativo uma abordagem emergente e alternativa ao turismo tradicional (Bellato et al., 2024), assente em princípios que privilegiam a natureza, a



identidade do lugar e das comunidades e as relações recíprocas que promovem a cocriação, podemos identificar relações simbióticas com outros setores e atividades como a agricultura, assim como com outras abordagens no âmbito do turismo, desde logo o turismo criativo (Duxbury et al., 2020; Rodrigues et al., 2024) e o turismo rural (Kastenholz et al., 2023). Estas, apesar de apresentarem características diferenciadoras entre si, englobam aspetos comuns com a abordagem regenerativa, dos quais se destacam a proteção dos recursos e ativos locais, tanto naturais como socioculturais, com primordial interesse na preservação da comunidade local e da sua identidade, sendo também vistas como oportunidades de diversificar as atividades económicas das regiões, incrementando os rendimentos e benefícios das comunidades. Como refere Kastenholz et al. (2022), o turismo criativo é “capaz de impulsionar o desenvolvimento de regiões do interior”, atuando como promotor da diferenciação da oferta, com base em experiências baseadas na autenticidade e nas tradições desses territórios, enquanto proporciona um maior envolvimento e interação dos turistas com os próprios destinos. Assim, pode também “ser visto como uma forma de turismo em rede, que depende da capacidade dos produtores e dos consumidores de se relacionarem entre si e de gerarem valor a partir dos seus encontros” (Richards & Marques, 2012). O turismo rural, segundo An & Alarcon (2020), “pode ser uma parte importante da criação de oportunidades de emprego e do aumento do rendimento familiar para os habitantes locais em termos de economia, bem como da manutenção do ambiente no que diz respeito à proteção ambiental, ao reforço das comunidades e à preservação do património cultural tradicional em termos de fatores sociais.” A incorporação desta diversidade de perspetivas, reforça a ideia de Ateljevic & Sheldon (2022), que referem que “O turismo é regenerativo quando regenera mais do que apenas a si”, apresentando assim um potencial transformador para territórios de interior e baixa densidade, considerados à partida, regiões marginalizadas e mais desfavorecidas. Nesta visão integrada, conforme referido por Vizinho et al. (2021), “o renascimento rural é considerado uma estratégia para a preservação da riqueza das múltiplas paisagens e patrimónios naturais e culturais da Europa, pois os recursos rurais são capazes de fornecer soluções sustentáveis para os desafios sociais atuais e futuros”, sendo a capacitação e o envolvimento ativo das comunidades aspetos fundamentais neste processo de regeneração.

Os territórios rurais e de baixa densidade, anteriormente identificados pela sua essência marcadamente agrícola, acabam agora por se apresentar como “paisagens multifuncionais” (Vizinho et al., 2021; Pearson et al., 2024), que integram uma diversidade de atividades que funcionam como elementos importantes no seu desenvolvimento rural sustentável. São regiões que, segundo Galvão & Devy-Vareta (2010) têm “recursos para iniciativas de valor acrescentado ao nível da economia rural, como fornecedores de espaço e de oportunidades para empresas não agrícolas e para atividades de lazer e turismo.” Estes territórios apresentam uma multiplicidade de funções, em que atividades tradicionais como a agricultura são agora também ferramentas para a regeneração dos solos, estando integradas em projetos turísticos rurais e regenerativos que revitalizam e valorizam o património existente, potenciando o renascimento rural, nas dimensões ambiental, económica e sociocultural. A Figura 3 representa esta relação entre paisagens multifuncionais, desenvolvimento rural sustentável e agricultura regenerativa, cuja interseção se materializa através do turismo regenerativo, uma vez que os projetos turísticos integram diversas valências atuando sobre a paisagem e o desenvolvimento local.



*Figura 3: Relação entre paisagens multifuncionais, desenvolvimento rural sustentável, agricultura regenerativa e turismo regenerativo*

*Fonte: Adaptado de Pearson et al.(2024)*

Respeitando o seu legado ancestral, estes territórios transformam-se para responder a necessidades e desafios que se apresentam como cruciais para o seu futuro, como a atração e fixação de população e a diversificação das oportunidades de trabalho. Ao valorizar o seu potencial endógeno, que inclui o património material e imaterial, são criadas as condições para usar a identidade local como fator de diferenciação e de atração turística. O turismo regenerativo apresenta-se neste contexto como um catalisador de desenvolvimento local, que permite conjugar a herança rural e a inovação, trazendo benefícios para o ambiente natural, as comunidades residentes e os visitantes, enquanto oferece experiências de proximidade em que é valorizado o tempo, o espaço e o “sentido do lugar” (Teruel, 2018). A comunidade local ao ser parte ativa deste processo, entrega valor através das suas características únicas, que garantem autenticidade e diferenciação, beneficiando do valor gerado pela criação de novas oportunidades e atividades que podem dinamizar o território, aumentando os rendimentos, a qualidade de vida e o bem-estar. O turismo assume assim um papel importante na regeneração dos territórios rurais e de baixa densidade, reinvestindo na natureza, nos lugares e nas pessoas (Pearson et al., 2024), capacitando-os para uma maior autonomia e resiliência, conforme se verifica na Tabela 6.

*Tabela 6: Impactes do turismo regenerativo em regiões de interior e de baixa densidade*

| <b>Impactes do Turismo Regenerativo em Regiões de Interior e de Baixa Densidade</b>                                                                                                                                                                                                                                                                  |  | <b>Autores</b>                                                         |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|------------------------------------------------------------------------|
| <b>Revitalização económica e criação de empregos</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |  |                                                                        |
| Estimula a economia local através da valorização do espaço rural, da sua cultura e dos seus produtos endógenos, promovendo a criação de empregos de qualidade e fomentando também a inovação, o empreendedorismo local, os negócios colaborativos, as parcerias, o fornecimento e consumo de produtos locais.                                        |  | Duxbury et al., 2020; Kastenholz et al., 2023; Rodrigues et al., 2024. |
| <b>Atração e fixação de população</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |  |                                                                        |
| Permite a criação de condições para que os territórios apresentem uma maior atratividade e potencial de fixação de população, nomeadamente jovem, conjugando oportunidades de trabalho qualificado com bem-estar e qualidade de vida, mitigando os problemas criados por atividades extrativas, pelo envelhecimento populacional e pelo êxodo rural. |  | Kastenholz et al., 2023.                                               |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |  |                                                                        |

| <b>Impactes do Turismo Regenerativo em Regiões de Interior e de Baixa Densidade</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <b>Autores</b>                                                                                            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Regeneração natural e resiliência climática</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                           |
| Contribui para a conservação da natureza e a revitalização ambiental de ecossistemas degradados, promovendo práticas agrícolas e florestais regenerativas, assim como o uso eficiente de recursos e a adaptação dos territórios às alterações climáticas, numa perspetiva de longo prazo.                                                                                                                                                                 | Hussain & Haley, 2022; EarthCheck. 2023; Kastenholz et al., 2023.                                         |
| <b>Identidade e cultura</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                           |
| Contribui para a preservação e valorização do património cultural material e imaterial, reforçando a identidade local e o sentimento de pertença e orgulho comunitário, como fator chave para uma oferta diferenciada baseada no lugar.                                                                                                                                                                                                                   | Teruel, 2018; Kastenholz et al., 2022; Kastenholz et al., 2023; EarthCheck. 2023; Rodrigues et al., 2024. |
| <b>Educação e inovação</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                           |
| Aposta na capacitação e formação das diversas partes interessadas, com especial destaque para as comunidades locais, valorizando o conhecimento ancestral, assim como a aquisição de novas competências que permitam assumir um papel ativo no processo de desenvolvimento local (em áreas como ambiente, património, hospitalidade, empreendedorismo), promovendo parcerias entre entidades locais e regionais, universidades e centros de investigação. | Duxbury et al., 2020; Rodrigues et al., 2024.                                                             |
| <b>Promoção de modelos de gestão participativa</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                           |
| Promove o envolvimento das comunidades locais na tomada de decisão sobre o desenvolvimento integrado do turismo e do território, fortalecendo a governança local, a coesão comunitária, a criação de redes colaborativas e contribuindo para a criação de benefícios líquidos positivos.                                                                                                                                                                  | Duxbury et al., 2020; Latham, 2023; Ravichandran, 2023; Kastenholz et al., 2023; Rodrigues et al., 2024.  |
| <b>Bem-estar e qualidade de vida</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                           |
| Contribui para o bem-estar ambiental, económico e social, numa abordagem de longo prazo que visa o desenvolvimento local integrado, beneficiando tanto os residentes como os visitantes.                                                                                                                                                                                                                                                                  | Romagosa, 2020; Duxbury et al., 2020; Amorim et al., 2023; Kastenholz et al., 2023; Pearson et al., 2024. |
| <b>Diversificação da oferta turística</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                           |
| Promove o desenvolvimento de produtos turísticos diferenciadores que atraem segmentos de mercado interessados em experiências autênticas e baseadas no lugar (através por exemplo do turismo criativo), apostando na qualidade em detrimento da quantidade.                                                                                                                                                                                               | Romagosa, 2020; Duxbury et al., 2020; Kastenholz et al., 2022; Kastenholz et al., 2023.                   |

Conforme referido na literatura, estes processos de desenvolvimento local assentes numa abordagem regenerativa apresentam desafios significativos para que possam ser bem-sucedidos (Kastenholz et al., 2023), pelo que devem ser tidos em conta na estruturação e design da oferta turística, de forma a mitigar os possíveis constrangimentos que possam condicionar os benefícios para os territórios e comunidades. No seu “Modelo de turismo rural regenerativo”, Kastenholz et al. (2023) apresenta alguns desafios como a “falta de vontade política, os processos burocráticos, a falta de capital, o desenvolvimento de estratégias desarticuladas com o contexto do local, o envelhecimento da população e o êxodo rural”, aos quais podemos acrescentar o tempo necessário para a implementação e rentabilização de um projeto regenerativo (Inversini et al., 2024), a desarticulação entre entidades e a inexistência de uma verdadeira rede colaborativa que promova a comunicação e a partilha de conhecimento.

### 3. METODOLOGIA

#### 3.1. Metodologia Utilizada

Este estudo pretende analisar os impactes sociais e culturais do turismo regenerativo nos territórios de interior e de baixa densidade e a sua relevância para o desenvolvimento local. Considerou-se a abordagem qualitativa como sendo a mais adequada para análise desta realidade emergente (Bellato & Pollock, 2023) e ainda pouco compreendida (Amorim et al., 2023). Para uma melhor perceção e entendimento desta problemática no contexto da região, optou-se por um estudo descritivo exploratório, através da realização e posterior análise de entrevistas semiestruturadas, aplicadas a empreendedores e profissionais da área do turismo, que desenvolvem ou representam projetos turísticos que integram princípios e características relevantes no âmbito do turismo regenerativo. Segundo Batista et al. (2021), “o inquérito por entrevista é muitas vezes associado a estudos de carácter interpretativo e a planos de investigação de natureza qualitativa na recolha e análise de dados ou informações, dado o carácter descritivo e pormenorizado dos mesmos.” O investigador assume aqui um papel relevante na recolha de dados, participando ativamente e em interação direta com os entrevistados, assim como em todo o processo de análise, interpretação e reflexão sobre esses mesmos dados produzidos no âmbito da investigação de abordagem qualitativa (Fornari, 2021).

#### 3.2. Problemática e Objetivos da Investigação

A definição da problemática pretende traduzir o assunto que serve de eixo central ao estudo, o qual se deseja explicar tendo em conta critérios de qualidade, clareza e objetividade decorrentes da investigação científica. Assim, foi formulada a seguinte questão de investigação: Quais os impactes sociais e culturais do turismo regenerativo nos territórios de interior e de baixa densidade e a sua relevância para o desenvolvimento local?

A partir desta problemática de investigação, e pretendendo dar resposta à questão formulada, definiu-se um objetivo geral, estando este subdividido em cinco objetivos específicos, conforme se verifica na Tabela 7.

Tabela 7: Objetivos de investigação

| Objetivo geral                                                                                                                                                     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Analisar os impactes sociais e culturais do turismo regenerativo nos territórios de interior e de baixa densidade e a sua relevância para o desenvolvimento local. |
| Objetivos específicos                                                                                                                                              |
| 1. Identificar as práticas de turismo regenerativo em territórios de interior e de baixa densidade, com foco na dimensão sociocultural.                            |
| 2. Analisar o papel dos <i>stakeholders</i> locais na conceção, desenvolvimento e implementação do turismo regenerativo no território.                             |
| 3. Analisar a interação dos visitantes com o território e com a comunidade local e os efeitos desse envolvimento.                                                  |
| 4. Avaliar os impactes socioculturais do turismo regenerativo, percecionados no território.                                                                        |
| 5. Identificar os principais desafios, oportunidades e potencial do turismo regenerativo no território estudado.                                                   |

### 3.3. Instrumento de Recolha de Informação

A construção dos instrumentos de recolha de informação deve ser capaz de traduzir os conceitos, que se querem estudar e aprofundar, em itens observáveis ou em guiões para conversas, permitindo depois numa fase posterior a organização, categorização e contextualização dos dados para que se constituam como um relato passível de produzir mais conhecimento sobre o fenómeno em questão ((Minayo & Costa, 2018).

Para esta investigação optou-se pela entrevista semiestruturada como instrumento de recolha de dados e informação, por ser uma forma que permite o diálogo e a interação direta entre o investigador e os entrevistados, ou seja, entre a pessoa que pretende estudar e compreender o fenómeno e aquelas que o integram e nele participam. Segundo Picken (2018), “O valor da entrevista como método tem por base uma premissa muito simples: que conversar com as pessoas é uma forma útil de responder a uma pergunta, compreender um problema ou resolvê-lo.”, mostrando-se como um método relevante no desenvolvimento do conhecimento na área do turismo, nomeadamente em

contextos contemporâneos complexos, desde que aplicado de forma sustentada e responsável (Picken, 2018).

A entrevista semiestruturada é realizada tendo como base um guião com questões previamente elaboradas e sequencialmente ordenadas, garantindo assim um certo controle por parte do investigador na condução da entrevista e na obtenção das informações que pretende recolher. Por outro lado, este tipo de entrevista, permite também alguma flexibilidade e adaptação no decorrer do diálogo entre investigador e entrevistado, abrindo espaço a alguma reflexão livre e espontânea deste acerca da sua realidade e vivência (Minayo & Costa, 2018). No âmbito deste estudo, a entrevista semiestruturada é composta por 14 questões de resposta aberta que visam recolher dados que permitam atingir os objetivos de investigação definidos.

### 3.4. Fundamentação Teórica do Guião da Entrevista

Para a elaboração do guião da entrevista (Anexo B) foram tidos em conta os objetivos de investigação geral e específicos, anteriormente definidos, assim como a revisão da literatura, de forma a serem formuladas questões que integrem esses elementos da investigação, conforme se verifica na Tabela 8.

*Tabela 8: Fundamentação teórica do guião da entrevista*

| Questões da Entrevista                                                                                                                                                                                                                 | Fundamentação Teórica                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Objetivo 1. Identificar as práticas de turismo regenerativo em territórios de interior e de baixa densidade, com foco na dimensão sociocultural.                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 1. Pode apresentar-se e descrever brevemente o projeto/atividade que desenvolve? Que motivações estiveram na origem deste projeto?                                                                                                     | Ateljevic & Sheldon (2022); Becken & Kaur (2021); Bellato & Pollock (2023); Bellato et al. (2023); Carvalho (2020); Dredge (2022); Duxbury et al. (2020); Dwyer (2018); Hahn & Tampe (2021); Kastenholtz et al. (2023); Mang & Reed (2012); Owen (2007a); Pollock (2019a); Wahl (2019). |
| 2. Já ouviu falar do conceito de turismo regenerativo? Como o interpreta? De que forma o projeto se enquadra nessa abordagem?                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 3. Quais as características específicas do vosso projeto que considera mais relevantes para a regeneração do território nas várias dimensões (ambiental, sociocultural e económica)?                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 4. Integram e promovem a preservação e valorização do património cultural local, material e imaterial, no vosso projeto? Como? (ex.: <i>reabilitação de edifícios antigos, caminhos rurais e outro património material; integração</i> |                                                                                                                                                                                                                                                                                         |



| Questões da Entrevista                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Fundamentação Teórica                                                                                                                                                                 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>de saberes, ofícios, tradições, histórias orais, lendas, festas, saberes relacionados com artesanato, gastronomia e vinhos, agricultura, outros)</i>                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                       |
| Objetivo 2. Analisar o papel dos <i>stakeholders</i> locais na conceção, desenvolvimento e implementação do turismo regenerativo no território.                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                       |
| 5. Trabalham em parceria com entidades locais (escolas, associações locais, entidades municipais? Como? <i>(ex.: para promover a participação ativa da comunidade; para manter viva a identidade cultural)</i>                                                                                                                                                                                                       | Kastenholz et al. (2023); Bellato et al. (2023); Fusté-Forné & Hussain (2022); Hussain e Haley (2022); Inversini et al. (2024); Matunga et al. (2020); Scheyvens (2024); Wahl (2020). |
| 6. Estão integrados em alguma rede de turismo regenerativo ou trabalham em articulação/colaboração com outros projetos semelhantes? <i>(ex.: na região, a nível nacional ou internacional)</i>                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                       |
| 7. Como descreveria a relação deste projeto com a comunidade local? De que forma esta está envolvida? Como evoluiu essa interação ao longo do tempo? <i>(ex.: emprego – políticas de recrutamento e formação local, fornecedores e produção local, participação em atividades e eventos)</i>                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                       |
| 8. Recebem feedback da comunidade local relativamente a esta interação? Relatam algum tipo de impacto/transformação no território e na própria comunidade? Como interpreta esses testemunhos?                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                       |
| Objetivo 3. Analisar a interação dos visitantes com o território e com a comunidade local e os efeitos desse envolvimento.                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                       |
| 9. Dinamizam ações específicas com participação ativa da comunidade (artesãos, mestres em diversos ofícios, grupos locais, outros) e dos visitantes? Os visitantes são incentivados a interagir como participantes ativos ou são apenas observadores? <i>(ex.: visitas a produtores, oficinas com artesãos, refeições comunitárias, festas locais)</i>                                                               | Duxbury et al. (2024); Dredge (2022); Dwyer (2018); Inversini et al. (2024); Kastenholz et al. (2022); Pearson et al. (2024); Romagosa (2020); Teruel (2018).                         |
| 10. Recebem feedback dos visitantes relativamente a esta interação? Relatam algum tipo de impacto/transformação pessoal? <i>(ex.: transformação pessoal; maior compreensão, empatia e respeito pelo lugar e a comunidade; reflexão sobre o seu papel como turistas; incentivo a práticas mais conscientes; estabelecimento de relações duradouras com o lugar e a comunidade)</i> Como interpreta esses testemunhos? |                                                                                                                                                                                       |
| Objetivo 4. Avaliar os impactes socioculturais do turismo regenerativo, percecionados no território.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                       |

| Questões da Entrevista                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Fundamentação Teórica                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 11. Que impactes e transformações mais significativos identifica no território desde o início do projeto? (ex.: sociais, culturais, ambientais ou económicos) Tem forma de monitorizar e avaliar esses impactes? Pode dar exemplos concretos? (ex.: alguma mudança social direta do projeto na comunidade; novas oportunidades de emprego, reforço da autoestima e sentimento de pertença, reforço de redes/parcerias locais, fixação de população, captação de novos residentes) | Amorim et al. (2023); Bellato et al. (2022); Bellato et al. (2023); Bellato & Pollock (2023); Carvalho (2020); Duxbury et al. (2020); Dwyer (2018); Kastenholtz et al. (2023); Rodrigues et al. (2024); Scheyvens (2024); Teruel (2018).                                                           |
| 12. Considera que este projeto contribui para a resiliência social e cultural da região, assim como para o desenvolvimento local, numa perspetiva de longo prazo? Como? (ex.: promove processos de valorização, revitalização e resiliência do território e da comunidade; potencia o desenvolvimento local numa perspetiva de futuro)                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Objetivo 5. Identificar os principais desafios, oportunidades e potencial do turismo regenerativo no território estudado.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 13. Quais os principais desafios que enfrentam neste “caminho regenerativo”? Que medidas, apoios ou recursos consideram necessários para reforçar os impactes positivos no território? (ex.: captação de mão de obra; aprofundar a ligação à comunidade local; promover um maior envolvimento dos visitantes)                                                                                                                                                                     | Almeida & Daniel (2023); Amorim et al. (2023); Ateljevic & Sheldon (2022); Bellato & Cheer (2021); Carvalho (2020); Duxbury et al. (2020); Duxbury et al. (2024); Dwyer (2018); Kastenholtz et al. (2023); Inversini et al. (2024); Pearson et al. (2024); Pollock (2019a); Vizinho et al. (2021). |
| 14. Gostaria de partilhar alguma reflexão final sobre o potencial do turismo regenerativo no contexto da vossa região/território?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |

### 3.5. População, Amostra e Técnica de Amostragem

Neste estudo utilizou-se a entrevista semiestruturada como instrumento de recolha de informação para analisar os impactes sociais e culturais do turismo regenerativo nos territórios de interior e de baixa densidade e a sua relevância para o desenvolvimento local, tendo em conta os projetos turísticos que se encontram a ser aí desenvolvidos e que integram a sustentabilidade como uma das bases do negócio. A necessidade de se recorrer maioritariamente à designação sustentabilidade, numa primeira fase, deve-se ao facto do conceito de turismo regenerativo ser ainda emergente, não sendo o termo utilizado de forma regular. Assim, foi necessária uma pesquisa e análise prévia mais profunda acerca desses projetos para se obter um melhor

entendimento acerca das práticas implementadas e se, efetivamente, se integravam na população definida para este estudo.

A seleção e escolha dos entrevistados, ou seja, da amostra deste estudo, foi feita após serem considerados critérios relativos aos projetos que desenvolvem ou entidades que representam, tendo estes de integrar características relevantes no âmbito do turismo regenerativo, conforme se verifica na Tabela 9. O seu envolvimento com a própria região é uma característica particularmente importante, pois a ligação íntima ao ecossistema natural e social em que atua é um dos aspetos fundamentais no desenvolvimento de projetos turísticos de carácter regenerativo (Inversini et al., 2024). A técnica de amostragem utilizada para este estudo é a saturação teórica, por ser considerada a mais eficaz com uma amostra limitada, conseguindo-se alcançar os objetivos da investigação.

*Tabela 9: Critérios para a seleção e escolha dos entrevistados*

| <b>Critérios para a seleção das entidades</b>                                           | <b>E1</b> | <b>E2</b> | <b>E3</b> | <b>E4</b> | <b>E5</b> | <b>E6</b> | <b>E7</b> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Visão sistémica e holística                                                             | X         | X         | X         | X         | X         | X         | X         |
| Responsabilidade ambiental e social                                                     | X         | X         | X         | X         | X         | X         | X         |
| Promoção de processos regenerativos (dimensões ambiental, económica e socio e cultural) | X         | X         | X         | X         | X         | X         | X         |
| Utilização de recursos locais (humanos, materiais, culturais)                           | X         | X         | X         | X         | X         | X         | X         |
| Otimização da cadeia de abastecimento local                                             |           | X         | X         | X         | X         |           |           |
| Contratação e formação de pessoas locais                                                | X         | X         | X         | X         | X         | X         | X         |
| Envolvimento/participação da comunidade                                                 |           | X         |           | X         |           | X         |           |
| Preservação/valorização do património cultural, material e imaterial                    | X         | X         | X         | X         | X         | X         | X         |
| Desenvolvimento social e humano (comunidade, staff, visitantes)                         | X         | X         | X         | X         | X         | X         | X         |
| Promoção de experiências baseadas na natureza                                           | X         | X         |           | X         | X         |           |           |
| Promoção de experiências baseadas na comunidade                                         |           | X         |           | X         |           | X         |           |
| Promoção da melhoria das capacidades do sistema                                         | X         | X         | X         | X         | X         | X         | X         |
| Promoção da qualidade de vida e bem-estar local                                         |           | X         | X         | X         | X         | X         | X         |

### 3.6. Procedimento Adotado

Para a realização das entrevistas necessárias a este estudo, foi elaborado e enviado às entidades selecionadas como amostra, um email de convite à participação na investigação (Anexo A). Este primeiro contato permitiu dar a conhecer aos entrevistados o âmbito e os objetivos da presente investigação, assim como o guião de entrevista (Anexo B) a aplicar e o documento do consentimento informado (Anexo C) que valida a recolha de informação feita através das entrevistas. Neste documento consta o tema da investigação que se pretende realizar e o seu objetivo principal, o nome da investigadora e das respetivas orientadoras, assim como o estabelecimento de ensino. O entrevistado é informado acerca do modelo de realização da entrevista, em formato digital através de uma plataforma de videoconferência, da duração estimada da mesma e da sua gravação, para posterior transcrição e análise, bem como dos seus direitos enquanto participante no estudo, nomeadamente o de confidencialidade, e do destino que será dado às informações recolhidas. No final do documento, o entrevistado preenche os campos relativos ao nome e data, validando a realização da entrevista através da assinatura deste.

Numa primeira fase, após serem considerados os critérios relativos aos projetos com características relevantes no âmbito do turismo regenerativo, conforme descrito anteriormente, foram endereçados os convites à participação nesta investigação, por email, a quinze entidades localizadas na região do Alentejo. Destes, obtiveram-se treze respostas, dez recetivas à realização da entrevista e três a declinar o convite. Foi enviada, por email, a proposta de agendamento das entrevistas às dez entidades que se mostraram recetivas para participar, sendo obtida a confirmação de todas elas, optando quatro pela resposta por escrito. Depois do agendamento das entrevistas, estas realizaram-se, maioritariamente, em formato digital através de uma plataforma de videoconferência (Microsoft Teams), durante os meses de julho e agosto do presente ano, sendo duas entrevistas respondidas por escrito, por opção das respetivas entidades (E6 e E7), conforme se verifica na Tabela 10. Durante o processo de realização das entrevistas, verificou-se a desistência de três entidades, sendo o instrumento de recolha de informação efetivamente aplicado a sete entidades.

*Tabela 10: Identificação e caracterização das entrevistas*

| Código da entrevista | Entidade entrevistada         | Tipo entrevista  | Duração    | Data     |
|----------------------|-------------------------------|------------------|------------|----------|
| E1                   | Silent Living – Casa no Tempo | Videoconferência | 85 minutos | 17/07/25 |
| E2                   | São Lourenço do Barrocal      | Videoconferência | 70 minutos | 22/07/25 |
| E3                   | Herdade do Esporão            | Videoconferência | 36 minutos | 24/07/25 |
| E4                   | Spira Lab                     | Videoconferência | 57 minutos | 28/07/25 |
| E5                   | Gandum Village                | Videoconferência | 92 minutos | 30/07/25 |
| E6                   | São Brás do Regedouro         | Por escrito      | –          | 01/08/25 |
| E7                   | Fitapreta                     | Por escrito      | –          | 26/08/25 |

Após a realização das entrevistas, foi feita a transcrição das mesmas para um documento digital Microsoft Word, com recurso à gravação efetuada anteriormente na plataforma de videoconferência, sendo depois feita a sistematização dessa mesma informação e a sua posterior análise e interpretação. Para facilitar a sistematização da informação, nomeadamente a identificação do conteúdo relevante em cada uma das respostas, foi criado um documento digital em formato de folha de cálculo, com recurso ao Microsoft Excel, o que permitiu uma melhor organização ao longo do processo de tratamento e análise da informação recolhida. Os dados obtidos foram organizados e sistematizados por categorias, de acordo com as questões presentes no guião de entrevista, sendo compiladas as informações e excertos mais relevantes que permitem a análise concreta dos resultados, prosseguindo-se depois para as conclusões e para a discussão dos resultados obtidos no âmbito da presente investigação.

## 4. ALENTEJO

### 4.1. Identificação e Caraterização da Região

O Alentejo é a maior região natural de Portugal e situa-se no Sul, entre o rio Tejo e o Algarve, sendo banhado pelo Oceano Atlântico a oeste e fazendo fronteira com Espanha a leste. É uma extensa região, ocupando cerca de um terço do território de Portugal continental, com 27 330 km<sup>2</sup> de área total (INE, 2025), essencialmente rural e escassamente povoada (Turismo do Alentejo e Ribatejo, 2019), contando com 704 533 residentes à data do Censos 2021 (INE, 2024). Apresenta uma faixa litoral caraterizada por praias de grande beleza e escarpas acentuadas e uma zona interior de longas planícies com algumas montanhas de baixa altitude, com exceção das serras de São Mamede e Marvão na sub-região do Alto Alentejo, sendo uma região de clima temperado mediterrâneo. As propriedades no Alentejo são, predominantemente, de grande e média dimensão, facto que ainda hoje carateriza a região, nomeadamente a nível turístico, com a integração de infraestruturas de hotelaria e turismo em grandes propriedades que desenvolvem também outras atividades tradicionais como a agricultura e a produção vitivinícola.

O Alentejo é uma das sete regiões NUTS II de Portugal, coincidente com a área geográfica de intervenção da Entidade Regional de Turismo Alentejo e Ribatejo, subdividindo-se em cinco NUTS III – Alentejo Litoral, Alto Alentejo, Alentejo Central, Baixo Alentejo e Lezíria do Tejo (ASTO, 2024). A região do Alentejo e Ribatejo é uma das cinco áreas regionais de turismo em Portugal continental e conforme referido por Amorim et al. (2023), “Esta região é a que apresenta menor sobrelotação turística e aposta fortemente na natureza para desenvolver a sua oferta. É, por isso, um dos locais onde o turismo regenerativo pode ter um maior potencial”, sendo possível identificar nesta região diversas práticas turísticas inovadoras, que se enquadram nesse âmbito.

No panorama nacional o posicionamento do Alentejo nos indicadores do turismo é menos expressivo quando comparado com outras regiões do país, apresentando, no entanto, evidências de crescimento, nomeadamente em nichos de mercado específicos. A relevância do seu património natural, histórico e cultural é evidente na importância que o *touring* cultural e paisagístico tem no turismo do Alentejo, sendo considerado um

segmento maduro na oferta turística da região, existindo também uma forte aposta na oferta que se baseia no turismo de natureza, no turismo náutico, no enoturismo e na gastronomia, a par do crescimento do produto sol e mar na faixa litoral (Entidade Regional do Turismo do Alentejo e Ribatejo, 2020). No Alentejo, os estabelecimentos turísticos são, essencialmente de menor dimensão, existindo uma larga oferta de estabelecimentos de turismo em espaço rural (TER) e de turismo de habitação (TH), a par de unidades hoteleiras de elevada qualidade como é referido na Estratégia Regional de Desenvolvimento Turístico do Alentejo e Ribatejo 2021-27 (Entidade Regional do Turismo do Alentejo e Ribatejo, 2020). Este facto reflete um posicionamento diferenciado, que aposta na qualidade das experiências turísticas em detrimento dos modelos de turismo de massas, baseado nas características essencialmente rurais da região e na sua baixa densidade, potenciando uma maior proximidade e interação entre anfitriões e visitantes. Existem alguns constrangimentos que podem condicionar o desenvolvimento turístico no Alentejo, relacionados com questões estruturais que impactam também a qualidade de vida dos residentes, nomeadamente o crescente despovoamento e a dificuldade de atração de população para a região, com a consequente escassez de mão de obra qualificada, assim como as questões relacionadas com a mobilidade, tanto a nível de qualidade como de cobertura das redes de transportes (CCDR Alentejo, 2020; Entidade Regional do Turismo do Alentejo e Ribatejo, 2020).

Relativamente à procura turística no Alentejo, esta ainda se baseia essencialmente no mercado nacional, apresentando uma forte dependência da procura interna, o que contrasta com a tendência nacional, já que a procura internacional é a maior responsável pelo crescimento do turismo em Portugal (Entidade Regional do Turismo do Alentejo e Ribatejo, 2020). Apesar disso, o Alentejo apresenta-se como um destino turístico cada vez mais atrativo para visitantes internacionais, verificando-se um aumento da procura externa, nomeadamente em segmentos de nicho que podem potenciar o combate à sazonalidade e a valorização do próprio destino, sendo o Alentejo Central a sub-região que apresenta uma maior relevância turística, seguido pelo Alentejo Litoral (Entidade Regional do Turismo do Alentejo e Ribatejo, 2020). Espanha destaca-se na procura externa sendo, segundo a Agência Regional de Promoção Turística do Alentejo (2023), “o principal mercado internacional emissor de turistas para o Alentejo”,

seguido pelos Estados Unidos e a Alemanha, vindo depois a França, o Brasil, o Reino Unido, os Países Baixos e Bélgica.

O Programa Regional de Ordenamento do Território do Alentejo (PROT-A), constitui-se como um instrumento de desenvolvimento territorial, tendo como visão estratégica para a região, “Afirmar o Alentejo como um território sustentável e de forte identidade regional, sustentada por um sistema urbano policêntrico, garantindo adequados níveis de coesão territorial e integração reforçada com outros espaços nacionais e internacionais, valorizando o seu posicionamento geoestratégico. Enquanto espaço de baixa densidade aposta em nichos de oportunidade ligados a atividades emergentes potenciadores dos seus ativos naturais e patrimoniais. A sustentabilidade territorial assenta na valorização dos recursos endógenos, designadamente, dos valores naturais e paisagísticos e no desenvolvimento de níveis acrescidos de concertação estratégica e cooperação funcional, capazes de gerar novas oportunidades e responder eficazmente aos potenciais riscos ambientais e sociais” (Turismo de Portugal, 2024).

A aposta em ativos que integram o património natural e cultural da região, relevantes para o seu desenvolvimento sustentável e a sua notoriedade a nível nacional e internacional, devem ser a base de desenvolvimento de produtos e serviços especializados de turismo e hospitalidade, assim como de ecossistemas culturais e criativos, que potenciam a diferenciação da oferta, sendo a cultura, as artes e o património, natural e cultural, elementos fundamentais na promoção da diversidade, inclusão e coesão social (CCDR Alentejo, 2020). A região do Alentejo apresenta inúmeros ativos patrimoniais, tangíveis e intangíveis, mantendo a sua autenticidade bastante preservada, pelo que apresenta um grande valor identitário, importante para a valorização do território e a sua afirmação enquanto destino diferenciado. A preservação e valorização desse legado e a sua integração em novas dinâmicas e práticas criativas poderá incrementar a sua atratividade numa perspetiva de regeneração que potencie a revitalização nas várias dimensões, tornando-se um lugar de oportunidades, que valoriza o passado e se projeta no futuro, de forma sustentável e resiliente. Neste enquadramento, é identificada a opção estratégica para o turismo, assente na consolidação do Alentejo “como destino turístico associado a uma oferta qualificada e ajustada às características



ambientais, naturais e patrimoniais, desenvolvendo uma fileira de produtos turísticos de elevada qualidade e identidade na Região” (Turismo de Portugal, 2024).

Tendo em consideração a realidade territorial da região, marcadamente rural e de baixa densidade, principalmente nas NUTS III Alto Alentejo, Alentejo Central e Baixo Alentejo, o seu desenvolvimento turístico deve-se basear em princípios de regeneração e sustentabilidade, salvaguardando a sua identidade e a interação com outras atividades características da região, numa lógica de multifuncionalidade paisagística bastante presente no Alentejo, havendo provas que esta prática está relacionada com “uma prestação sustentável de múltiplos serviços ecossistémicos a partir de uma única parcela de terra” (Vizinho et al., 2021). Nesse sentido, a definição de normas de Desenvolvimento Turístico no Programa Regional de Ordenamento do Território do Alentejo (PROT-A) visam “Promover uma oferta ajustada às características ambientais, naturais, paisagísticas e patrimoniais e desenvolver um cluster regional de atividades turísticas marcado por características de elevada qualidade, autenticidade e identidade” e “Privilegiar produtos que associem o recreio e lazer com o património histórico e ambiental, a gastronomia, o artesanato, a cultura, a natureza e a descoberta, bem como com a interação entre as atividades turísticas e as atividades agrícolas e florestais no espaço rural” (Turismo de Portugal, 2024).

Neste âmbito de integração da vertente rural da região com oportunidades emergentes, importa referir o Ecossistema do Montado, paisagem multifuncional predominante e “um dos mais distintivos fatores de identidade da região”, como um elemento de enorme potencial no âmbito do lazer rural e do turismo (CCDR Alentejo, 2020). O Montado é um sistema agro-silvo-pastoril tradicional, onde predominam os sobreiros, as azinheiras e os carvalhos, com importantes funções ecossistémicas como a conservação da biodiversidade e do solo, apresentando-se como um sistema de estrutura complexa (Batista et al., 2017), representativo do património natural e cultural da região. Para além de apresentar um elevado potencial de valorização económica, tem também um papel importante na mitigação dos impactos relacionados com as alterações climáticas, já que é um sistema que apresenta uma boa adaptação às restrições naturais do clima mediterrânico desta região (Batista et al., 2017). Segundo Vizinho et al. (2021), “Do ponto de vista cultural e recreativo, os montados são valorizados pela estética

paisagística, pelos valores naturais e pela herança cultural”, constituindo-se como uma importante paisagem cultural com um longo legado de adaptação sistémica e resiliência (Batista et al., 2017), capaz de inspirar processos de regeneração, importantes para um desenvolvimento local sustentável, baseados numa multidisciplinidade de atividades que interagem entre si e se complementam. Para além do Montado e das atividades relacionadas com a produção de cortiça, outros elementos endógenos ligados a esta vertente rural da região e ao seu património, como o vinho, o azeite, a gastronomia e o artesanato, apresentam-se como ativos para uma oferta turística diferenciada, baseada na sua cultura e identidade, o que permite uma aproximação entre as comunidades locais detentoras destes saberes e os visitantes que pretendem a vivência de experiências autênticas.

## 5. ANÁLISE DOS RESULTADOS

Neste capítulo procede-se à análise dos resultados da presente investigação. Em primeiro lugar é feita a caracterização dos participantes, seguida da análise aos dados obtidos nas entrevistas, organizada de forma sequencial conforme o guião de entrevista, com indicação do objetivo específico correspondente e as respetivas questões. Após a análise dos dados obtidos em cada questão, é apresentada uma tabela com a síntese das evidências presentes nas respostas dos entrevistados. No final da análise de todas as questões de cada objetivo é apresentada uma tabela com a síntese das evidências desse mesmo objetivo.

### 5.1. Caracterização dos Participantes

As entidades participantes na presente investigação caracterizam-se por desenvolverem as suas atividades na área do turismo, nomeadamente na hotelaria e alojamento, no enoturismo e na dinamização e divulgação cultural, ainda que não estejam restritas a estes domínios e integrem outras atividades complementares, conforme é possível verificar na análise dos dados recolhidos. Esta atuação diversificada no território permite obter uma visão alargada de diferentes aspetos relevantes no contexto das questões relacionadas com a dimensão social e cultural do turismo regenerativo em territórios de interior e de baixa densidade. O conhecimento, vivência e testemunho dos entrevistados, que representam cada uma das entidades participantes, é relevante para o entendimento desta temática, permitindo depois o cruzamento dessas informações com a revisão da literatura e o estabelecimento de conclusões no âmbito da investigação académica e das especificidades da região em estudo.

Com o objetivo de garantir o anonimato dos entrevistados e a confidencialidade das informações recolhidas, foi criada uma codificação para as entrevistas, que se identificam pela letra E seguida do respetivo algarismo, em ordem sequencial conforme a data de realização das mesmas. A fase inicial das entrevistas permitiu fazer uma breve caracterização dos entrevistados, através da recolha de alguma informação individual, nomeadamente a função exercida na entidade que representam, o género e a área de

formação académica, conforme se verifica na Tabela 11. É possível constatar que todos os entrevistados possuem habilitações académicas ao nível do ensino superior e que exercem funções relevantes na entidade que representam.

*Tabela 11: Caraterização dos entrevistados*

| Código da entrevista | Função exercida                   | Género    | Área de formação académica             |
|----------------------|-----------------------------------|-----------|----------------------------------------|
| E1                   | Fundador / Diretor                | Masculino | Gestão de Empresas                     |
| E2                   | Diretor de Marketing              | Masculino | Jornalismo                             |
| E3                   | Responsável Área de Turismo       | Masculino | Engenharia Zootécnica / Hotelaria      |
| E4                   | Fundadora / Diretora Geral        | Feminino  | História da Arte                       |
| E5                   | Co-Fundador / Diretor             | Masculino | Economia / Desenvolvimento Sustentável |
| E6                   | Responsável de Marketing e Design | Feminino  | Design                                 |
| E7                   | Responsável Enoturismo e Eventos  | Feminino  | Administração de Empresas              |

## 5.2. Análise dos dados das entrevistas

### 5.2.1. Identificar as práticas de turismo regenerativo em territórios de interior e de baixa densidade, com foco na dimensão sociocultural

#### 5.2.1.1. Origem e motivação do projeto

Para se traçar um breve perfil dos entrevistados, no início da entrevista foi pedido que estes se apresentassem, sendo possível constatar origens e áreas de formação académica muito diferentes. A maioria dos entrevistados não são originários do Alentejo, sendo que dois têm uma ligação familiar à região (E1; E3). Quanto à sua formação académica de base, esta foi realizada em diversas áreas, desde o Jornalismo (E2), passando pela Engenharia Zootécnica (E3) e a Economia (E5). Um dos entrevistados estudou posteriormente Hotelaria (E3) e outro fez um mestrado em Desenvolvimento Sustentável (E5).

Com o intuito de se fazer a contextualização do projeto na região, os entrevistados foram questionados acerca da origem e da motivação que esteve na sua génese. É possível verificar através das respostas dadas que existe uma grande diversidade que decorre da especificidade de cada projeto, mas que apresentam também pontos relevantes em comum, desde logo o propósito de trabalhar nas várias dimensões, ambiental, económica, social e cultural, como se compreende ao longo das entrevistas. Constata-se que cinco dos projetos têm uma componente agrícola importante (E1; E2;

E3; E5; E7), dois deles centrados especificamente na produção vitivinícola (E3; E7). Esta característica comum mostra que estes são projetos que vão para além do mero carácter turístico, integrando várias atividades que se desenvolvem em simultâneo e se complementam. Outro dos projetos (E4) tem como base de trabalho primordial o património cultural, combinando a atividade turística com uma atuação em outros níveis como a programação, a gestão e a mediação, integrando também uma forte componente educativa direccionada para vários públicos. Alguns entrevistados identificam a atividade turística como uma oportunidade de diversificação do negócio (E3; E7), garantindo assim também a sustentabilidade do projeto a longo prazo (E1; E2), enquanto se preserva e valoriza o próprio lugar (E1; E2; E6). Outro dos entrevistados (E5) refere a importância de se passar da investigação sobre sustentabilidade para a ação, aplicando na prática o conhecimento que já existe a nível teórico, como forma de se promover efetivamente a mudança. Verifica-se que a inovação, através de soluções que não se enquadram em formatos *standard* é um aspeto transversal aos diversos projetos, podendo ser explicada pelo carácter independente de muitos deles e pela forma específica com que se desenvolvem de acordo com o contexto em que estão inseridos (E2).

Tabela 12: Síntese das evidências presentes (questão 1)

| Questão: 1. Pode apresentar-se e descrever brevemente o projeto/atividade que desenvolve? Que motivações estiveram na origem deste projeto?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Evidências nas entrevistas                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <p><b>Contextualização do projeto:</b> <i>“Cada casa começou por ser uma residência familiar. Guardam a memória da felicidade da nossa família, da ligação dos nossos antepassados com a terra (...) Na Casa no Tempo, em Montemor-o-Novo, continuamos a conectar as histórias do passado com o que é possível para o futuro.”</i> (E1)</p> <p><i>“A quinta envolvente, a Herdade no Tempo, fornece produtos excecionais à nossa família e aos nossos residentes, assim como nos recorda da relação profunda e preciosa que devemos ter com a terra.”</i> (E1)</p> <p><i>“Há aqui uma preocupação de nós mantermos um património que tínhamos e em vez de estar a criar novas casas ou novos projetos, havia uma intenção de recuperar o que estava existente, melhorá-lo e dar-lhe, eventualmente, um outro uso e deixá-lo numa melhor condição para uma geração vindoura.”</i> (E1)</p> |
| <p><b>Perfil do entrevistado:</b> <i>“Sou o diretor de marketing, sou de Sintra, um alentejano emprestado (...) eu não venho de hotelaria, eu fui jornalista durante muitos anos.”</i> (E2)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |

**Contextualização do projeto:** “Não sendo unicamente um hotel que vende quartos, mas ao mesmo tempo também uma quinta plenamente produtiva e em funcionamento constante, o nosso trabalho acaba por se dividir muito na componente de hotelaria e também na componente agrícola (...)” (E2)

“Somos um hotel independente, com uma identidade muito própria e muito caraterística que está na génese do projeto (...) a nossa identidade filosófica, estética, histórica e cultural do sítio onde nos inserimos.” (E2)

“A premissa sempre foi de tentar fazer a propriedade prevalecer o máximo de tempo possível (...) criar quase como uma relação de equilíbrio entre a hotelaria que acaba por beneficiar a agricultura e a agricultura que acaba por beneficiar a hotelaria.” (E2)

**Perfil do entrevistado:** “Sou o responsável pela unidade de negócio de turismo (...) sou inicialmente formado em Engenharia Zootécnica e trabalhei nessa área alguns anos e, depois mais tarde, estudei hotelaria e já trabalho à mais de 20 anos nessa área.” (E3)

**Contextualização do projeto:** “Fomos pioneiros no enoturismo em Portugal, portanto fomos a primeira empresa a construir nos anos 90 uma unidade de raiz para poder receber visitantes.” (E3)

“A ideia na altura surgiu como forma de dar resposta a uma crescente procura dos visitantes. Portanto, o negócio era um negócio de produção de vinho e o que se constata era que, na realidade, as pessoas apareciam lá, com curiosidade de ver acontecer, queriam ver e, portanto, identificou-se uma oportunidade.” (E3)

**Contextualização do projeto:** “Nós somos uma empresa, nascemos em 98 com o projeto Rota do Fresco, que é a primeira Rota de Turismo Cultural do país (...) sempre baseado aqui no concelho de Alvito, que é o segundo concelho com menos população de Portugal continental (...)” (E4)

“Funcionamos numa mercearia recuperada com porta aberta, onde aqui temos a nossa operação com toda a programação que nós criamos, gestão de equipamentos nossos, gestão da Rota do Fresco e dos cinquenta monumentos que estão integrados, receção de turistas evidentemente, programação para a comunidade, imersões de artes e ofícios (...) depois temos outras áreas que são de estratégia, consultadoria, programação para terceiros ou de programação com ações nossas, mediação e comunicação, temos a plataforma património.pt (...)” (E4)

“É um bocadinho isto que fazemos, aproximação das pessoas ao património cultural de diferentes formas.” (E4)

**Perfil do entrevistado:** “Nós não temos ligação ao território de Montemor-o-Novo. Eu sou originalmente de Lisboa e a minha mulher é suíça, é de Berna (...) ela estudou geografia e especializou-se em alterações climáticas, glaciares e florestas, trabalhou nessa área, trabalhou também na área da agricultura e sustentabilidade, impacto ambiental da agricultura, e eu estudei originalmente economia na Nova em Lisboa e depois fiz 1 mestrado de Desenvolvimento Sustentável na Suíça na Universidade de Basel, especializei-me em alimentação sustentável, sistemas alimentares sustentáveis.” (E5)

**Contextualização do projeto:** *“Sentimos um bocado aquela frustração de “estamos aqui a investigar e a trabalhar ao mais alto nível sobre sustentabilidade, mas a pessoa vai à realidade e ninguém quer saber, ou mesmo as pessoas que querem saber há muita falta de conhecimento e falta de saber o que é realmente relevante.” (E5)*

*“Mais do que fazer investigação de alto nível, temos que aplicar o que já sabemos (...) podemos fazer um hotel que funcione como vitrine para estes temas, que seja realmente consequente em tudo o que faz, que a motivação de raiz seja a sustentabilidade e não seja mais uma ação de marketing (...)” (E5)*

*“Queremos fazer um hotel para um número alargado de pessoas, para chegar ao maior número de pessoas, porque só com muita gente a fazer um pouco que seja é que vai haver alguma mudança no nosso sistema.” (E5)*

**Contextualização do projeto:** *“Este é um projeto familiar que nasceu de uma simples viagem ao Alentejo (...) ao conhecerem esta pequena aldeia com poucos habitantes, sentiram algo especial e apesar de esquecida, com muitas casas em ruínas nasceu o desejo de preservar essa identidade e dar-lhe nova vida, com respeito pela história e um forte envolvimento da comunidade.” (E6)*

*“O nosso objetivo sempre foi partilhar um Alentejo genuíno, com alma, histórias e raízes.” (E6)*

**Perfil do entrevistado:** *“Sou responsável pela área do enoturismo e eventos.” (E7)*

**Contextualização do projeto:** *“Somos desde 2004 um produtor de vinhos, cujas principais atividades são a produção e venda de vinhos e as atividades de enoturismo, que desenvolvemos desde 2021.” (E7)*

*“O enoturismo surgiu como uma nova área de negócio, após a aquisição e reabilitação do Paço do Morgado de Oliveira, em Évora, como uma oportunidade de receber pessoas com um serviço de hospitalidade de grande qualidade, desenvolvendo o turismo a partir do vinho.” (E7)*

#### 5.2.1.2. Conhecimento do conceito de turismo regenerativo e sua interpretação

Verifica-se que todos os entrevistados referem ter conhecimento do conceito de regeneração, apesar de dois afirmarem que nunca o tinham visto associado à área do turismo, pelo que não tinham conhecimento do termo específico turismo regenerativo, sentindo a necessidade de fazer uma pesquisa prévia (E3; E7). O conceito de regeneração é conhecido essencialmente da área da agricultura (E3; E7), em que este assume particular importância, nomeadamente quando aplicado ao solo e à reabilitação ambiental e paisagística através da reflorestação num sistema de agrofloresta (E5). Alguns entrevistados afirmam que o mais importante é o que se faz, ou seja, o propósito e a natureza das ações em que se baseia a sua atuação, sendo o termo irrelevante (E3; E4), surgindo este da necessidade de existir uma terminologia (E4). A longevidade dos projetos (E2; E3; E4) reforça esta ideia, pois a sua origem foi anterior à disseminação do

termo, existindo princípios e valores que sempre fizeram parte da sua identidade, independentemente da terminologia que possa ser associada a essa forma de ser, estar e atuar, pelo que alguns entrevistados referem que este termo pode ser aplicado ao seu caso como consequência do trabalho que desenvolvem ao longo dos anos (E2; E3; E4; E7). Outro dos entrevistados (E1) refere que o valor do turismo regenerativo reside no poder transformador que pode ter para as pessoas, na forma como este pode potenciar novas formas de ver e lidar com os desafios do mundo global. A consciencialização cada vez maior dos impactes do turismo é referida por um entrevistado (E2) como um elemento essencial neste caminho para as práticas regenerativas, o que leva a um maior respeito e valorização do ecossistema em que a própria atividade se desenvolve, integrando o lugar, as pessoas e todas as relações que se estabelecem (E2; E4; E6). O desenvolvimento de todos os projetos centra-se numa visão holística, sendo possível verificar que esta integra a regeneração como princípio fundamental e que tem como intenção deixar o lugar em melhores condições do que aquelas que existiam inicialmente, num processo contínuo de revitalização. Apesar disto, é possível verificar que existem projetos com algumas dimensões mais trabalhadas do que outras.

*Tabela 13: Síntese das evidências presentes (questão 2)*

| Questão: 2. Já ouviu falar do conceito de turismo regenerativo? Como o interpreta? De que forma o projeto se enquadra nessa abordagem?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Evidências nas entrevistas                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <p>“O Turismo Regenerativo, acho que ele pode ser transformador das pessoas e eu acho que esse é o maior “asset” que ele tem (...)” (E1)</p> <p>“Se as pessoas se ligarem ao próprio lugar, acredito que viajar pode ser extraordinário e transformador. (...) Os lugares para onde viajamos enriquecem as nossas vidas e podem ter um impacto positivo na forma como lidamos com o mundo e com as pessoas que nele vivem.” (E1)</p> <p>“Acho que hoje em dia qualquer pessoa que trabalhe no meio do turismo tem obrigatoriamente de saber o que é turismo regenerativo.” (E2)</p> <p>“Uma área que durante muito tempo não foi muito sustentável começa agora a tomar consciência do impacto que tem e a tentar tornar a sua operação um pouco mais consciente e respeitosa, não só para o meio ambiente, mas também para as comunidades onde estão inseridas e as várias ramificações que dela saem.” (E2)</p> <p>“Acho que no nosso caso essa palavra é uma consequência e não um objetivo.” (E2)</p> |



|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>“O turismo regenerativo é um turismo que tenta não existir só por si, mas dar alguma coisa de volta, não só aos hóspedes, mas também às comunidades onde estão inseridos (...) acho que ele está também presente ao valorizar uma coisa que, se calhar, as pessoas olhavam para ela e não viam valor nisso.” (E2)</i></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <p><i>“Na realidade eu nunca tinha ouvido falar do termo, tive de ir pesquisar. Agricultura regenerativa sim, é algo com que estamos bastante familiarizados à algum tempo (...)” (E3)</i></p> <p><i>“Acontece que na verdade desde que a área de negócio existe não fazemos outra coisa senão ter essa abordagem. É algo que está dentro do ADN da organização e é uma maneira de abordar o negócio (...)” (E3)</i></p> <p><i>“Nós sempre trabalhamos assim, faz parte da cultura da empresa e é essa abordagem que temos em todas as áreas. Independentemente do termo, o adjetivo, a designação, neste caso é mais recente que a atividade em si.” (E3)</i></p>                                                                                                                                                                          |
| <p><i>“Estou familiarizada com a necessidade de terminologia, mas como já fazemos isto à vinte e sete anos já vimos diferentes adjetivos surgirem com a palavra turismo. E, de alguma maneira, é bastante irrelevante porque o que importa é o que se faz (...) Se se chama regenerativo, criativo, sustentável, cultural, ecológico, vai dar um bocadinho ao mesmo.” (E4)</i></p> <p><i>“Nós fazemos sempre a mesma coisa, é partir de um recurso endógeno, ou se quiser, de uma matéria-prima, que são os recursos culturais, neste caso o património edificado e o património imaterial e trabalhá-los com e para as pessoas, quer com as pessoas de cá, quer para as pessoas de cá, quer para as pessoas que vêm de fora. (...) Portanto, regenerativo, e como digo, criativo, esta é a matriz do que nós levamos a cabo.” (E4)</i></p> |
| <p><i>“Plantamos muito mais de 50 mil árvores, uma plantação em método agroflorestal, ou inspirado em agroflorestas (...) estarmos a efetivamente a regenerar, principalmente estamos a regenerar os solos (...)” (E5)</i></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <p><i>“Mais do que reduzir impactos, é criar valor real para o território e para quem vive cá. regenerar a aldeia, resgatar tradições, gerar emprego, abrir novas oportunidades para os habitantes e mostrar aos visitantes que é possível viajar com respeito, consciência e conforto.” (E6)</i></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <p><i>“A associação do termo regenerativo ao turismo foi uma novidade para nós (...)” (E7)</i></p> <p><i>“A regeneração é um conceito que conhecemos da área da agricultura e que colocamos em prática no trabalho que temos desenvolvido ao longo dos anos na vitivinicultura. Podemos também dizer que o projeto de reabilitação do Paço do Morgado de Oliveira seguiu uma lógica de regeneração do espaço (...)” (E7)</i></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

### 5.2.1.3. Caraterísticas do projeto e regeneração do território

Cada um dos projetos apresenta caraterísticas próprias, relacionadas com a atividade específica que desenvolve, mas também com o propósito com que foram criados, nomeadamente o de preservação e valorização de um património imobiliário já

existente (E1; E2; E3), garantindo que esse legado possa ter continuidade para as gerações vindouras. Conforme referido anteriormente, cinco dos projetos integram, para além da atividade turística, a agricultura (E1; E2; E3; E5; E7). Esta característica é relevante, pois define a forma como percebem e atuam no lugar, incorporando uma vertente de regeneração que se baseia no conhecimento profundo do ecossistema natural, onde assume particular importância o elemento solo. Para além dos projetos de enoturismo (E3; E7), que têm na sua génese a produção vitivinícola, também os outros (E1; E2; E5), que baseiam a sua oferta na hotelaria e alojamento, começaram por um trabalho de intensa reabilitação natural e paisagística, promovendo a regeneração do solo e a reflorestação. A revitalização do lugar é uma característica determinante nestes projetos, aliando o conhecimento teórico baseado na ciência com um saber ancestral sobre a natureza e as suas dinâmicas (E1; E2; E3; E5; E7), que foi sendo abandonado e substituído ao longo dos anos, nomeadamente no Alentejo, transformando progressivamente a sua paisagem. A recuperação do montado, a reflorestação através de agroflorestas (E1; E5) e o manejo holístico (E1) são exemplos de ações concretas que permitem a regeneração, num processo contínuo de trabalho entre o ser humano e a natureza. Para além da dimensão ambiental, verifica-se que existe aqui um fator económico relevante, pois este investimento em práticas regenerativas, assegura a criação de condições para a sustentabilidade económica dos projetos (E5), permitindo melhorias como a diminuição de custos, a eficiência energética e uma maior autonomia hídrica. Verifica-se que os entrevistados têm uma visão de longo prazo, sabendo que desenvolvem projetos que progressivamente irão gerar mais benefícios na dimensão ambiental, assim como irão trazer o retorno económico que permite alcançar essa sustentabilidade na dimensão económica (E5). Os entrevistados que desenvolvem projetos de enoturismo (E3; E7) destacam também a recuperação de técnicas ancestrais de vinificação e de castas antigas, num trabalho que valoriza o património natural e cultural, valorizando a identidade da região e potenciando uma oferta diferenciada.

A recuperação e valorização do património edificado, com recurso a materiais, pessoas e saberes locais é uma característica comum a todos os projetos, aliando as várias dimensões de sustentabilidade, já que envolve preocupações ambientais e económicas na procura de formas de fazer mais eficientes, assim como valoriza a identidade, as tradições e o saber que existe na região. A reabilitação de antigos edifícios em taipa,

adaptando-os às necessidades atuais, ou a construção de raiz com recurso a esta técnica tradicional do Alentejo é um exemplo de como este património pode fazer parte da vivência quotidiana da região, demonstrando a sua atualidade e pertinência na resolução dos desafios de bem-estar e conforto num hotel (E5). Verifica-se que existe uma preocupação em preservar o património histórico, havendo um investimento das entidades nesse sentido (E2; E3; E7), combinando-o com outros elementos inovadores pensados para perdurar no tempo (E7), o que reforça o seu sentido de sustentabilidade enquanto projetos de longo prazo. As soluções baseadas em energias renováveis, a reutilização de água, a produção alimentar própria e o combate ao desperdício alimentar são exemplos de outras boas práticas presentes em vários destes projetos, sendo referidas especificamente por um dos entrevistados (E5).

A dimensão sociocultural é referida como essencial por todos os entrevistados sendo apontado mesmo como o grande fator diferenciador da oferta (E2; E3). As pessoas e a cultura da região são elementos-chave na oferta de uma experiência autêntica que só pode existir naquele lugar, sendo por isso dificilmente replicável (E2). Esta característica acrescenta valor à experiência do cliente enquanto valoriza também o lugar e a sua comunidade, pois essas pessoas são os melhores anfitriões que se pode ter, aqueles que fazem sentido pelo seu profundo conhecimento e ligação ao território (E2). Verifica-se que outro dos entrevistados (E4) realça precisamente esta valorização e retorno multifacetado, referindo que todos ganham com atividades turísticas desenvolvidas com base no património e na riqueza sociocultural específica da região, como aquelas que promovem. Deste trabalho de base local centrado no lugar e nas pessoas, resulta uma visibilidade e posicionamento para o território que alavanca outras oportunidades, nomeadamente na dimensão económica, sendo essas particularmente importantes em regiões de interior e baixa densidade como o Alentejo. Verifica-se que vários entrevistados referem o trabalho que desenvolvem com fornecedores locais (E2; E5; E6) e a preferência por trabalhar com pessoas da região (E2; E6), apesar de existirem referências também à dificuldade de atração dessa mão-de-obra local (E1). A preocupação em relação às condições de trabalho e à melhoria das condições de vida dos seus recursos humanos é também uma evidência presente nas entrevistas (E5).

Tabela 14: Síntese das evidências presentes (questão 3)

| Questão: 3. Quais as características específicas do vosso projeto que considera mais relevantes para a regeneração do território nas várias dimensões (ambiental, sociocultural e económica)?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Evidências nas entrevistas</b></p> <p>“Nós tínhamos estas propriedades e a ideia era recuperá-las, valorizá-las, pô-las a funcionar, com um serviço para que pudéssemos partilhar estas mesmas casas com as pessoas e que elas pudessem ter uma função e que a partir daí se mantivessem a elas próprias (...) Essa é uma ideia de sustentabilidade que está por trás deste património imobiliário (...)” (E1)</p> <p>“Fomos tentar estudar como é que nós como produtores de carne e de outros produtos, agricultores que éramos, como é que nós podíamos não só produzir comida muito nutritiva, mas ao mesmo tempo salvar o planeta, retendo carbono no solo, aumentando a capacidade do solo de retenção de água (...)” (E1)</p> <p>“Este projeto agrícola e turístico também tem como base a agricultura regenerativa através do manejo holístico e uma agrofloresta também (...) tudo muito ligado também à permacultura, respeito pela natureza, respeitar as estações do ano (...)” (E1)</p> <p>“(...) a propriedade está na mesma família à 8 gerações (...) A premissa sempre foi de tentar fazer a propriedade prevalecer o máximo de tempo possível (...)” (E2)</p> <p>“À 23 anos quando se pensou naquilo que seria o projeto o objetivo foi sempre tentar olhar para como as pessoas viviam aqui antes, e como é que nós conseguimos mostrar hoje esse tipo de vida, um tipo de vida que tem uma ligação muito grande com a natureza envolvente (...)” (E2)</p> <p>“A ligação com a comunidade sempre foi uma premissa muito importante, de acordo com aquilo que era o legado do projeto (...) ao mesmo tempo também era uma forma de não só contribuir para o sítio onde estamos inseridos, mas também enriquecermos a experiência das pessoas que ficam connosco através dessa ligação (...) não há melhor maneira de mostrar um sítio do que através das pessoas que o conhecem, que o conhecem desde sempre. (...)” (E2)</p> <p>“(...) muito deste trabalho acaba por ser feito diretamente com fornecedores, tentamos que tudo o que nós necessitamos que venha o mais possível das pessoas que estão à nossa volta (...) no caso do restaurante, por exemplo, isso pode-se traduzir nas pessoas que nos fornecem ingredientes e alimentos, desde o pão, até às frutas e legumes, que sempre que a nossa própria produção não é suficiente para a nossa necessidade, estamos a ir à procura de parceiros locais (...)” (E2)</p> <p>“Se nós não queremos existir como uma ilha, que tanto pode existir em Monsaraz, como pode existir na Toscana ou qualquer outro destino, temos de deixar que a cultura que esteja à nossa volta se infiltre para dentro da nossa maneira de trabalhar, da experiência dos nossos hóspedes, de tudo, desde a comida à decoração de interiores.” (E2)</p> |

“Naturalmente que a parte dos recursos humanos também é muito importante porque as pessoas que vão estar a falar com os clientes vão ter uma autoridade muito diferente e um conhecimento também (...) Por isso, esta componente de enriquecimento da experiência e que também nos permite dar algo de volta à comunidade (...) temos uma equipa ao todo de 120/130 pessoas “full time”, e entre 80 a 85% dessas pessoas são todas da região, da região à nossa volta.” (E2)

“Somos uma empresa familiar e por isso queremos assegurar que deixamos as coisas em melhores condições do que as encontramos (...)” (E3)

“Primeiro procuramos estudar muito bem o que é o contexto, o enquadramento local (...) Aprender muito bem, seja em termos agrícolas, estudar muito bem o bioma, a fauna, a flora, mas também em termos culturais e sociais, perceber muito bem quais é que são as tradições, quais é que são as atividades ou as áreas em que a região se destaca e diferencia. É claramente a melhor forma de acrescentar valor e de nos diferenciarmos (...)” (E3)

“(...) todas essas coisas estão integradas na nossa oferta, seja através das matérias-primas que utilizamos para a construção dos edifícios, a recuperação de técnicas ancestrais de construção para recuperar alguns edifícios na herdade ou as técnicas de vinificação milenares da região (...)” (E3)

“Todas as nossas ações “per si” ou numa escala um bocadinho maior têm um retorno multifacetado, têm um retorno para o cliente que compra o serviço e tem um retorno para o cliente que participa num workshop gratuito (...) tem um retorno para a comunidade local. (...) integramos miúdos de cá na programação e que podem experimentar técnicas que de outra forma não estão disponíveis.” (E4)

“(...) visibilidade para o território, posicionamento do território e, no final, preservação, valorização dos recursos que todos nós herdamos. (...) centrar nas pessoas, trabalhando com as matérias-primas e procurando não construir nada novo, mas dar valor aquilo que já existe e garantir que chega ao maior número de pessoas possível.” (E4)

**Dimensão ambiental:** “O nosso projeto trabalha muita coisa ao mesmo tempo (...) plantamos muito mais de 50 mil árvores num esforço muito grande de reflorestação (...) é uma plantação em método agroflorestal, ou inspirado em agroflorestas, no fundo em sucessão de várias plantas, nós fazemos com que ao 3º ou 4º ano já não precisamos de regar (...)” (E5)

**Cruzamento da dimensão ambiental com a dimensão económica:** “O que é que isto traz de positivo para a parte financeira, para a parte de negócio (...) a longo prazo, nós estamos dependentes das nossas próprias reservas de água, ao termos muitas árvores plantadas, as árvores ajudam a chuva no inverno a infiltrar-se nos solos, a reabastecer os aquíferos. (...) quando as árvores efetivamente tiverem 20/30 metros de altura vão dar muita sombra, e sombra é o nosso ar condicionado natural (...) isto vai permitir o hotel ser resiliente também a longo prazo, ou seja, não é só porque queremos “salvar o mundo”, isto também é uma estratégia de sobrevivência a longo prazo do próprio hotel enquanto negócio.” (E5)

**Construção e técnicas tradicionais:** “Na construção, na arquitetura, temos o maior edifício de Portugal construído em taipa, taipa estrutural. Ou seja, taipa com o objetivo de procurar formas de construir de forma mais natural. A taipa é o método construtivo tradicional do Alentejo. (...) Ao fazermos um edifício em taipa, mostramos que é

possível utilizar um material cru, ou seja, um material que não foi cozido, porque o impacto ambiental da construção não é o transporte dos materiais, é a energia que foi utilizada na sua produção. A taipa é feita de terra crua, que teve zero energia para ser cozida (...) a nossa motivação para a taipa foi ambiental, mas a taipa trouxe muitas outras medidas de conforto e de qualidade para o hóspede. Por exemplo, a taipa regula a qualidade do ar (...)” (E5)

**Energia e água:** “Temos 170 painéis solares, que produzem à volta de 70% do nosso consumo. À noite e em dias nublados vamos buscar à rede, o nosso fornecedor de energia é uma cooperativa que nos fornece energia 100% renovável (...) reaproveitamos a água das piscinas para rega dos campos (...)” (E5)

**Alimentação:** “Conseguimos tirar muita da produção agrícola, para o restaurante, da própria quinta e adaptamos o menu do restaurante aquilo que a nossa quinta nos dá. (...) Temos alguma carne, mas maioritariamente o menu é vegetariano, porque a maior parte do impacto ambiental da nossa alimentação é do consumo de carne ou produtos animais, seguido do desperdício alimentar.” (E5)

**Recursos humanos:** “Em termos do nosso staff, tentamos ter staff que viva ou que seja originalmente de Montemor-o-Novo e tentamos dar as melhores condições de trabalho. Definimos o nosso salário mínimo como 1000€, €, ou seja, não pagamos o salário mínimo legal (...) o nosso objetivo é aumentar os salários a todos, porque a ideia aqui é, se der lucro eu quero dividir grande parte do lucro com as pessoas. (...)” (E5)

“Na dimensão sociocultural, destacamos a recuperação do património habitacional com o uso de materiais tradicionais (...) reaproveitamos materiais da própria aldeia e envolvemos artistas locais na decoração dos espaços, o que não só reduz o impacto ambiental como também reforça o sentido de identidade.” (E6)

“Damos prioridade à contratação local e trabalhamos em parceria com fornecedores da região, o que se reflete também na dimensão económica.” (E6)

“A sustentabilidade, nas suas várias dimensões, é uma das bases da nossa filosofia enquanto empresa (...)” (E7)

“Relativamente à dimensão ambiental, a totalidade da área de vinha está em modo de produção biológica (...) todas as vinhas em sequeiro, ou seja, sem sistema de rega, existindo estratégias de conservação de água no solo e de mínimo impacto nos ecossistemas (...) As videiras, integradas numa paisagem de agrofloresta, um sistema hoje tido como receita para a sobrevivência da agricultura, por potenciar a resiliência das culturas, nomeadamente a da vinha. A valorização do património e das vinhas velhas com a recuperação de castas autóctones alia a parte ambiental à identidade e cultura da própria região.” (E7)

“Também a adega de vinificação, construída em 2017, segue uma lógica de ecoeficiência, cruzando preocupações de sustentabilidade ambiental e económica. É um edifício novo, desenhado e construído para durar, com materiais como o aço e o vidro, sendo totalmente revestida a cortiça (...) A cortiça utilizada no revestimento é reaproveitada das partes menos nobres deste material.” (E7)

“A preservação e valorização do património arquitetónico e histórico é uma aposta clara, visível na reabilitação do Paço do Morgado de Oliveira, um edifício do século XIV, adquirido em 2016, que estava meio abandonado (...)” (E7)

#### 5.2.1.4. Preservação e valorização do património cultural local

Verifica-se que a preservação e valorização do património cultural local, material e imaterial, é um dos aspetos comuns a todos os projetos, manifestando-se de diferentes formas, de acordo com a especificidade de cada um. Esta característica é referida por todos os entrevistados que a reconhecem como uma constante no trabalho que desenvolvem, sendo realçado que a integração do carácter da região é uma forma importante de tornar a sua oferta única (E2; E3; E7). Conforme verificado anteriormente nas características de alguns dos projetos, existe desde logo, uma grande aposta na valorização dos lugares e do seu património, integrando a regeneração dos solos (E1; E2; E3; E5), a reabilitação dos edifícios (E1; E2; E3; E4; E5; E6; E7), assim como a história, o conhecimento e o saber relacionado com os ofícios e as tradições (E1; E2; E3; E4; E7). A reabilitação do edificado tem sido particularmente importante para a recuperação da história da própria região, havendo um grande investimento das entidades, ao trabalhar com equipas multidisciplinares para garantir o rigor e a qualidade da investigação e da recuperação desse património (E3; E7). Relativamente aos ofícios, dois dos entrevistados (E1; E5) alertam para o desaparecimento acelerado de muitas destas atividades, nomeadamente do artesanato. Apesar de muitas pessoas terem a ideia de que vão encontrar isto ainda bem vivo na região, a realidade pode mostrar o contrário (E5). Ainda existe esperança na manutenção de algumas das atividades, sendo necessário um grande incentivo para o reforço da aprendizagem desses ofícios por parte de jovens, aproveitando o conhecimento que as gerações mais velhas ainda detêm, criando uma dinâmica de passagem de testemunho que permita a transmissão deste legado (E1; E5). Um dos entrevistados (E5) afirma também que quem trabalha nestes ofícios tradicionais deve ter conhecimentos de outros idiomas, nomeadamente o inglês, para que possa estar em contato com os visitantes estrangeiros, que são aqueles que mais valorizam este tipo de atividades tradicionais. A integração de dinâmicas de novo design nos ofícios, por exemplo, no artesanato, é essencial para que estes encontrem o seu lugar no mundo contemporâneo, não ficando apenas condenados a tornarem-se meras referências museológicas, como testemunho de um passado que já não existe (E4).

O ecossistema natural da região é visto como um património importante, um ativo essencial na atividade turística, assim como na produção agrícola, nomeadamente na vitivinicultura (E3; E7). O estudo e recuperação de castas autóctones e de vinhas velhas,

assim como de processos de vinificação ancestrais são outros elementos essenciais na preservação da identidade deste território (E7). Em relação à regeneração do solo, verifica-se que algumas das práticas implementadas, nomeadamente o sistema de agrofloresta e o manejo holístico, advêm de conhecimentos presentes ao longo da história da agricultura e da pastorícia, agora recuperados e aplicados numa perspetiva contemporânea (E1; E5). O restabelecimento da ideia de comunidade, que se vivia antigamente nas herdades alentejanas, é referido como objetivo por um dos entrevistados (E1), que se encontra a desenvolver iniciativas que permitam recuperar essa mesma vivência, numa versão mais atual e adaptada ao projeto turístico que desenvolve, apesar de admitir que considera ser difícil fazer isso só com pessoas locais. Verifica-se que existe uma determinação em criar projetos que refletem as características e a identidade distinta da região, expressando assim a sua própria identidade já que estão profundamente enraizados neste território, estando isso bem patente na expressão “*sense of place*” que valoriza o que é único e autêntico, refutando a ideia de lugares generalistas que podem existir em qualquer parte do mundo (E2). Esta forma de ser está presente em tudo, seja através da arquitetura, dos produtos que utilizam e servem ou das experiências que disponibilizam aos visitantes (E1; E2; E3; E6).

Tabela 15: Síntese das evidências presentes (questão 4)

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Questão: 4. Integram e promovem a preservação e valorização do património cultural local, material e imaterial, no vosso projeto? Como? (ex.: reabilitação de edifícios antigos, caminhos rurais e outro património material; integração de saberes, ofícios, tradições, histórias orais, lendas, festas, saberes relacionados com artesanato, gastronomia e vinhos, agricultura, outros)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Evidências nas entrevistas</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <p>“Nós fazemos um tipo de agricultura que é ligado à pastorícia (...) o gado faz um processo migratório dentro da herdade todos os dias, diariamente, e, portanto, isso é um bocadinho as raízes da nossa história na agricultura (...) E o mesmo com a agrofloresta, que é uma mistura de árvores florestais com árvores de fruto também (...) o nosso planeta antigamente era tudo na agrofloresta (...)” (E1)</p> <p>“(...) a reabilitação desse edifício foi só feita com materiais locais, nós aproveitamos as estruturas todas existentes das paredes mestras, com isolamentos de cortiça, as telhas antigas (...) a própria tijoleira é de São Pedro do Corval também, é uma tijoleira seca ao sol (...) os outros materiais, desde as madeiras, o mármore de Estremoz, também, portanto, houve sempre uma preocupação em construir só com materiais locais.” (E1)</p> |



*“(…) em relação a ofícios, tradições e festas locais, eu estou a fazer isso através de um livro que conta a história do que acontecia ao longo do ano nessas herdades (...) esse livro, para mim é um património cultural, portanto estou a criar um calendário anual dessas mesmas atividades que depois irão acontecer ali. (...) à 60 ou 70 anos atrás nestas herdades havia uma comunidade (...) eu estou a tentar restabelecer isso outra vez, mas eu acho que vou ter de fazer isso “importando” pessoas de fora.” (E1)*

*“(…) muitas das coisas espetaculares que aconteciam no Alentejo, estão a deixar de acontecer. Aquela queijaria pequenina que fazia os queijos deliciosos, o sapateiro que fazia umas botas de campo, feitas à mão, tudo isso está a acabar.” (E1)*

*“Eu acho que era possível não acabar, mas para isso é preciso criar escolas em que se ensinem esses ofícios, não é sermos todos doutores (...) pode ser que recomece outra vez, mas isso tem de começar na instrução, não dá para começar de outra maneira. Tem de ser através de continuar a ensinar, a incentivar. Vamos apoiar esses projetos, vamos dar dinheiro a essas pessoas, para que ponham lá aprendizes, para ensinar o ofício, para que alguém, quando ele se reformar, continue com aquele negócio.” (E1)*

*“Acho que isso está por todo o lado aqui. Podemos falar das atividades que temos, que giram todas à volta dessa integração e valorização do património cultural que nós temos nesta zona do Alentejo e nas outras zonas. (...) atividades com lãs, temos atividades ligadas à apicultura, outras ligadas a ofícios, por exemplo, oficinas com cerâmica.” (E2)*

*“(…) o projeto todo na génese dele, também está presente isso, na reabilitação dos edifícios antigos, na valorização daquilo que existe, na parte de conhecimento histórico (...)” (E2)*

*“Até mesmo no spa, o nosso spa é uma parceria com uma marca austríaca de produtos de beleza e bem-estar, conseguimos tecer protocolos específicos com a marca em questão para numa série de tratamentos nós podermos incluir coisas da nossa produção própria (...) Tentamos sempre que haja uma ligação do “terroir” vá, com aquilo que é a experiência hoteleira na sua conceção mais generalizada.” (E2)*

*“Acreditamos muito no “sense of place”, sensação de lugar, é as pessoas perceberem que estão num sítio que não é genérico, que não é tipo franchising, que alguém fez “copy paste” e pôs ali, mas que tudo tem um motivo para lá estar e há uma razão por trás das decisões tomadas.” (E2)*

*“Claramente, claramente. (...) nós temos uma oferta única se de facto enveredarmos, por realçar o que são os traços e o carácter da região onde estamos em todas as suas facetas.” (E3)*

*“(…) no que corresponde a artesanato, a arquitetura, a história... isso são coisas que são indelévels e inalteráveis, nós procuramos integrá-las, seja através de matérias-primas, seja através de produtos, seja através de atividades. Relativamente à gastronomia, somos obviamente inspirados e respeitamos profundamente toda essa herança e tradição, mas optamos por não fazer um decalque, ou seja, interpretámo-la.” (E3)*

*“A nossa herdade tem mais de 750 anos de história, portanto, é nosso dever e nossa obrigação preservar e proteger o nosso património, tanto em termos de ecossistema, de seres vivos, de vida, mas também em termos de elementos que se destaquem, de construções. Temos edifícios do século XV/XVI, que foram recuperados, preservados e que fazem parte do que é a nossa oferta.” (E3)*

*“ (...) existe um complexo arqueológico que é património nacional à alguns anos, que por financiamento próprio é investigado à mais de vinte anos e existe um museu, que mostra uma pequena parte desse trabalho e é algo em que investimos (...)” (E3)*

*“Sim. Nós trabalhamos com património imaterial e património edificado, portanto no caso dos monumentos da Rota do Fresco, para além de promover o acesso a estes edifícios que estão maioritariamente fechados (...) promovemos também o acesso intelectual das pessoas, porque há sempre mediação, há sempre um intérprete do património, as pessoas percebem o que estão a ver (...) também promovemos a recuperação deste património de diferentes formas, angariando mecenas, ou promovendo campos de património de recuperação e valorização deste património (...)” (E4)*

*“No caso do património imaterial, o que fazemos é dar palco aos artesãos (...) dar valor ao artesão pelo retorno do olhar de quem nos visita, pelo retorno também financeiro, porque quando vendemos estas atividades, nomeadamente a público estrangeiro, conseguimos vender por um preço muito mais elevado, e parte desse retorno, evidentemente, vai para o nosso parceiro, e depois ainda tentamos juntar novo design (...) dinâmicas de novo design para que haja uma possibilidade de continuidade na inovação, não é na continuidade museológica, destas práticas.” (E4)*

*“Começando na construção, na arquitetura, temos o maior edifício de Portugal construído em taipa, taipa estrutural. (...) taipa com o objetivo de ter formas de construir de forma mais natural. A taipa é o método construtivo tradicional do Alentejo. Algumas partes foram recuperação, por exemplo, temos um coworking que é uma casa de 100m2, que foi a recuperação de uma ruína, integral.” (E5)*

*(...) uma plantação em método agroflorestal, ou inspirado em agroflorestas, no fundo em sucessão de várias plantas (...) acima de tudo estamos a regenerar os solos, porque os solos no Alentejo estão muito empobrecidos (...) o Alentejo não era amarelo, só foi no século XX que se começou a produzir trigo e o trigo explorou em demasia os solos. Nós mostramos que se pode reflorestar e que o Alentejo pode ser verde.” (E5)*

*“(...) Aquela questão de vamos integrar artesãos e conhecimento local, eu digo de outra forma, ainda há artesãos e conhecimento local? Se calhar há uma ou outra pessoa velhota que ainda faz umas coisas, mas que já está quase a reformar-se, ou faz aquilo quando quer. Porque esta coisa de vamos integrar o conhecimento local tradicional já praticamente não existe. Essa realidade, isso já é quase uma utopia que nós temos na nossa cabeça. Ou seja, a realidade é muito diferente da ideia que as pessoas têm. Portanto, eu no fundo estou daqui a lançar um alerta que esta ideia de ligar ao conhecimento local já é praticamente impossível nos dias que correm.” (E5)*

*“Existe alguma esperança de reativar alguns desses ofícios se houver jovens que peguem nessas coisas, mas para incluir turistas estrangeiros, que são quem mais se interessa por isso, as pessoas têm de falar inglês.” (E5)*

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>“Sim, desde o início que esse é um dos nossos pilares. Preservamos a estrutura original das casas, e incorporamos elementos da história e cultura local em cada detalhe do projeto. As casas que pertenciam a moradores mantêm o nome dessas pessoas, como forma de preservar a sua memória e dar visibilidade às suas histórias. (...) criamos um pequeno livro com a história dos moradores (...) fizemos a “Cabana das Memórias” que são 2 pequenas casas ao lado da receção onde contamos um pouco da história da aldeia e da importância dela desde a antiguidade.” (E6)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <p>“Sim, desde logo pela reabilitação do Paço do Morgado de Oliveira. Este edifício do século XIV foi alvo de obras estruturais de reabilitação, acompanhadas por uma profunda investigação histórica e arqueológica que tem sido feita sobre o local, permitindo assim a recuperação do edificado da herdade com respeito pela sua história e identidade, dando a conhecer muitos aspetos e detalhes que permaneciam escondidos, nomeadamente por obras feitas no século XIX.” (E7)</p> <p>“O processo envolveu equipas de investigação nos domínios da História, Arte e Arqueologia que, aos poucos, pretendem devolver ao Alentejo uma peça do seu património edificado. Hoje sabe-se que a totalidade do paço do Morgado de Oliveira é do século XIV, tornando este um dos edifícios mais antigos de Évora.” (E7)</p> <p>“A preservação cultural e a valorização patrimonial fazem-se também pela recuperação das vinhas velhas e das castas autóctones (...) Também a vinificação em talha tem feito parte dos nossos diversos projetos. Ou seja, os vinhos, a gastronomia e os produtos autóctones da região do Alentejo são uma herança e legado que queremos continuar a valorizar.” (E7)</p> |

Tabela 16: Síntese das evidências sobre as práticas de turismo regenerativo em territórios de interior e de baixa densidade, com foco na dimensão sociocultural

| Objetivo 1. Identificar as práticas de turismo regenerativo em territórios de interior e de baixa densidade, com foco na dimensão sociocultural.   |                    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
| Subcategoria                                                                                                                                       | Entrevistado       |
| <b>Questão: 1.</b> Pode apresentar-se e descrever brevemente o projeto/atividade que desenvolve? Que motivações estiveram na origem deste projeto? |                    |
| Ligação ao território e herança familiar                                                                                                           | E1; E6             |
| Diversificação de atividades (agricultura, vitivinicultura, turismo)                                                                               | E1; E2; E3; E5     |
| Inovação e autenticidade na oferta turística                                                                                                       | E2; E5             |
| Integração da dimensão cultural e patrimonial                                                                                                      | E1; E4; E6         |
| Abordagem holística                                                                                                                                | E1; E2; E3; E5; E7 |
| <b>Questão: 2.</b> Já ouviu falar do conceito de turismo regenerativo? Como o interpreta? De que forma o projeto se enquadra nessa abordagem?      |                    |
| Transformação pessoal e sentido de lugar                                                                                                           | E1                 |
| Consciência setorial e práticas éticas                                                                                                             | E2                 |

|                                                                                                                                                                                                      |                    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
| Prática anterior à terminologia                                                                                                                                                                      | E2; E3; E4         |
| Valorização das ações em detrimento da terminologia                                                                                                                                                  | E3; E4             |
| <b>Questão: 3.</b> Quais as características específicas do vosso projeto que considera mais relevantes para a regeneração do território nas várias dimensões (ambiental, sociocultural e económica)? |                    |
| Agricultura regenerativa e agroflorestas                                                                                                                                                             | E1; E5             |
| Construção sustentável e uso de materiais locais                                                                                                                                                     | E1; E5; E7         |
| Eficiência energética e economia circular                                                                                                                                                            | E5; E7             |
| Valorização do património e identidade territorial                                                                                                                                                   | E3; E4; E6; E7     |
| Integração da comunidade e emprego                                                                                                                                                                   | E2; E5; E6         |
| Fornecedores locais                                                                                                                                                                                  | E2; E3; E4; E5; E6 |
| Sustentabilidade económica e social a longo prazo                                                                                                                                                    | E1; E2; E3; E5     |
| <b>Questão: 4.</b> Integram e promovem a preservação e valorização do património cultural local, material e imaterial, no vosso projeto? Como?                                                       |                    |
| Reabilitação de edifícios com técnicas e materiais locais                                                                                                                                            | E1; E2; E5; E7     |
| Ofícios e artesanato local                                                                                                                                                                           | E2; E4             |
| Educação e transmissão de saberes                                                                                                                                                                    | E2; E4             |
| Reflorestação e regeneração da paisagem                                                                                                                                                              | E5                 |
| Valorização do património imaterial e da memória coletiva                                                                                                                                            | E4; E6             |
| Integração da investigação histórica e arqueológica                                                                                                                                                  | E3; E7             |

## 5.2.2. Analisar o papel dos *stakeholders* locais na conceção, desenvolvimento e implementação do turismo regenerativo no território

### 5.2.2.1. Parcerias com entidades locais

Relativamente ao trabalho que é desenvolvido em parceria com entidades locais, existem entrevistados que relatam a existência de uma colaboração com a autarquia e outras entidades públicas, nomeadamente as que trabalham na dinamização e promoção do turismo a nível nacional e regional (E3; E4; E5; E6), mesmo que esta seja pontual. Conforme se verifica nas respostas dadas por dois entrevistados (E4; E5), existe uma colaboração estreita com as entidades municipais, sendo no caso de um deles (E4) uma ligação mais alargada, já que atuam através da Rota do Fresco num território que abrange quinze municípios diferentes. O facto de estar num pequeno município é referido como uma vantagem significativa na criação de uma relação de proximidade entre o projeto e a entidade municipal, assim como com outras entidades, nomeadamente uma cooperativa local que integra pessoas de diversas áreas, com quem o projeto colaborou,

por exemplo, na construção e reabilitação dos edifícios (E5). A colaboração efetiva com várias associações locais, algumas com atuação no setor social e outras mais ligadas às tradições e património, é referida por dois dos entrevistados (E2; E4), revelando um maior envolvimento destes projetos com o lugar e a sua comunidade. Um dos entrevistados (E2) realça a necessidade de se manterem as boas relações através de uma atuação respeitosa, baseada na diplomacia, dando oportunidade de participação a diferentes parceiros que desenvolvem o mesmo tipo de atividade. Outro dos entrevistados (E4) relata a dificuldade em estabelecer parcerias com as escolas da região, ao contrário do que acontece em outros pontos do país com realidades escolares diferentes das do Alentejo, referindo que este é um objetivo no futuro. Os restantes entrevistados referem o trabalho que desenvolvem com as entidades ligadas ao setor vitivinícola e com fornecedores locais (E7), assim como a inexistência de parcerias com entidades locais, existindo vontade de o fazer, apesar de se colocarem certas dúvidas e incertezas (E1).

*Tabela 17: Síntese das evidências presentes (questão 5)*

| <b>Questão: 5. Trabalham em parceria com entidades locais (escolas, associações locais, entidades municipais)? Como? (ex.: para promover a participação ativa da comunidade; para manter viva a identidade cultural, outros)</b>                                                                                                                                                                                                                                         |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Evidências nas entrevistas</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| “Sinceramente não temos. Gostávamos de ter, acho que era uma coisa engraçada para se explorar, mas não sei...” (E1)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| “Temos algumas ligações com instituições que são da nossa região, sejam os bombeiros, seja a paróquia, mesmo também uma comunidade de vários lares, instituições de pessoas desfavorecidas (...) o cante alentejano das associações ali à volta (...) vêm fazer atuações. E vamos alternando, o Grupo Coral de Reguengos de Monsaraz e o Grupo Coral de Monsaraz, por exemplo, que é para ninguém ficar chateado, manter boas relações e diplomacia acima de tudo.” (E2) |
| “Sim, algumas coisas, não muitas, mas algumas coisas. Obviamente o município, a autarquia é um dinamizador e um promotor do que são as ações na região e sempre que possível e sempre que surja oportunidade existe essa colaboração.” (E3)                                                                                                                                                                                                                              |
| “Claro, só a Rota do Fresco tem como parceiros logo os quinze municípios que integram a rota (...) CCDDR-Alentejo, a igreja, a misericórdia (...)” (E4)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>“Não propriamente as escolas, temos tido muita dificuldade em entrar nas escolas e, por falta de tempo para tudo (...) temos as nossas agulhas viradas para outro público mais recetivo... não é o público, não são os miúdos que não são recetivos, é a organização escola, mas mais tarde, quando tiver mais vagar para insistir, porque, como em tudo é uma questão de insistência. (...) Nós estamos a fazer vários projetos com escolas, nomeadamente em Sintra, e com muito sucesso, mas é uma outra realidade escolar, que não esta aqui do Alentejo.” (E4)</p>                                                                                                                                                                                                                                      |
| <p>“Temos a sorte de estar em Montemor-o-Novo, porque é primeiro um município pequeno, eu trato o presidente por tu, porque é muito próximo. (...) sempre ajudaram. Trazem-nos imensa gente, recomendam-nos a muita gente, seja pessoas individuais, seja por exemplo, a CCDDR do Alentejo não saberia de nós se a Câmara não nos recomendasse como um grande exemplo de sustentabilidade. (...) até tenho de dizer que temos muito apoio da Câmara. (...) acho que a Câmara tem feito isto de boa vontade (...)” (E5)</p> <p>“Nós trabalhamos, os nossos arquitetos são de Montemor, da Cooperativa Minga que é uma cooperativa integral em Montemor-o-Novo, que também é um projeto muito interessante (...) Trabalhamos com muitos fornecedores locais, alguns que fazem parte desta cooperativa.” (E5)</p> |
| <p>“Ainda não existe uma parceria formal com escolas ou associações locais, mas mantemos contato próximo com a Junta de Freguesia para alinhar interesses e apoiar as dinâmicas locais. (...)” (E6)</p> <p>“Contamos também com o apoio do Turismo de Portugal e do Portugal 2020 na conceção do projeto (...)” (E6)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <p>“Trabalhamos com as entidades ligadas ao setor vitivinícola, por exemplo, a Comissão Vitivinícola Regional Alentejana. Temos depois uma ligação a vários fornecedores locais para desenvolvimento de atividades que complementam a nossa oferta.” (E7)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

#### 5.2.2.2. Integração em redes de turismo regenerativo e parcerias com projetos semelhantes

Todos os entrevistados referiram a inexistência de qualquer tipo de integração em redes ou associações de turismo regenerativo, sendo realçado por dois (E1; E2) que não têm a pretensão de se associar em demasia a estas ideias, pois no âmbito do projeto que desenvolvem, a regeneração é uma consequência do trabalho que fazem (E2), existindo também uma certa desconfiança em relação a este tipo de entidades (E1). Questões como o *greenwashing* e a banalização do termo sustentabilidade são vistos como fatores negativos a nível de comunicação institucional, sendo preferível optar por um caminho em que os visitantes têm oportunidade de descobrir o trabalho que é feito no local à medida que desfrutam da experiência (E2). Um dos entrevistados (E7) refere que integra, como membro certificado, o Programa de Sustentabilidade dos Vinhos do Alentejo.

Em relação a colaborações com outros projetos existe uma diversidade de respostas, que indicam a existência de relações com intuitos diversos, sejam eles assumidamente de âmbito comercial (E3) ou de criação de sinergias que possam complementar a sua própria oferta (E4; E5). Verifica-se que a maioria dos entrevistados refere a existência de redes informais de parcerias, que se estabelecem naturalmente pela existência de uma visão comum, pela proximidade e pela necessidade de colmatar questões relacionadas com o seu próprio projeto, como a inexistência de alojamento ou a sua limitação de camas (E2; E4; E5; E6). O trabalho em parceria é referido como algo importante e fundamental na atividade que desenvolvem (E4), existindo a convicção de que este é benéfico para estruturar uma oferta mais completa e atrativa, nomeadamente em territórios pequenos (E5).

*Tabela 18: Síntese das evidências presentes (questão 6)*

| <b>Questão: 6. Estão integrados em alguma rede de turismo regenerativo ou trabalham em articulação/colaboração com outros projetos semelhantes? (ex.: na região, a nível nacional ou internacional)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Evidências nas entrevistas</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <p>“Não, temos tido várias vezes convites para fazer parte de sites ligados a turismo regenerativo e por aí fora, mas nunca achamos que as coisas fossem sérias e bem feitas e nunca nos identificamos. Acho que às vezes, muitas das vezes as pessoas estão só à procura de uma certificação e de um carimbo, mais do que outra coisa qualquer.” (E1)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <p>“Nunca estivemos associados a uma coisa assim deste género, especificamente para o turismo regenerativo. (...) nós não nos queremos associar demasiado a estas ideias, porque isto é uma consequência do nosso trabalho, não é o nosso cartão de visita (...) Hoje em dia questões como “greenwashing” são uma constante por todo o lado, e nós não queremos estar de forma muito agressiva e muito intensa a fazer bandeira dessas coisas, permite que as pessoas possam descobrir o nosso trabalho no seu ritmo e no seu tempo de perceber que isto não são só meia dúzia de frases feitas que nós pomos num site ou numa brochura (...)” (E2)</p> <p>“Temos boas relações com alguns outros projetos de hotelaria que partilham, em certa medida, um bocadinho do que é a nossa visão e a nossa forma de estar (...)” (E2)</p> |
| <p>“Sim, trabalhamos com outros projetos da região, mas numa perspetiva comercial e de parceria comercial.” (E3)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <p>“Sim, temos parceiros, naturalmente alojamento que utilizam a nossa oferta turística para sedimentar a sua oferta de estadia mais prolongada e acreditamos muito no trabalho em rede e em parceria.” (E4)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |

*“Acreditamos muitíssimo no trabalho em parcerias, neste momento temos parcerias cirúrgicas, portanto, quando percebemos que há um agente público ou privado que tem um posicionamento similar ao nosso ou complementar, mas que vê as coisas da mesma maneira, vamos investir no trabalho com eles.” (E4)*

*“O que nós estamos a tentar é fazer parcerias com os hotéis locais porque Montemor é muito pequeno, a concorrência é relativa, e nós também temos poucas unidades, se vem, por exemplo, um casamento nós não podemos aceitar o casamento. (...) queremos ter mesmo uma ligação real e parcerias reais, isto é tão pequenino, não há concorrência, podemos trabalhar em conjunto, em parceria.” (E5)*

*“Não temos parcerias formais, mas acompanhamos atentamente projetos semelhantes e mantemos contato informal com outros empreendedores do setor.” (E6)*

*“Integramos o Programa de Sustentabilidade dos Vinhos do Alentejo, como membros certificados. Este programa lançado pela Comissão Vitivinícola Regional Alentejana, teve em 2023 uma atualização, necessária face ao desenvolvimento de conceitos que anteriormente não estavam tão trabalhados, como o de economia circular e o de agricultura regenerativa, ambicionando ser o impulsor de mudança junto dos produtores do Alentejo para a melhoria do desempenho ambiental, social e económico.” (E7)*

### 5.2.2.3. Relação do projeto com a comunidade local

Conforme se pode verificar pelas respostas dadas a esta questão nas entrevistas, a criação de uma ligação efetiva e recíproca entre as entidades e a comunidade é um dos aspetos mais desafiantes para quem desenvolve estes projetos, existindo realidades muito diferentes. A maioria dos entrevistados relata a existência de uma relação importante com a comunidade (E2; E3; E4; E5; E6; E7), apesar da necessidade de aprofundamento sentida e da constatação de que esse é um trabalho em curso em que é necessário investir tempo (E5). Um dos entrevistados (E1) relata uma realidade complexa, de grande dificuldade em integrar recursos humanos locais, admitindo que ainda não encontrou uma forma eficaz de criar as dinâmicas certas entre o projeto e a comunidade, apesar de constatar que conhece um projeto na região que o faz muito bem e que seria interessante perceber como isso é feito. Este entrevistado (E1) afirma que a escala do projeto e o facto de residir fora da região podem condicionar, de certa forma, o estabelecimento de relações de maior proximidade. O fator tempo e a ligação histórica à região são mencionados como elementos importantes no estabelecimento deste tipo de relações (E2; E3). A integração de pessoas da comunidade nos recursos humanos das entidades facilita o relacionamento, contribuindo para um sentimento de valorização local, sendo percebido também como uma mais-valia para os próprios empregadores



(E2; E3; E4; E6). Verifica-se que no início dos projetos são relatadas algumas situações de desconfiança da comunidade em relação às suas reais intenções (E2; E5), principalmente quando os mesmos são desenvolvidos por pessoas de fora, que não têm qualquer relação com o território (E5). À medida que as pessoas locais vão conhecendo o trabalho desenvolvido, num processo longo e difícil, que implica a criação de laços de confiança, assim como o reconhecimento que a sua ação é benéfica para aquele lugar, verifica-se que existe aceitação e respeito (E2; E5). Um dos entrevistados (E2) afirma que atualmente existe uma relação perfeitamente consolidada com a comunidade, com um reconhecimento do impacto positivo do projeto na região, nomeadamente da sua importância como entidade empregadora relevante. Um dos fatores que mais contribuiu para essa consolidação, foi precisamente a integração de muitas pessoas locais, a ligação e interação dessas pessoas com o lugar, fazendo com que mesmo quem não trabalhe lá tenha sempre algum tipo de vínculo ao projeto (E2).

As entrevistas revelaram outro aspeto interessante, relacionado com o projeto que desenvolve as suas atividades a partir do património cultural (E4), dando uma perspetiva diferente do envolvimento da comunidade local. Neste caso, é relatada uma grande entrega e dedicação da comunidade ao seu património, numa relação mais informal, sem vínculos laborais efetivos, mas sempre em estreita colaboração, demonstrando uma grande vontade em participar. Este entrevistado (E4) realça que esse é um trabalho que pode ser ainda melhorado, baseado numa lógica individual e de proximidade, expressando muitas reservas quanto aos incentivos e às políticas públicas, mas reforçando que seria fundamental a existência de uma visão mais alargada que promovesse e valorizasse efetivamente a integração da comunidade neste tipo de processos. O património cultural é um bem comum, nem sempre percebido como valor real pelas comunidades que o vivenciam no seu quotidiano. Existe uma necessidade de trabalhar este olhar sobre o território e o seu potencial, dando-lhe visibilidade, como é referido por um dos entrevistados (E2), que constata o imenso trabalho desenvolvido na valorização do lugar, a nível interno e externo, originando a criação de um hotel, mas sobretudo de um destino, o que permitiu também reforçar o sentimento de orgulho e de pertença à região. Um dos fatores apontados, pelo mesmo entrevistado (E2), como diferenciador nesta abordagem ao potencial turístico de um território ainda pouco conhecido é a diversidade do *background* académico dos colaboradores, a maioria dos

quais não estava diretamente relacionado com a hotelaria, o que permite uma visão alternativa e inovadora. Mais do que especialistas técnicos, é valorizada a pré-disposição das pessoas para a hospitalidade, o gosto por receber e a ligação ao território, havendo depois tempo para uma aprendizagem mais específica, para um aperfeiçoamento das competências técnicas adequadas ao contexto da hotelaria e do turismo. Outro dos entrevistados (E1) partilha desta visão, reforçando a ideia de que este tipo de projetos, muito específicos e diferenciados, precisam essencialmente de pessoas que gostem de receber e cuidar dos outros, havendo depois tempo para uma formação mais especializada. Esta disponibilidade para integrar pessoas com formações base muito diversas, exige também um grande investimento em formação por parte da entidade que desenvolve o projeto (E1; E2). Na resposta de outro dos entrevistados (E5), verifica-se que existe uma abordagem também alternativa à participação comunitária, através da abertura das suas portas, nomeadamente dos seus espaços de *cowork* e de reuniões a associações locais não governamentais, num reconhecimento da dinâmica associativa existente no território, que também apoia e valoriza. Esta estratégia de divulgação do espaço, aberta à restante comunidade através do acesso a alguns espaços do hotel, como o restaurante e o bar da piscina, tem o intuito de se dar a conhecer e de poder funcionar no futuro como um ponto de encontro entre essa mesma comunidade e os visitantes, um lugar de partilha que possa contribuir para a vivência de experiências mais ligadas ao lugar, em vez de ser apenas um local para turistas (E5).

Tabela 19: Síntese das evidências presentes (questão 7)

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Questão: 7. Como descreveria a relação deste projeto com a comunidade local? De que forma esta está envolvida? Como evoluiu essa interação ao longo do tempo? (ex.: emprego – políticas de recrutamento e formação local, fornecedores e produção local, participação em atividades e eventos, outros)</b></p>                                                                                                                                                                           |
| <p><b>Evidências nas entrevistas</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <p>“Temos alguns trabalhadores que são de lá, da comunidade local, 5 pessoas na Herdade a trabalhar, 4 são locais ali da aldeia e 1 vem de mais ou menos 40 minutos dali, mas é muito difícil (...) A maior parte deles não querem trabalhar (...) É muito difícil.” (E1)</p> <p>“Eu acho que seria muito interessante termos um relacionamento mais próximo com o próprio lugar. (...) Às vezes é preciso virem pessoas do outro lado do planeta para valorizarem as nossas coisas.” (E1)</p> |

*“(...) eu fiz as coisas como acreditava que estavam bem. Estas pessoas que estão lá fizeram todos comigo o curso de manejo holístico, eu paguei o curso de manejo holístico para toda a gente, para que estivessem sensibilizadas para o trabalho que se faz lá. (...)” (E1)*

*“Nós pagamos acima da média do mercado, por aí 20 a 30% acima da média do mercado. (...) Não sei, tento motivar as pessoas quando estou lá, só que é difícil, acho que só funciona quando há uma organização suficientemente grande.” (E1)*

*“Sabe que eu acho que há 1 projeto que faz isso muito bem, eu acho que eles conseguem integrar muito bem os recursos locais, nomeadamente as pessoas, e conseguem criar ali uma dinâmica. Agora eu sinceramente não sei como eles fazem isso (...) ” (E1)*

*“(...) eu tenho projetos ou em Lisboa ou no Alentejo, portanto, aqui em Lisboa eu estou cá presente e eu vivo aqui, não é, é mais fácil (...). Sim, acredito que vale a pena e acredito que consigo, um bocadinho à semelhança daquilo que faço aqui em Lisboa, aumentar lá o projeto e passar a ter uma equipa mais regular. Se calhar nessa altura tenho de viver lá 2 ou 3 anos até aquilo estar mais estabilizado.” (E1)*

*“O nosso conceito é um bocado diferente da maior parte dos turismos e, portanto, temos pessoas a trabalhar aqui que são arquitetos, pessoas que são designers, uma formada em biologia (...) Quando vou buscar pessoas do turismo isto, invariavelmente, não funciona, porque eles aprenderam um “modos operandi” que não encaixa aqui neste conceito.” (E1)*

*“(...) nós precisamos de pessoas que sabem olhar por outras pessoas, que estão disponíveis, atentas ao outro, depois há que as treinar, uma e outra pessoa de cada vez, começa sempre todo o processo de novo. Como é um projeto muito específico acaba por ser preciso tempo para a pessoa incorporar essa realidade.” (E1)*

*“No início era um bocadinho a ideia que circulava: “O que é que eles vêm para aqui fazer?” “Por que raio vêm para aqui?” (...) de facto foi um trabalho que tivemos de fazer ao longo do tempo, porque mesmo no contexto internacional, quando íamos a feiras de agentes de viagens, promoção, etc., nos primeiros tempos havia muita gente a perguntar: “Ok, o sítio é muito bonito, é espetacular, mas o que é que eu vou para lá fazer?” (E2)*

*“Da nossa parte houve não só a necessidade de criar um hotel, mas ao mesmo tempo, e se calhar por consequência, criar um destino também. (...) de permitir que as riquezas e mais valias da região pudessem ganhar um palco para que as pessoas comesçassem a ver esta zona como ela é, uma zona riquíssima (...)” (E2)*

*“A evolução da mentalidade da comunidade, inicialmente foi um bocadinho de incompreensão e dúvida, houve algum caminho a fazer nessa parte de mostrar às pessoas “Isto é um projeto diferente, é uma abordagem diferente”, mas hoje em dia está perfeitamente consolidado e acho que as pessoas estão cientes do nosso impacto na comunidade, tanto é que nós somos o 2º maior empregador do município, a seguir ao próprio município.” (E2)*

*“Nós tentamos dar o máximo de palco possível às pessoas que trabalham connosco e a maior parte das pessoas que trabalham connosco são pessoas dali. São os vizinhos delas que trabalham lá, são os familiares, são, sei lá, pessoas*

que elas vêm todos os dias e com quem se cruzam na rua, não é simplesmente assim um exército de pessoas que entra, sai e não fala com mais ninguém (...)” (E2)

“A longevidade do projeto também é determinante, isto é difícil de fazer, isto demora tempo (...) é uma relação de confiança, que como em qualquer relação de confiança demora tempo a ser consolidada e, até certa medida, pode ser frágil.” (E2)

“(...) acho que ao mesmo tempo o que também pode ter ajudado é o facto de na nossa equipa ter muita gente cujo seu passado não está ligado academicamente à hotelaria. (...) acho que se queremos fazer um projeto diferente, as pessoas que lá trabalham têm também de ter um mindset mais aberto e, se calhar, ter os horizontes um bocadinho mais largos para conseguir aceitar precisamente essa diferença. Naturalmente que para atingirmos profissionalismo e para atingirmos estabilidade, coerência é absolutamente indispensável termos pessoas experientes e conhecedoras dos meandros da hotelaria, e felizmente temos, mas é importante também haver equilíbrio.” (E2)

“Interessa-nos que as pessoas que trabalham connosco tenham esta pré-disposição para a hospitalidade, que compreendam o que é isso, que valorizem, que gostem de o fazer e depois há toda uma outra componente que se pode aprender e que se pode construir e que se pode aperfeiçoar.” (E2)

“(...) isso depois também toca num ponto importante que é o investimento também em formação, porque se o nosso objetivo é trabalhar com pessoas da região o máximo possível, infelizmente, não existe muita formação na nossa região, uma formação muito profissionalizada, por isso existe também um grande esforço do nosso lado de tentar promover isso.” (E2)

“Obviamente que existe. Nós estamos localizados no interior, a grande maioria dos colaboradores são pessoas locais, são pessoas da região e, portanto, numa primeira perspetiva somos uma empresa que tem mais de 50 anos, foi fundada em 1973.” (E3)

“O Alentejo como sabe é uma região bastante desertificada, que sofreu com a emigração na década de 70/80 e nós, obviamente, além de contribuir para o dinamismo económico, contribuimos para a fixação na região, sem dúvida.” (E3)

“Património imaterial e material, portanto, abertura de igrejas, recuperação de património, trabalho com as pessoas que abrem as igrejas, das mais diversas formações, classes sociais, profissões, mas são sempre pessoas muito dedicadas ao património cultural, municípios, responsáveis municipais, presidentes de junta e a comunidade local “per si”, que também está integrada.” (E4)

“Eu diria que é possível fazer mais, nós gostaríamos de ter ainda mais a comunidade local integrada (...) se for numa ótica de política pública é muito difícil, tem de ser uma lógica individual, ir somando um a um (...)” (E4)

“Gostaríamos que houvesse a nível local, regional e nacional uma visão de como é importante a comunidade estar integrada, mas ainda não é assim.” (E4)

*“Há reações diferentes da comunidade. Primeiro, eu sou de Lisboa e a minha mulher é suíça, as pessoas à partida ficaram logo desconfiadas: “Pronto, já vêm fazer mais um hotel...” E é difícil mostrar que nós temos efetivamente uma posição diferente da maior parte dos investimentos hoteleiros. (...) É muito difícil controlar as opiniões públicas, ainda por cima porque estamos num pequeno meio (...)” (E5)*

*“Eu penso que no início eram mais vozes críticas, mas com o tempo, as pessoas verem efetivamente que nós temos um posicionamento diferente, as pessoas vão-se apercebendo disso e também é importante nós, quando começarmos a sair e a ir ter também com as outras pessoas, convidá-las ativamente a vir e a mostrar-lhes a nossa cara, isso no fundo descomplica. Queremos ligar-nos mais à comunidade local, abrimos à comunidade local,” (E5)*

*“Montemor é muito ativo em termos ambientais e culturais, do ponto de vista de associações não governamentais locais, nós permitimos que usem as nossas instalações, a sala de reuniões sem pagar (...)” (E5)*

*“No fundo queremos que o hotel seja um ponto de encontro, achamos que é interessante para os hóspedes verem: se os locais usam o hotel, é porque o hotel é bom, não é uma coisa só para turistas. (...) E fazemos muita comunicação para as pessoas virem, utilizarem o espaço, queremos que o espaço seja utilizado pela comunidade local e queremos que seja um local de partilha de conhecimentos dessa comunidade local também.” (E5)*

*“A relação é de proximidade e respeito mútuo. Desde o primeiro momento, o objetivo foi criar algo com e para a aldeia (...) As pessoas foram envolvidas em todas as etapas, da reconstrução ao funcionamento do alojamento. Isso fortaleceu a confiança. Hoje, três senhoras da aldeia fazem parte da equipa, outros moradores colaboram com manutenção e pequenos serviços. (...)” (E6)*

*“O nosso foco é a produção e venda de vinhos de qualidade, que também refletem a identidade do território e uma estreita ligação com a comunidade local, apoiando as tradições da região e criando um elo com o seu património e as pessoas.” (E7)*

*“A nível de programação que integra a comunidade, podemos dar o exemplo do evento que fizemos recentemente, um “dia aberto”, com um valor de entrada acessível, permitindo assim que a própria comunidade conheça a adega e se relacione com o trabalho que aqui é feito.” (E7)*

#### 5.2.2.4. Testemunhos da comunidade local

Relativamente ao *feedback* recebido por parte da comunidade local, verifica-se que são sobretudo os projetos com mais tempo de implementação que conseguem reportar estes testemunhos (E2; E3; E4), pelo envolvimento natural que se foi construindo e solidificando ao longo dos anos. Constata-se que a desconfiança inicial, não só em relação ao projeto, mas sobretudo ao potencial de atração turística daquele território, foi-se desvanecendo à medida que a região se afirmava como destino e recebia cada vez mais atenção e visitantes (E2). A divulgação que, durante muitos anos, alguns destes projetos foram fazendo de si próprios e da região, trouxe benefícios alargados,

hoje reconhecidos por muitos parceiros e fornecedores locais, cuja atividade foi alavancada precisamente por esta ligação e visibilidade (E2; E3). Um dos entrevistados (E3) realça o papel determinante que a sua entidade teve para a dinamização da região e de como isso é reconhecido, principalmente pelos fornecedores com quem interagem em qualquer das suas vertentes empresariais. Outro dos entrevistados (E2) afirma que existe gratidão por parte dos seus parceiros, reconhecendo que este é um processo de troca, em que se geram benefícios mútuos, pois esses parceiros acrescentam valor à atividade que desenvolvem e à experiência que oferecem aos clientes.

Com base numa outra perspetiva, a da comunidade enquanto participante ativa de atividades dinamizadas no âmbito do património cultural, um dos entrevistados (E4) constata a existência de um sentimento de utilidade no trabalho que desenvolve, fruto da participação interessada e da procura de mais iniciativas por parte das pessoas. Este é visto como um reconhecimento da comunidade pelo que é feito, apesar de considerar que constitui apenas uma pequena parte da oferta que deveria existir, já que a consistência das ações poderia potenciar, efetivamente, transformações importantes no território e nas pessoas. A sua ação acaba por estar condicionada pelo facto de ser uma empresa que não pode financiar indefinidamente ações gratuitas, devendo essas ser apoiadas por outras entidades públicas no âmbito de políticas globais de intervenção social e educativa neste tipo de territórios (E4).

Das respostas dadas pelos outros entrevistados (E5; E6), verifica-se que o *feedback* é positivo, existindo ainda alguma desconfiança (E5) e constatando-se que o tempo será determinante na evolução da relação entre estes projetos e a comunidade, o que naturalmente trará no futuro uma maior perceção acerca daquilo que as pessoas sentem e pensam.

Tabela 20: Síntese das evidências presentes (questão 8)

| Questão: 8. Recebem <i>feedback</i> da comunidade local relativamente a esta interação? Relatam algum tipo de impacte/transformação no território e na própria comunidade? Como interpreta esses testemunhos?                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Evidências nas entrevistas                                                                                                                                                                                                        |
| “Posso-lhe dar um exemplo muito específico, uma pessoa que faz parte da nossa equipa, que é o responsável principal por toda a parte agrícola do projeto, ele vive ali ao nosso lado no Telheiro, e já o pai dele trabalhava para |

aqui no passado (...) ele acompanhou o projeto mesmo desde o início e em conversas várias vezes ele diz-nos que quando o nosso fundador começou a traçar um bocadinho daquilo que seria o esboço do que iria ser o projeto hoje em dia, ele dizia sempre que não tinha fé nenhuma que aquilo fosse funcionar. Porque na cabeça dele era dizer: “As pessoas vêm para aqui fazer o quê?” “Vêm para aqui olhar para pedras? Vêm olhar umas para as outras?” “Não há aqui nada!” (...) Mas a verdade é que a história acabou por dar razão a esta aposta e este caminho (...)” (E2)

“O feedback que recebemos dos nossos parceiros eu acho que é super especial porque nós quando trazemos cá a imprensa e quando comunicamos o que se faz aqui, não estamos só a comunicarmo-nos a nós, estamos a comunicar também estes parceiros. Eu acho que há uma relação de muita gratidão também por nós podermos mostrar estes projetos e mostrar o que está a ser feito cá na região. (...) há aqui uma relação de alguma gratidão e há uma troca.” (E2)

“Somos claramente uma referência, não só na região, mas a nível nacional, temos uma oferta turística desde os anos 90, portanto há um longo período de tempo (...)” (E3)

“(...) desde os anos 90 que mais ou menos todos os anos recebemos 20 a 30 mil visitantes. Portanto, isto tem um impacto considerável, reconhecido pelas pessoas da região (...) divulgamos o que nos diferencia e a região onde estamos faz parte disso,” (E3)

“A forma como interagimos também em termos de economia circular e de fornecedores locais, isto para todas as atividades, não só a turística (...) economia circular das pessoas que ficam alojadas na região quando nos vêm visitar, das pessoas que são nossos fornecedores de matérias-primas (...)” (E3)

“Sim, felizmente nós temos um sentimento de utilidade no nosso trabalho, nomeadamente para a comunidade local.” (E4)

“No ano passado, fizemos 3 workshops de taipa, a construção tradicional alentejana e foram todos gratuitos para residentes em Alvito. Nós somos 1 empresa, o que significa que nós tínhamos vagas para 15 pessoas, felizmente todas esgotadas, metade era de Alvito, nós pagamos para eles participarem. E eles regressaram à 2ª e regressaram à 3ª, e com isso foram intervencionar as suas casas, percebendo melhor como as suas casas estavam feitas e os problemas que tinham. Este foi o nosso contributo para a valorização da forma de construir tradicional alentejana. Isto para ser transformador, agora era preciso uma ação maior, consistente, eles terem na escola construção tradicional no Alentejo, aí sim, dava-se continuidade. Como não há essa política global, as nossas ações são sempre “cheirinhos” do que poderia ser.” (E4)

“A comunidade fica muito satisfeita, pede mais e pronto, depois nós não podemos dar eternamente coisas gratuitas, naturalmente. (...) no que diz respeito à comunidade, temos a certeza absoluta da validade do que fazemos (...)” (E4)

“Há pessoas que nos agradecem, já nos foi dito que o que estamos a fazer é serviço público para a população local, há outras pessoas que nos vêm como capitalistas que se estão a esconder atrás de uma mensagem ambiental e social.” (E5)

“O feedback que recebemos é geralmente muito positivo, a aldeia voltou a ter vida (...) Os moradores sentem-se valorizados, envolvidos e reconhecem a importância que o projeto teve para manter a aldeia ativa.” (E6)

Tabela 21: Síntese das evidências sobre o papel dos stakeholders locais na conceção, desenvolvimento e implementação do turismo regenerativo no território

| Objetivo 2. Analisar o papel dos <i>stakeholders</i> locais na conceção, desenvolvimento e implementação do turismo regenerativo no território.                                                                         |                            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|
| Subcategoria                                                                                                                                                                                                            | Entrevistado               |
| <b>Questão: 5.</b> Trabalham em parceria com entidades locais (escolas, associações locais, entidades municipais? Como? (ex.: para promover a participação ativa da comunidade; para manter viva a identidade cultural) |                            |
| Ausência de parcerias formais                                                                                                                                                                                           | E1; E6                     |
| Parcerias institucionais e comunitárias informais                                                                                                                                                                       | E2; E3; E4; E5; E7         |
| Relações com municípios e redes municipais                                                                                                                                                                              | E3; E4; E5                 |
| Relações com fornecedores locais                                                                                                                                                                                        | E5; E7                     |
| Apoios institucionais                                                                                                                                                                                                   | E6                         |
| Parcerias setoriais                                                                                                                                                                                                     | E7                         |
| Dificuldade de articulação com escolas locais                                                                                                                                                                           | E4                         |
| <b>Questão: 6.</b> Estão integrados em alguma rede de turismo regenerativo ou trabalham em articulação/colaboração com outros projetos semelhantes? (ex.: na região, a nível nacional ou internacional)                 |                            |
| Ausência de integração em redes de turismo regenerativo                                                                                                                                                                 | E1; E2; E3; E4; E5; E6; E7 |
| <i>Greenwashing</i> ceticismo face a certificações                                                                                                                                                                      | E1; E2                     |
| Colaboração informal com projetos semelhantes                                                                                                                                                                           | E2; E3; E4; E5; E6         |
| Valorização do trabalho em rede / parcerias estratégicas                                                                                                                                                                | E3; E4; E5; E7             |
| Participação em programas de sustentabilidade regionais                                                                                                                                                                 | E7                         |
| <b>Questão: 7.</b> Como descreveria a relação deste projeto com a comunidade local? De que forma esta está envolvida? Como evoluiu essa interação ao longo do tempo?                                                    |                            |
| Integração de trabalhadores locais                                                                                                                                                                                      | E1; E2; E3; E6             |
| Dificuldade de recrutamento e fixação de mão de obra                                                                                                                                                                    | E1; E3; E4; E5             |
| Desconfiança inicial da comunidade                                                                                                                                                                                      | E2; E5                     |
| Relação de confiança com a comunidade                                                                                                                                                                                   | E2; E5; E6                 |
| Formação e capacitação de colaboradores                                                                                                                                                                                 | E1; E2                     |
| Abertura do projeto à comunidade                                                                                                                                                                                        | E5; E6                     |
| Impacte económico e social positivo percebido                                                                                                                                                                           | E2; E3; E6; E7             |
| <b>Questão: 8.</b> Recebem feedback da comunidade local relativamente a esta interação? Relatam algum tipo de impacte/transformação no território e na própria comunidade? Como interpreta esses testemunhos?           |                            |



|                                                          |            |
|----------------------------------------------------------|------------|
| Reconhecimento progressivo e valorização local           | E2; E3; E6 |
| Sentimento de gratidão e cooperação com parceiros locais | E2; E3; E4 |
| Impacte económico de visibilidade regional               | E2; E3; E4 |
| Ações transformadoras de valorização cultural            | E4; E5; E6 |
| Percepções divergentes sobre o projeto                   | E5         |

### 5.2.3. Analisar a interação dos visitantes com o território e com a comunidade local e os efeitos desse envolvimento

#### 5.2.3.1. Interação entre a comunidade e os visitantes

A interação entre a comunidade e os visitantes, ainda que considerada importante pela maioria dos entrevistados, acaba por ser dinamizada e promovida de forma pontual, em interações que acontecem esporadicamente no contexto de algum evento (E3; E7), na envolvente do projeto (E6; E7) ou durante os trabalhos quotidianos que complementam a atividade turística, como por exemplo, os relacionados com o carácter agrícola de alguns dos projetos (E1; E5). Um dos entrevistados (E7) afirma que o objetivo é trazer as pessoas para o quotidiano do seu trabalho, envolvendo naturalmente as suas equipas, numa experiência que é personalizada mediante o próprio interesse e motivação do visitante. A existência de uma oferta cultural muito relevante no município, dinamizada por associações locais, leva um dos entrevistados (E5) a ter como objetivo de curto/médio prazo a integração desta programação na sua própria oferta, fazendo assim um género de parceria estratégica que possa também constituir-se como um fator diferenciador. Outro dos entrevistados (E2) refere o aproveitamento de uma festa local como mote para a realização de um evento na sua propriedade, envolvendo os visitantes e a comunidade, sendo esta principalmente representada por parceiros e fornecedores locais, que têm aqui uma oportunidade de mostrarem os seus produtos e a forma como estes são feitos. Esta celebração dá a conhecer outras expressões do património cultural da região, nomeadamente o cante alentejano, a gastronomia típica ou os jogos tradicionais, promovendo a curiosidade sobre o território e as suas tradições enquanto valoriza a autenticidade e o sentido de pertença. Verifica-se que esta entidade incentiva ativamente os visitantes a interagirem com o lugar e a sua comunidade, apesar de também disponibilizarem atividades próprias, pois pretendem que os clientes usufruam de uma experiência mais completa, não se limitando apenas à propriedade onde está inserido o hotel.

Constata-se o mesmo tipo de abordagem na resposta de outro dos entrevistados (E4), que através do seu projeto e de uma forma ainda mais significativa, promove o contato estreito entre pessoas. Ao promover atividades como os *workshops* de artes e ofícios com duração de vários dias, oferece aos visitantes a possibilidade de viver uma imersão na comunidade, partilhando do quotidiano desta, numa dinâmica que se pretende de mistura e partilha entre anfitriões e visitantes. Para que a experiência seja ainda mais completa, incentivam as pessoas a usarem o comboio como transporte preferencial, beneficiando assim de uma viagem que permite perceber perfeitamente a mudança de realidade de um território urbano como Lisboa para um território de interior no Alentejo (E4). A existência do comboio, que garante a mobilidade e a ligação a um grande centro urbano, é uma característica pouco comum nesta região, sendo apontada como um privilégio e uma oportunidade de valorização do próprio território. Para além das atividades que dinamizam com turistas, este entrevistado (E4) promove também campos de férias para crianças, seguindo a mesma lógica de mistura, com crianças locais e de outras regiões, numa dinâmica de interação entre realidades distintas que promove a partilha de conhecimentos e a sensibilização e reflexão sobre a diversidade. Verifica-se que nestes contatos entre a comunidade e os visitantes, nomeadamente através das oficinas e workshops, algumas entidades surgem como elemento fundamental na mediação entre as partes (E2; E5), colmatando questões como o desconhecimento do idioma, que muitas vezes é apontado por outros como uma barreira ao desenvolvimento de atividades.

*Tabela 22: Síntese das evidências presentes (questão 9)*

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Questão: 9. Dinamizam ações específicas com participação ativa da comunidade (artesãos, mestres em diversos ofícios, grupos locais, outros) e dos visitantes? Os visitantes são incentivados a interagir como participantes ativos ou são apenas observadores? (ex.: visitas a produtores, oficinas com artesãos, refeições comunitárias, festas locais)</b> |
| <b>Evidências nas entrevistas</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <p>“Às vezes fazemos um bocado informalmente com as atividades que estão a decorrer normalmente na Herdade, quando as pessoas estão lá a tirar cortiça ou estão a tirar o mel, convidamos os nossos hóspedes para irem lá ver.”</p> <p>(E1)</p>                                                                                                                 |

*“Às vezes aconselhamos “Vá visitar aquilo ou uma ceramista qualquer ali perto, aconselhamos as pessoas a ir lá, mas, ou seja, nós não temos, por exemplo, um evento anual onde juntemos essas pessoas todas. No futuro pode fazer sentido, para já é difícil.” (E1)*

*“Temos por exemplo a festa dedicada a São Lourenço (...) acabamos por ficar praticamente cheios com os nossos clientes, porque toda a gente que está connosco quer participar nesse dia e isso dá pouca margem para ter pessoas de fora a conseguirem vir (...) existe essa ideia de imiscuir parceiros e pessoas que trabalham connosco nessa celebração e estamos a falar, por exemplo, numa mostra de produtores. Convidamos as pessoas a estarem lá a mostrar o seu trabalho, aquilo que fazem e como é que o fazem.” (E3)*

*“Nesta festa para as crianças temos também uma oferta grande, uma série de jogos tradicionais, não só coisas mais gerais de Portugal, mas também alguns jogos mais específicos do Alentejo (...) há esta ligação sempre a uma atuação de cante alentejano, a gastronomia acaba por ser importante porque aquilo que se pode comer aqui é a cultura gastronómica do Alentejo, através de produtos específicos, através de preparações ou de pratos, por isso, isso também é outra maneira de o elemento cultural estar sempre presente.” (E2)*

*“(...) de forma mais explícita através das oficinas aqui no hotel, e sempre em contato direto com as pessoas da comunidade. Eu diria que depois também fazemos algum tipo de trabalho de promoção sobre o que está a acontecer na localidade, algum tipo de festividade ou atividade que possam ver e em que possam participar (...)” (E2)*

*“(...) praticamente todas as experiências que não somos nós a organizar “in house”, com o nosso staff, são feitas por pessoas da região. E muitas vezes, para não dizer em todos os casos, são pessoas que hoje fazem isto porque nós as desafiamos para o fazer. Por exemplo, nós temos 1 workshop de arranjos florais com uma florista de Reguengos de Monsaraz, que nós desafiamos a fazer isto, a D. Catarina, mesmo ela não falando inglês (...) temos sempre uma pessoa da nossa equipa que vai acompanhando para tentar fazer essa ponte.” (E2)*

*“Muitas vezes queremos que as pessoas não fiquem cá no hotel o tempo todo, porque nós não existimos, nós não somos uma bolha intransponível, não pretendemos isso, é precisamente o oposto. Nós tentamos “empurrar” quase as pessoas para fora o máximo possível (...)” (E2)*

*“Pontualmente, pontualmente, não de forma permanente, mas pontualmente sim, claro que sim. (...) Especialmente em eventos, normalmente é em eventos que isso acontece, eventos pontuais, não na oferta e na programação permanente.” (E3)*

*“Sim, sim. Fazemos o mesmo aqui no nosso campo de férias de crianças, misturamos as crianças que vêm para os nossos campos de férias, que são crianças com alguma capacidade, de famílias com capacidade económica, com os miúdos de cá.” (E4)*

*“Sim, nós somos pela mistura de pessoas de cá com as pessoas que vêm de fora. E agora de uma forma crescente, com as pessoas que vêm de fora a quererem participar e comungar com as pessoas que cá estão, eu diria isto numa fase pós-pandemia.” (E4)*

“(…) as nossas oficinas ou os nossos workshops têm como protagonista o artesão, não nos importa se fala inglês ou qualquer outra língua, se está treinado no que é fazer um workshop, nós estamos com o artesão para complementar o que ele possa não ter e ele pode partilhar a sua mestria, em última análise, se quiser, sem necessitar de falar. Muitas vezes os artesãos não são pessoas de exposição, esta mediação e esta interpretação é importante e nós achamos que a complementaridade é que faz a força desta oferta.” (E4)

“(…) nós aqui não fazemos workshops de artes e ofícios, são sempre imersões, mínimo 3 dias. As pessoas têm de dormir, que é uma coisa muito importante, é dormir no sítio (...) temos uma casa partilhada, portanto têm de dormir e partilhar cozinha, partilhar wc, e organizar-se, e a vida é feita aqui. Portanto, é ir comprar pão, explicamos onde é a mercearia, as pessoas aqui cumprimentam-se todas na rua, nós passeamos com as pessoas, mostramos a vila logo desde o início e não há ninguém que não fique encantado.” (E4)

“(…) uma coisa que nos agrada, que temos conseguido, diria nos últimos 2 anos, é as pessoas chegarem de comboio. Nós temos 5 comboios diretos com Lisboa, por dia, num sentido e mais 5 no outro, que demora 1h35 (...) E agora já começamos a ter clientes que valorizam o chegar de comboio, como uma introdução ao território, como uma ideia de sustentabilidade (...)” (E4)

“Temos uma oficina com o nosso apicultor na quinta e temos uma parceria com um fornecedor local para andar a cavalo aqui.” (E5)

“Nós queremos também a curto/médio prazo integrar na nossa oferta, porque também é uma estratégia de venda, de marketing, toda a oferta cultural que existe em Montemor. Montemor tem todos os fins-de-semana 2 e 3 mostras de teatro ou dança espetaculares, seja das Oficinas do Convento, seja do Espaço do Tempo, que são instituições culturais muito fortes e até muito relevantes em Portugal (...) E nós podemos integrar muitas das coisas que já existem. Mais uma vez ainda não tivemos tempo de fazer tudo isso, mas esse é o nosso objetivo.” (E5)

“Ainda estamos a estruturar essas ações de forma mais organizada, mas sempre que possível envolvemos os visitantes em festas locais e promovemos interações espontâneas com os moradores.” (E6)

“A ideia é que o turista seja parte ativa da aldeia durante a sua estadia. Incentivamos os visitantes a conversarem com os moradores e visitarem o pequeno café da aldeia (...)” (E6)

“Também promovemos empresas da região que oferecem experiências autênticas, como provas de vinhos, oficinas e visitas a produtores.” (E6)

“A filosofia inerente ao nosso enoturismo é a de conseguir trazer o cliente para que este se sinta parte de uma experiência e da nossa vida quotidiana, numa partilha e interação em que possa sentir o que acontece nas adegas e no trabalho dos nossos enólogos e equipas de viticultura.” (E7)

“(…) a nossa missão é a transmissão dos valores das nossas adegas, o porquê de fazermos os vinhos desta forma, o porquê da recuperação de castas desaparecidas. Queremos contar a história dos nossos vinhos e da região onde se encontram, este é um turismo de experiência, pouco apressado - o dito slow tourism, onde respeitamos o tempo, a vontade e o interesse de cada visitante. O vinho é um pretexto para “encontros” entre vinho e gastronomia, vinho e cultura, vinho e arte (...)” (E7)

### 5.2.3.2. Testemunhos dos visitantes

Relativamente ao *feedback* que recebem dos visitantes, vários entrevistados (E2; E3; E4) constataam que inicialmente as pessoas têm uma ideia vaga sobre o que é o Alentejo, sendo este caracterizado de forma muito genérica, ainda que o investimento que tem sido desenvolvido pelas entidades de turismo nacionais e regionais seja reconhecido como importante na visibilidade e divulgação da região (E3). No final da estadia, os visitantes mostram-se positivamente surpreendidos pela riqueza deste território e relatam um grande respeito pela sua identidade (E2; E3), muitos deles repetindo a experiência e tornando-se visitantes assíduos da região (E2; E7). O contato próximo e a interação com a comunidade durante a estadia dos visitantes, nomeadamente através de manifestações culturais e a participação em atividades e eventos específicos é considerada importante para esta perceção e para um conhecimento mais aprofundado acerca da região, valorizando as suas práticas e modo de vida (E3; E4). Verifica-se que um dos entrevistados (E4) refere isso como um aspeto fundamental da forma como desenha e organiza as atividades que dinamiza, optando por imersões de vários dias que permitem uma experiência mais próxima da comunidade.

A vivência de tempo de qualidade, num ritmo desacelerado e a oportunidade de experienciar uma ligação mais profunda ao lugar, num ambiente de simplicidade e ligação às pessoas é referido por dois entrevistados (E1; E6), constatando-se também que os visitantes se encontram mais disponíveis para estas vivências e para aprender sobre o lugar, precisamente porque se encontram de férias (E1). Verifica-se que o tipo de práticas agrícolas desenvolvidas por um dos projetos é inspirador para os visitantes, sendo um exemplo que desperta a curiosidade e a procura por mais conhecimento e uma possível aplicação nos seus contextos de origem (E1). Para além deste tipo de testemunhos, verifica-se que existe a perceção por parte de um dos entrevistados (E2), cujo projeto inclui uma vertente imobiliária, que muitas das pessoas que investiram na aquisição de lotes na sua propriedade, foram pessoas que inicialmente visitaram a região e que se identificaram com a sua identidade e vivência, assim como com a própria abordagem do projeto. Este facto é apresentado como um *feedback* bastante concreto e

objetivo sobre o impacto significativo que a experiência na região teve para estas pessoas, já que enquadra uma ligação ainda mais próxima ao lugar.

Outro dos entrevistados (E5) constata que quem melhor compreende o seu conceito são os visitantes estrangeiros, enquanto a maioria dos visitantes nacionais não está tão familiarizados com a abrangência desta temática e o propósito com que desenvolveram o projeto. Muitos dos visitantes ficam surpreendidos com a envolvente paisagística do hotel, que se integra na quinta e onde se pode constatar que o Alentejo pode ser verde, mesmo no verão, ao contrário da imagem generalizada de longas planícies amarelas que acompanham o imaginário desta região (E5). O *feedback* dos visitantes permitiu também identificar algumas questões relacionadas com a comunicação do projeto, sendo referido que uma maior interação entre quem lá trabalha e os visitantes mais interessados neste tipo de temáticas pode contribuir para um melhor entendimento sobre o diferencial deste projeto, posicionando-o de forma ainda mais relevante (E5). O reconhecimento por parte dos visitantes, nomeadamente os nacionais, do valor associado ao projeto e do trabalho único que ali é desenvolvido é também referido por um dos entrevistados (E4), sendo mesmo considerado um tipo de atividade que devia ser de responsabilidade pública. Apesar de reconhecer o valor e o impacto significativo das ações que desenvolvem, acreditam também que todos têm responsabilidades na sociedade e que podem assumir papéis relevantes na preservação e valorização do património cultural comum, independentemente de serem ou não entidades públicas.

Tabela 23: Síntese das evidências presentes (questão 10)

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Questão: 10. Recebem <i>feedback</i> dos visitantes relativamente a esta interação? Relatam algum tipo de impacto/transformação pessoal? Como interpreta esses testemunhos? (ex.: transformação pessoal; maior compreensão, empatia e respeito pelo lugar e a comunidade; reflexão sobre o seu papel como turistas; incentivo a práticas mais conscientes; estabelecimento de relações duradouras com o lugar e a comunidade, outros)</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <p><b>Evidências nas entrevistas</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <p>“(…) essas pessoas têm mais interesse porque estão num modo diferente, estão num modo de férias, querem aprender sobre o local.” (E1)</p> <p>“As pessoas precisam muito de desacelerar, precisam muito de se voltar a conectar e a ligar com a terra e as nossas casas permitem muito isso (….) isso ajuda a que as pessoas tenham uma ligação mais profunda com o local, com a natureza, com as pessoas com quem estão a dividir essa estadia (….)” (E1)</p> <p>“Aquilo que é mais impactante nas pessoas que nos visitam é o tipo de agricultura que nós fazemos. Quem nos visita fica muito interessado em eventualmente levar estas ideias também para os seus países e para as suas terras.” (E1)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <p>“Quanto a <i>feedbacks</i> concretos, o que acontece muito é que as pessoas não conheciam o Alentejo ou tinham assim uma ideia muito genérica e abstrata do que é que era e, que no final da sua estadia, as pessoas acabam por perceber melhor o que é e por valorizar muito.” (E2)</p> <p>“(…) já temos pessoas que ficam connosco ciclicamente todos os anos, à vários anos seguidos (….) como também temos uma componente imobiliária, porque nós temos 25 lotes dentro da propriedade, isto já foi alinhavado desde o início do projeto, que já foram todos vendidos para privados que queiram construir lá as suas casas, e eu acho que não lhe estaria a enganar se dissesse que 95% dessas, são pessoas que começaram por ficar lá alojadas e que gostaram tanto que quiseram ter uma casa ali também.” (E2)</p> <p>“Mais do que às vezes, as reviews no Google ou o que seja, estes comportamentos, estes padrões são o <i>feedback</i> direto e bastante objetivo, de como as pessoas gostam de estar ali, gostam da abordagem, identificam-se com a nossa forma de estar, mas também com aquilo que é a nossa região e a sua identidade.” (E2)</p> <p>“(…) há um enorme respeito depois de conhecerem o Alentejo e a parte toda da gastronomia, a cultura, o saber material que existe, que para muita gente é uma coisa que se revela e que depois sentem muito respeito.” (E2)</p> |
| <p>“A interação com a comunidade, por exemplo, através de grupos regionais, é obviamente uma forma de ajudar os visitantes a compreender, a interpretar e a perceber o valor, a valia e a riqueza do território onde nós estamos inseridos.” (E3)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |

*“O artesanato, o barro, as mantas de Reguengos, o cante alentejano, o trabalho em cortiça, a produção de mel, todas essas coisas estão integradas na nossa oferta e acrescentam valor à experiência e ajudam as pessoas a perceberem a riqueza daquele território.” (E3)*

*“As pessoas têm uma ideia vaga, muito vaga do Alentejo (...) está mais ou menos, de uma forma geral, identificado, caracterizado em linhas gerais, principalmente por causa do turismo e do investimento que o Turismo de Portugal, o Turismo do Alentejo tem feito. Mas não é especificamente, as pessoas acabam por ser surpreendidas de facto, pela riqueza (...)” (E3)*

*“No caso dos nacionais o que mais ouvimos é que isto devia existir por todo o país, é como acabam as visitas normalmente: “Muito obrigado pelo trabalho que fazem, isto devia existir em todo o país.” (...) e que fazemos trabalho que devia ser feito pelo estado, nós nem acreditamos muito nisso, nós achamos que a sociedade também tem responsabilidades, independentemente da forma como se organiza, empresa, associação, cooperativa, fundação, o estado somos nós, em última análise. (...) dizem que devia haver mais dinâmicas como a nossa.” (E4)*

*“Os estrangeiros têm um olhar diferente porque a perceção de um estrangeiro, eles tomam o que vêm aqui como Portugal, não têm uma grande capacidade de discernir se isto é específico de cá, por mais que nós tentemos explicar o que é o Alentejo e o modo de estar do Alentejo, que é algo muito específico.” (E4)*

*“(...) existe uma valorização e um maior respeito por essas práticas, pelo modo de viver, depois da participação das pessoas nas atividades (...) por isso é que nós aqui não fazemos workshops de artes e ofícios, são sempre imersões, mínimo 3 dias. (...) aqui o que para nós é importante é as pessoas verem este modo de vida.” (E4)*

*“Nós maioritariamente temos tido portugueses, porque como abrimos à pouco tempo o mercado que reage mais rapidamente é o mercado local (...) temos tido alguns estrangeiros. Quem melhor compreende o nosso conceito são claramente os estrangeiros, alemães, holandeses, suíços, franceses (...) Os portugueses acham giro, mas não estão tão por dentro destes temas (...)” (E5)*

*“As pessoas vêm e dizem que nunca viram jardins tão bonitos, que é espetacular como o Alentejo pode ser tão verde, é efetivamente uma zona de descanso e de relaxamento (...)” (E5)*

*“Nós tivemos aqui à pouco tempo uma holandesa, tipo influencer, que está muito preocupado com estes temas da sustentabilidade (...) pedi-lhe também feedback, “Olha, para além do que gostaste, o que é que achas?” Por mim eu gosto sempre que digam o bom e o mau, desde que seja construtivo. E ela disse: “Efetivamente adorei o vosso conceito e tudo que vejo”, disse mesmo: “É o único hotel que realmente vi até hoje ser consciente em tudo o que faz, mas só percebi isto porque o chef de cozinha deu uma volta comigo. “Se eu não tivesse tido essa volta com o chef de cozinha, eu não ia saber mais de metade do conceito ou do vosso posicionamento.” Portanto, falta também comunicação da nossa parte.” (E5)*

*“Muitos hóspedes partilham connosco a sensação de pertencimento (...) são bem acolhidos e gostam de ver a tranquilidade do dia a dia das pessoas da aldeia e o reencontro com valores esquecidos: o tempo sem pressa, a partilha, a simplicidade.” (E6)*



|                                                                                                                                                                                                                                                            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| “Há quem volte, quem recomende, e até quem diga que aqui encontrou um lugar onde gostaria de viver.” (E6)                                                                                                                                                  |
| “Os visitantes ficam bastante agradados com a forma como as nossas visitas e atividades se desenvolvem (...) Existe uma grande partilha entre nós e quem nos visita, por isso são experiências que se vivenciam com calma, à boa maneira alentejana.” (E7) |
| “Gostamos que as pessoas saiam com vontade de regressar, à nossa adega e à própria região, e isso acontece muitas vezes, o que se revela o melhor dos feedbacks.” (E7)                                                                                     |

Tabela 24: Síntese das evidências sobre a interação dos visitantes com o território e com a comunidade local e os efeitos desse envolvimento

| Objetivo 3. Analisar a interação dos visitantes com o território e com a comunidade local e os efeitos desse envolvimento.                                                                                                                                            |                    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
| Subcategoria                                                                                                                                                                                                                                                          | Entrevistado       |
| <b>Questão: 9.</b> Dinamizam ações específicas com participação ativa da comunidade (artesãos, mestres em diversos ofícios, grupos locais, outros) e dos visitantes? Os visitantes são incentivados a interagir como participantes ativos ou são apenas observadores? |                    |
| Interações informais e espontâneas com atividades locais                                                                                                                                                                                                              | E1                 |
| Promoção de visitas a artesãos e produtores locais                                                                                                                                                                                                                    | E1; E2; E5; E6     |
| Eventos locais com envolvimento de comunidade e visitantes                                                                                                                                                                                                            | E2; E3; E6         |
| Oficinas e experiências com membros da comunidade                                                                                                                                                                                                                     | E2; E4; E5; E6     |
| Criação de experiências imersivas e participativas                                                                                                                                                                                                                    | E4                 |
| Integração (mistura) entre visitantes e comunidade local                                                                                                                                                                                                              | E4; E6             |
| Mediação entre artesãos e visitantes                                                                                                                                                                                                                                  | E2; E4             |
| Envolvimento dos visitantes em práticas agrícolas e ambientais                                                                                                                                                                                                        | E1; E5             |
| Promoção da oferta cultural e artística local                                                                                                                                                                                                                         | E2; E5             |
| <b>Questão: 10.</b> Recebem feedback dos visitantes relativamente a esta interação? Relatam algum tipo de impacto/transformação pessoal? Como interpreta esses testemunhos?                                                                                           |                    |
| Transformação pessoal e reconexão com a natureza e território                                                                                                                                                                                                         | E1; E6             |
| Aprendizagem e inspiração para práticas sustentáveis                                                                                                                                                                                                                  | E1; E3; E4; E5     |
| Valorização da autenticidade da região                                                                                                                                                                                                                                | E2; E3; E4; E5; E7 |
| Respeito e empatia pelo modo de vida local                                                                                                                                                                                                                            | E2; E3; E4         |
| Fidelização e repetição de visitas                                                                                                                                                                                                                                    | E2; E6; E7         |
| Participação em experiências culturais autênticas                                                                                                                                                                                                                     | E3; E4; E7         |
| Perceção diferenciada entre visitantes nacionais e estrangeiros                                                                                                                                                                                                       | E4; E5             |
| Feedback positivo sobre autenticidade e bem-estar                                                                                                                                                                                                                     | E5; E6; E7         |
| Reconhecimento internacional da abordagem sustentável                                                                                                                                                                                                                 | E5                 |
| Necessidade de melhorar a comunicação sobre as práticas que aplica                                                                                                                                                                                                    | E5                 |

#### 5.2.4. Avaliar os impactes socioculturais do turismo regenerativo, percecionados no território

##### 5.2.4.1. Impactes identificados no território

Relativamente aos impactes identificados no território, verifica-se que a maioria dos entrevistados refere sobretudo as dimensões económica, social e cultural como as mais relevantes, destacando-se claramente as oportunidades de emprego como um aspeto bastante importante, pois permite a permanência da população local no território, assim como a fixação de outras pessoas de fora (E2; E3; E4; E5; E6; E7). Tendo em consideração que esta é uma região de interior e de baixa densidade, a atração e fixação de pessoas é essencial para a sua resiliência e para o seu desenvolvimento sustentável, ajudando a mitigar alguns dos problemas que, historicamente, assolam estes territórios. Um dos entrevistados (E4) refere mesmo que sente um grande orgulho no contributo que dá, através do seu projeto, para a fixação de pessoas naquele lugar. Verifica-se uma preferência pela contratação de pessoas da região (E2; E3; E6), apesar de esta não ser suficiente para colmatar as necessidades das entidades, principalmente das maiores, sendo crucial atrair talento de fora, dando-lhe as condições e a motivação para aqui se fixar, de modo a garantir também a estabilidade na operação da própria entidade (E2; E3). Neste sentido existe um grande investimento no desenvolvimento de estratégias de recrutamento, nomeadamente através de estágios, num trabalho de proximidade junto de instituições de ensino, assim como programas de formação interna, permitindo a identificação de talento e o seu desenvolvimento (E3). Um dos entrevistados (E5) refere a importância da sua política salarial para o estabelecimento de melhores condições de trabalho, ao promover uma certa concorrência entre entidades pela captação de recursos humanos, que pode ser benéfica para os trabalhadores.

Para além do trabalho que se desenvolve a nível de recursos humanos, existe uma outra vertente importante, que está relacionada com os parceiros e fornecedores locais. Também aqui se verifica um investimento por parte das entidades na construção de relações de confiança e de longa duração (E2; E3; E4; E7), que tragam benefícios mútuos, sendo reconhecido que muitas vezes esse é um processo longo porque os próprios parceiros não estão familiarizados com esta escala de serviços e precisam de ajuda para a otimização do seu próprio negócio (E3). Existe a perceção da evolução que se tem

verificado no território a diversos níveis, tais como a agricultura, a vitivinicultura e o turismo (E3), numa lógica de complementaridade de atividades que ajudam a preservar a identidade rural tão característica da região, enquanto contribuem para o seu desenvolvimento.

Existe, por parte das entidades, uma plena consciência do papel relevante que desempenham nestes territórios (E2; E3; E4; E5; E7), havendo um sentido de grande responsabilidade e compromisso com a região e a sua comunidade, numa relação de interdependência mútua. Se por um lado, estes projetos dão visibilidade ao território, criando oportunidades e novas dinâmicas que não existiriam sem a sua presença (E2; E4), por outro lado, ganham valor e diferenciação pela autenticidade e características únicas que o lugar e a comunidade lhes garantem. O maior conhecimento acerca da região e o destaque que alcança como destino diferenciado, nomeadamente através dos projetos que aqui se estabeleceram (E2; E7), contribuem para uma valorização da identidade e modo de vida da região, um aspeto revelante na dimensão social e cultural, porque eleva o sentido de pertença e o orgulho comunitário através do reconhecimento do valor do seu património cultural, material e imaterial, ou seja, daquilo que faz parte do seu quotidiano e das suas vivências (E4). Verifica-se que um dos entrevistados (E4) aponta o posicionamento cultural e artístico como crucial para a afirmação deste tipo de territórios, sendo necessário investir na educação para que as pessoas consigam conhecer aquilo que têm e perceber o seu valor. Este entrevistado (E4) realça o seu papel ativo e as ações concretas que desenvolve em prol do património cultural, afirmando que muito dele estaria verdadeiramente em risco se o seu projeto não existisse, referindo também a importância da dinamização cultural e artística que promove no seu espaço. Verifica-se que existe o objetivo de ter um verdadeiro impacto no lugar e na comunidade, extrapolando os limites dos próprios projetos e exercendo influência no sentido de um outro tipo de turismo (E5), pois isso terá realmente impacto na região. Ao servir como exemplo e inspiração para outros empreendedores, são criadas as condições para uma dinâmica mais alargada que permite um desenvolvimento local sustentado e a geração de benefícios para todos (E2; E4; E5).

Na dimensão ambiental, os impactos são visíveis na regeneração do solo e reconversão da paisagem (E5), assim como no aumento do número de animais (E2) nas

propriedades onde os projetos se desenvolvem. Apesar de nenhum dos entrevistados apresentar concretamente sistemas de monitorização e avaliação destes impactos, um deles (E2) faz referência a um estudo extensivo que foi efetuado recentemente e que irá permitir, no futuro, comparar os dados agora recolhidos com outros. Verifica-se também que a implementação de algumas certificações, permite criar processos de análise e monitorização de dados, alguns deles já existentes, mas que as entidades não estavam a considerar como relevantes (E2). Um dos entrevistados (E5) afirma que gostaria de estabelecer uma parceria com alguma entidade independente, nomeadamente uma universidade, para desenvolver este trabalho de avaliação e sistematização dos impactos, referindo que seria importante para a validação efetiva do trabalho desenvolvido. Outro dos entrevistados (E1) refere que o seu projeto é inspirador para as pessoas que pretendem seguir o mesmo caminho, sendo nessa medida importante, mas revela que ainda não consegue ter uma noção concreta da influência que isso pode ter no território. Como é uma abordagem bastante diferente daquilo que é o padrão habitual, considera que para já o impacto é pequeno e pode demorar tempo até que se manifeste de forma mais significativa.

*Tabela 25: Síntese das evidências presentes (questão 11)*

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Questão: 11. Que impactos e transformações mais significativos identifica no território desde o início do projeto? (ex.: sociais, culturais, ambientais ou económicos) Tem forma de monitorizar e avaliar esses impactos? Pode dar exemplos concretos? (ex.: alguma mudança social direta do projeto na comunidade; novas oportunidades de emprego, reforço da autoestima e sentimento de pertença, reforço de redes/parcerias locais, fixação de população, captação de novos residentes, outros)</b></p>                                                                                                                                                                                                                                    |
| <p><b>Evidências nas entrevistas</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <p><b>Dimensões económica e social:</b> “(...) nós começamos a desenvolver este projeto e a herdade ao nosso lado foi comprada por uma pessoa que também quer desenvolver um projeto parecido. O nosso projeto foi inspirador e levou a que outros quisessem seguir também este caminho, o que é muito importante.” (E1)</p> <p>“Isto é um projeto muito inspirador para todas essas pessoas que nos visitam, agora a influência que isto tem ali à volta, ou no município ou por aí fora, acho que é muito pequena porque as pessoas não estão, não sei, acho que não estão preparadas. (...) pode demorar o seu tempo, são projetos de longo prazo, que acabam por ser um bocado à frente daquilo que as pessoas estão preparadas (...)” (E1)</p> |
| <p><b>Dimensões económica e social:</b> “A parte social e económica e de emprego é das mais importantes, mesmo a parte de fixação de população (...) Mesmo as pessoas que vêm de fora para trabalhar no Alentejo, apesar do nosso foco</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |

serem pessoas da região, temos pessoas de outras partes do país e do mundo a trabalhar connosco, mas sentimos que muitas das pessoas acabam por querer assentar aqui, temos exemplos na nossa equipa (...)” (E2)

“(...) é sempre difícil falar sobre isto, sem parecer que existe assim alguma, vá, não quero dizer arrogância, mas é assim, naturalmente que nós causamos um impacto. (...) nós sentimos que, até certa medida, por existirmos ali e por termos um trabalho tão abrangente como temos, acabamos por criar mais oportunidades, por exemplo, para os jovens da região para continuar a sua vida lá.” (E2)

“Temos pessoas que ficaram connosco já várias vezes e já compraram casa na região ou que estão a fazer pequenos negócios à nossa volta também.” (E2)

**Dimensões social e cultural:** “Esta parte de valorização e de um maior conhecimento do que se faz, eu acho também que é das que tem mais valor. (...) do ponto de vista da visibilidade que um projeto como o nosso, que acaba por ser bastante mediático, consegue ter, acho que também é inevitável, ou seja, há mais pessoas a quererem descobrir o Alentejo.” (E2)

**Dimensão ambiental:** “Desde o início deste ano começamos a trabalhar com um biólogo “full time” que faz parte da nossa equipa fixa, que era alguém que também já estava a trabalhar connosco para aí à 5/6 anos, mais ou menos, como fornecedor externo (...) ele tem feito um trabalho muito extenso ligado à parte da fauna e flora, nomeadamente de catalogação da diversidade que existe, e passou pouco mais de um ano a fazer um estudo extensivo de identificação e catalogação de todas as espécies encontradas dentro da herdade. (...) esse trabalho está concluído, pronto, mas é difícil conseguirmos olhar para ele e tirar conclusões sobre a evolução porque não temos nada para comparar com, só daqui para a frente será possível.” (E2)

“Aquilo que nós conseguimos fazer, se calhar, num ponto de vista um bocadinho mais informal e empírico, mas é ver, por exemplo, coisas que não aconteciam antes e agora passaram a acontecer. Por exemplo, apesar dos javalis ser algo que existe muito naquela zona, nós nunca tínhamos tido uma presença tão grande deles no montado como temos agora. Acho que há estes casos muito específicos que nos permite perceber que há um impacto direto das nossas decisões na maneira como a natureza depois reage.” (E2)

“(...) este processo todo da B Corp revela que existem dados e coisas que já tínhamos e que já estávamos a fazer esse caminho, mas que não estávamos a contabilizá-los, começamos a fazê-lo agora, por isso vamos ter mais medidas no futuro também.” (E2)

**Dimensões económica e social:** “A região tem evoluído muito, não é, tanto em termos agrícolas como de produção de vinho, depois também em termos de estrutura para oferta turística (...)” (E3)

“Nós sempre tivemos uma política, inicialmente até por necessidade, porque sempre foi muito complicado atrair talento e pessoas com experiência para trabalhar no interior do país, e quando se conseguia fazer era sempre a prazo, portanto já à muitos anos que mudamos a estratégia, a nossa estratégia de recrutamento (...) trabalhamos muito de perto com escolas técnico-profissionais, escolas secundárias e algumas universidades e portanto temos todos os anos muitos alunos a fazerem estágios connosco e isso é uma forma de nos ajudar a conhecê-los e a

identificar quando existe talento, quando existem pelo menos as características indicadas em termos de carácter para trabalharem em turismo.”(E3)

“Depois tentamos recrutar essas pessoas e depois formá-las dentro de casa, é uma coisa que dá bastante trabalho mas é uma coisa que nos traz outras vantagens (...) pelo menos durante algum tempo as pessoas estão estáveis e estão na região onde vivem, estão a trabalhar, sentem-se valorizados porque estão a evoluir e estão a aprender, sentem-se também orgulhosos porque trabalham numa empresa que é reconhecida, que faz um bom trabalho, portanto acabam por ter a possibilidade de evoluir e de crescer profissionalmente e portanto acaba por existir uma estabilidade, com isso também acredito que ajudemos a fixar jovens e talento na região.”(E3)

“A mesma coisa pelo lado dos fornecedores, nós procuramos muito trabalhar com pequenos agricultores, com os fornecedores locais (...) valorizar o produto deles, destacá-lo e dar-lhes realce. É muitas vezes um trabalho longo, demora tempo até se desenvolverem relações de confiança com estes parceiros, depois são pessoas também de uma escala pequena, muitas vezes não estão tão habituados a ter estas relações comerciais de longa duração (...) Tentamos desenvolver relações estáveis com os nossos parceiros.”(E3)

**Dimensões económica e social:** “Primeiro talvez das coisas que tenho mais orgulho, pessoas que passaram a viver cá por motivo da nossa empresa (...) todas elas jovens, todas elas com família (...) Compraram casa (...) uma delas, depois de passado 11 anos saiu da empresa e foi trabalhar para a área artística, o marido também ficou aqui, investiu num negócio de ervas aromáticas (...) Temos outra pessoa que é a nossa diretora financeira, também nova, que voltou à terra dela, que é Trigaches, ela estava em Lisboa, o mesmo processo, casada, com filhos.”(E4)

“E temos outra pessoa, mas que já é pós-pandemia (...) deste pessoal que anda por fora, dos nómadas digitais, portanto já é essa figura e que trabalhou na Comissão Europeia, também nova (...) acabou por comprar casa em Alvito e que agora trabalha entre Bruxelas e Alvito e Lisboa.”(E4)

(...) eu diria que essas 3 pessoas, assim de uma forma direta, são a evidência de como é importante haver investimento também privado na área da cultura. E o tipo de qualificação de equipamentos, casas neste caso, mas também de valorização do mercado, de mais crianças, portanto, gente jovem (...)”(E4)

**Dimensões social e cultural:** “Depois a recuperação de património, contribuímos diretamente para a recuperação de igrejas que não tinham qualquer previsão de serem recuperadas, juntando mecenas e outros tipos de financiamento, portanto, há património do século XV que não vai cair graças à, graças ao trabalho que desenvolvemos.”(E4)

“Depois a nossa sede, que é uma mercearia centenária, uma loja com história que fechou e iria ser certamente destruída e que nós recuperamos na totalidade e que está aberta ao público (...) criamos uma dinâmica, temos uma exposição de artes e ofícios, temos brinquedos para crianças, 1 piano (...) é uma tentativa de contribuir para o único posicionamento que nós achamos que faz sentido num território como este, que é o posicionamento artístico. É só pela via da cultura que estes territórios, pela via da cultura, da criatividade que estes territórios se podem afirmar.”(E4)

“(…) sim, a população local acaba por ter mais orgulho, sentido de orgulho no que existe aí, naquilo que entre aspas é banal e mais conhecimento. (...) sei que contribuímos primeiro para o conhecimento, porque nós ensinamos às pessoas aquilo que eles ainda não sabem relativamente ao património cultural e depois para o autorreconhecimento da importância do património cultural que têm, material e imaterial.” (E4)

**Dimensões económica e social:** “Do ponto de vista humano e social, há transformações certamente (...) Por exemplo, uma transformação, nós ao pagarmos salários cada vez mais altos, como há falta de mão de obra, estamos a obrigar os outros hotéis a pagar salários mais altos. Porque quando abrimos começamos à procura de pessoas, as pessoas começaram a saltar dos outros hotéis para nós. (...) Agora se esses hotéis quiserem vir buscar outra vez têm de pagar mais. Isto tem um impacto, ou seja, nunca tinha pensado nisto desta forma, mas efetivamente tem porque há pouca oferta de pessoas qualificadas.” (E5)

“(…) no fundo quase que existe uma espécie de cartelização dos salários na hotelaria, que é, é assumido que o salário mínimo é o que se paga, mas os hotéis, principalmente os que já estão no mercado à muito tempo, podem pagar mais. (...) ao dizermos que nós pagamos salários mais altos que o mínimo, eu não me orgulho em pagar 1000€, orgulho-me em dizer: “Olha, estamos a começar, ainda nem sequer conseguimos cobrir os custos, mas mesmo assim não comecei a pagar o salário mínimo.” Mas idealmente as pessoas deveriam ganhar mais (...)” (E5)

“(…) se nós ajudarmos a influenciar um outro tipo de turismo e sermos um standard ou um exemplo diferente que seja seguido, aí sim temos um impacto positivo no território (...) E é muito importante o nosso impacto para além-fronteiras, ou seja, além das fronteiras da nossa quinta. (...) é muito importante quem está a trabalhar fazer parte da nossa vontade. E isso para mim é, no fundo, a tal mudança ou o tal impacto que nós queremos ter na região.” (E5)

**Dimensão ambiental:** “(...) em termos naturais, claramente é um exemplo, muita gente vem e diz: “Eh pá, eu também vou na minha quinta plantar mais árvores.” Porque vêm que é possível, que as árvores crescem, que estão verdes no verão (...)” (E5)

“Nós próprios notamos uma melhoria no meio ambiente (...) perto das árvores a temperatura é muito mais baixa, vemos muito mais animais a voltarem (...) E acima de tudo estamos a regenerar os solos, porque os solos no Alentejo estão muito empobrecidos. (...)” (E5)

**Monitorização e avaliação dos impactos:** “Nós queríamos fazer uma parceria com uma universidade, nós não temos capacidade para fazer a avaliação disto (...) estivemos a ver se existia uma universidade, um instituto que quisesse efetivamente acompanhar este desenvolvimento (...) isso ser sistematizado de uma forma em que nós pudéssemos mesmo dar o exemplo e as pessoas compreenderem. “ (E5)

**Dimensões económica e social:** “Identificámos um aumento do fluxo turístico, novas oportunidades de trabalho para os moradores (...) Pessoas que pensavam sair da aldeia escolheram ficar e novas pessoas que até viram o alojamento como uma oportunidade de crescimento da aldeia. “(E6)

**Dimensões ambiental e cultural:** “Podemos considerar, desde logo, a preservação, a reabilitação e a valorização de todo o património e legado do Paço do Morgado de Oliveira, não só dos edifícios em si, mas também da própria propriedade que integra toda a parte natural, a fauna, a flora, todo esse ecossistema riquíssimo.” (E7)

**Dimensões económica e social:** *“O facto de existirmos aqui neste lugar faz toda a diferença para a região, porque estamos a intervir no território de forma consciente e sustentável, assim como estamos a projetar a sua visibilidade a nível nacional e internacional, principalmente para um tipo de público diferenciado e que procura um turismo de qualidade.”* (E7)

*“A criação de mais oportunidades de emprego e de crescimento profissional é também uma transformação significativa para a região, seja para as pessoas locais, como para outras que se queiram fixar aqui. Sabemos que estas zonas do interior foram perdendo população ao longo dos anos e a fixação de pessoas, nomeadamente jovens, é um dos grandes desafios que enfrentam.”* (E7)

*“O trabalho que desenvolvemos com fornecedores locais, por exemplo no âmbito de atividades turísticas complementares à nossa oferta, fomenta também a economia local.”* (E7)

#### 5.2.4.2. Contributo para o desenvolvimento local

Quando questionados acerca do contributo do projeto que desenvolvem para a resiliência social e cultural da região, assim como para o desenvolvimento local, numa perspetiva de longo prazo, todos os entrevistados concordam que existem realmente contributos. Os projetos que se encontram mais consolidados apresentam naturalmente uma maior perceção desses contributos e das mudanças que foram constatando ao longo dos anos (E2; E3; E4). Verifica-se que a criação de oportunidades que servem de motivação para as pessoas permanecerem na região, assim como a valorização do Alentejo enquanto destino diferenciado, com uma vasta riqueza natural e cultural são a materialização do trabalho que várias entidades desenvolvem com orgulho e grande sentido de responsabilidade (E2; E3; E4; E6; E7). Um dos entrevistados (E5) afirma a importância de se construir o caminho para um turismo melhor, que seja entendido por todos como o caminho correto, sendo mais bem aceite porque beneficia efetivamente as diferentes partes envolvidas e tem em consideração todas as dimensões, desde a ambiental, à económica, social e cultural. Nesta perspetiva, a mudança só é possível através de uma visão partilhada e de um trabalho conjunto, em que o objetivo é servir de exemplo para influenciar e impulsionar um novo turismo (E5). Outro dos entrevistados (E1) reforça que para isto tudo acontecer é preciso que as pessoas queiram, efetivamente, fazer parte da mudança.



Tabela 26: Síntese das evidências presentes (questão 12)

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Questão: 12. Considera que este projeto contribui para a resiliência social e cultural da região, assim como para o desenvolvimento local, numa perspetiva de longo prazo? Como? (ex.: promove processos de valorização, revitalização e resiliência do território e da comunidade; potencia o desenvolvimento local numa perspetiva de futuro, outros)</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <p><b>Evidências nas entrevistas</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <p>“Eu acho que pode criar riqueza local, IMI’s para o município, pode valorizar as outras partes imobiliárias à volta do nosso projeto (...) Pode inspirar muitas outras pessoas (...) Agora é preciso as pessoas quererem, não é?” (E1)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <p>“Certamente, por existirmos ali e por termos um trabalho tão abrangente como temos, acabamos por criar mais oportunidades, damos motivos e oportunidades às pessoas: “Olha, se calhar, eu não tenho de ir para outro sítio qualquer, se calhar posso continuar aqui e fazer o meu caminho aqui.” (E2)</p> <p>“A valorização é um maior conhecimento do que se faz aqui, através da visibilidade não só a nós, naturalmente, mas depois, por continuidade também às nossas pessoas todas, à nossa região e à nossa identidade (...) há mais pessoas a virem ao nosso cantinho do Alentejo em específico.” (E2)</p> <p>“Se antigamente se olhava para o Alentejo e se assumia que ninguém ia achar interessante aquele território, nós também temos feito um trabalho nisso, em demonstrar a riqueza de tudo isto, valorizando esta região.” (E2)</p> <p>“E no geral, para não falar só no nosso caso, penso que toda aquela região está a começar a ter uma atividade maior ligada ao turismo, acho que isso começa a ter um impacto deste género, mais oportunidades, mais perspetiva de evolução e de carreira do que, se calhar, havia antes.” (E2)</p> |
| <p>“Sem dúvida, a todos os níveis, a fixação de pessoas, o contributo para a divulgação da cultura local (...) a cultura engloba tudo, arquitetura, gastronomia, artesanato, tudo isso.” (E3)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <p>“Um projeto como o nosso é um projeto que, de facto como os visitantes dizem, deveria existir em todas as regiões com estas características porque faria toda a diferença. Quanto mais pobre é a política pública no território, mais importante são os agentes como nós. E a melhor maneira de ver isso é, se não existíssemos o que seria de Vila Nova da Baronia, se não estivéssemos aqui, se não tivesse a Rota do Fresco, completamente desconhecida e sem qualquer relevância no mapa.” (E4)</p> <p>“(…) toda esta gente que empregamos que não estaria empregue, toda esta gente que é relevante (...) nós somos um território com 2200 pessoas, por isso isto é bastante significativo.” (E4)</p> <p>“(…) trazemos pessoas a vir cá, tivemos agora uma participante que é a 4ª vez que vem fazer um atelier (...) mora na Noruega (...)” (E4)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>“Não tenho qualquer dúvida que somos um agente muitíssimo válido no desenvolvimento deste território. Acho que seríamos em qualquer sítio, acho que a filosofia, abordagem, metodologia, felizmente que é aqui, porque é o território com que nos identificamos, apesar de não termos nenhuma relação de origem com o Alentejo. Aachamos que é um território de futuro e achamos que devia existir muito mais empresas como a nossa pelo país fora, mas também achamos que é muito difícil.” (E4)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <p>“Eu penso que se o turismo for melhor, na generalidade, quer seja para a sociedade, seja para o ambiente, é algo que é melhor aceite e é, efetivamente, melhor para todos. (...) se as pessoas ganharem melhor, se os hotéis comprarem produtos efetivamente locais ou usarem serviços locais para a construção, para a manutenção (...) se os visitantes, os hóspedes se sentirem efetivamente parte de um sistema que é aceite, que é um sistema que as pessoas vêm como o certo, o próprio turismo passa a ser melhor.” (E5)</p> <p>“(…) é preciso criar um turismo resiliente, e o turismo resiliente não é só também estar à espera que os turistas venham de fora por 3 ou 4 dias, é também ver que tipo de turismo queremos no futuro. (...) Se o turismo na generalidade fizer sentido, ou seja, em termos ambientais e sociais, é melhor para todos.” (E5)</p> <p>“(…) eu ser a única pessoa ultra sustentável no mundo inteiro, então mais vale estar quieto e não fazer nada, porque não serve de nada eu sozinho ser sustentável, temos de ser muitos a ter essa atitude. Nós sozinhos também não vamos mudar nada porque o que queremos é ser uma força impulsionadora deste novo turismo, digamos assim. (...) Copiem a nossa forma de estar e o facto destas decisões estarem presentes em tudo.” (E5)</p> |
| <p>“Sem dúvida. Estamos a criar raízes com o futuro, respeitando o passado. Ao recuperar casas e memórias, ao envolver os habitantes, ao mostrar que é possível fazer turismo com propósito, estamos a reforçar a identidade do território e a sua capacidade de se reinventar. Tudo isto com o objetivo de que a aldeia continue a ser vivida (...) por quem cá nasceu e por quem a descobre.” (E6)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <p>“Sim, sem dúvida. Através de tudo o que já foi mencionado anteriormente, este projeto contribuiu de forma decisiva para um desenvolvimento local sustentável e resiliente, com base numa identidade cultural muito própria. (...) contribuimos para a economia da região, gerando empregos e impulsionando o comércio local, enquanto fomentamos a preservação e valorização dos seus valores culturais e históricos.” (E7)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |

Tabela 27: Síntese das evidências sobre os impactes do turismo regenerativo na dimensão sociocultural, percecionados no território

| Objetivo 4. Avaliar os impactes do turismo regenerativo na dimensão sociocultural, percecionados no território.                                                                                                                                                      |              |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| Subcategoria                                                                                                                                                                                                                                                         | Entrevistado |
| <p><b>Questão: 11.</b> Que impactes e transformações mais significativos identifica no território desde o início do projeto? (ex.: sociais, culturais, ambientais ou económicos) Tem forma de monitorizar e avaliar esses impactes? Pode dar exemplos concretos?</p> |              |

|                                                                                                                                                                                         |                    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
| Inspiração para outros projetos                                                                                                                                                         | E1; E2; E5         |
| Criação de riqueza local e valorização imobiliária                                                                                                                                      | E1                 |
| Criação de emprego e fixação de população                                                                                                                                               | E2; E3; E4; E6; E7 |
| Atração de novos residentes e empreendedores                                                                                                                                            | E2; E4             |
| Valorização social e visibilidade do território                                                                                                                                         | E2; E4; E7         |
| Preservação e reabilitação do património cultural edificado                                                                                                                             | E4; E7             |
| Fortalecimento do orgulho e identidade local                                                                                                                                            | E4; E6             |
| Dinamização da economia local                                                                                                                                                           | E2; E3; E5; E6; E7 |
| Promoção de relações com fornecedores locais                                                                                                                                            | E2; E3; E7         |
| Melhoria das condições laborais                                                                                                                                                         | E5                 |
| Aumento da atratividade do território / maior fluxo turístico                                                                                                                           | E2; E6; E7         |
| Impactes ambientais positivos                                                                                                                                                           | E2; E5; E7         |
| Monitorização dos impactes                                                                                                                                                              | E2                 |
| Necessidade de colaboração para monitorização impactes                                                                                                                                  | E5                 |
| Contribuição para a regeneração e sustentabilidade ambiental                                                                                                                            | E2; E5; E7         |
| <b>Questão: 12.</b> Considera que este projeto contribui para a resiliência social e cultural da região, assim como para o desenvolvimento local, numa perspetiva de longo prazo? Como? |                    |
| Criação de riqueza local e valorização imobiliária                                                                                                                                      | E1                 |
| Criação de oportunidades e incentivo à permanência na região                                                                                                                            | E2; E3; E6; E7     |
| Promoção da cultura e da identidade local                                                                                                                                               | E2; E3; E4; E6; E7 |
| Afirmação do território através da cultura e criatividade                                                                                                                               | E4                 |
| Contributo para o desenvolvimento territorial                                                                                                                                           | E4; E5; E7         |
| Promoção do turismo responsável e de qualidade                                                                                                                                          | E5; E7             |
| Estímulo à mudança de paradigma no setor do turismo                                                                                                                                     | E5                 |
| Reforço da identidade territorial e sentimento de pertença                                                                                                                              | E4; E6; E7         |
| Valorização do património cultural material e imaterial                                                                                                                                 | E4; E6; E7         |
| Criação de redes locais e fortalecimento da coesão comunitária                                                                                                                          | E2; E4; E6         |
| Projeção nacional e internacional da região                                                                                                                                             | E2; E4; E7         |

## 5.2.5. Identificar os principais desafios, oportunidades e potencial do turismo regenerativo no território estudado

### 5.2.5.1. Desafios enfrentados

Relativamente aos principais desafios que os projetos enfrentam no desenvolvimento da sua atividade, verifica-se que a questão dos recursos humanos se destaca, sendo referida pela maioria dos entrevistados (E1, E2, E3, E4, E7). É possível constatar que, mesmo em projetos já consolidados (E2, E3, E4) este desafio continua a persistir, verificando-se que existe uma dificuldade em atrair pessoas para o setor do

turismo (E2). O facto de se tratar de uma região de interior e outros fatores, como por exemplo, a dificuldade em arranjar habitação a preços compatíveis com a sua capacidade económica, podem também constituir-se como condicionantes à atração de trabalhadores (E3). Decorrente desta situação relacionada com os recursos humanos, surgem ideias para promover a capacitação e educação na região, através da criação de um hotel-escola ou centro de formação (E2), que numa perspetiva de futuro, podem ajudar a solucionar alguns dos problemas sentidos atualmente por estas entidades. Verifica-se também a necessidade de uma maior sensibilização e conhecimento acerca do que é o trabalho em turismo e hotelaria, permitindo que isso ajude a valorizar funções que se encontram, de certa forma, marginalizadas (E2). Existe o reconhecimento que este é um trabalho constante, num equilíbrio entre a manutenção do que está bem feito e a atenção permanente ao que surge de novo, aquilo que pode ser melhorado, num processo de inovação e melhoria contínua (E2).

A questão das parcerias e dos apoios institucionais, nomeadamente com entidades municipais e organismos públicos do setor do turismo são referidos por dois dos entrevistados como um aspeto importante (E1; E6), apesar de outro entrevistado (E4) considerar que o desenvolvimento se dá muito pelo trabalho numa escala individual, sendo difícil perspetivar uma estratégia mais abrangente, pelo desinteresse generalizado em abraçar esse caminho. O turismo é visto como uma alavanca do desenvolvimento, desde que seja um turismo de qualidade, que para além da componente económica, tenha também uma missão e sentido cívico de trabalho em prol da comunidade, com benefícios e retorno efetivo para esta (E4). A dependência excessiva do estado, assim como o monopólio que este exerce, nomeadamente na gestão do património cultural, é referido como um entrave ao desenvolvimento de mais projetos que trabalhem neste cruzamento entre cultura e turismo (E4). A combinação destas duas áreas de atividade é crucial para a preservação das características diferenciadoras dos territórios, permitindo alcançar um equilíbrio entre o desenvolvimento desejado e a manutenção da identidade e autenticidade, conforme se verifica nas entrevistas (E4; E6).

Para além dos aspetos destacados na maioria das entrevistas, verifica-se que existem referências a outras questões pertinentes que merecem reflexão no âmbito do turismo, nomeadamente as conjunturas internacionais (E2) e o *greenwashing* (E5), tema

que foi surgindo em respostas a outras perguntas também. Relativamente aos fatores externos, nomeadamente os acontecimentos internacionais que influenciam a performance das entidades do setor turístico, verifica-se que a diversificação de mercados é apontada como uma forma de mitigar a instabilidade, minimizando os riscos existentes (E2). Em relação ao *greenwashing*, existe uma grande preocupação com esta temática, porque verifica-se uma utilização constante da sustentabilidade como fator diferenciador e de posicionamento, mesmo quando esta é, na verdade, apenas uma estratégia de marketing e comunicação, não tendo correspondência efetiva na operação de muitas entidades e nas ações concretas que desenvolvem (E5). Isto contribui para que se gere um sentimento de impotência entre os projetos que estão efetivamente comprometidos com estas práticas, enquanto gera também cansaço e confusão nos consumidores, que não conseguem perceber o que é verdade ou não. O desinteresse e a generalização das certificações de sustentabilidade, muitas delas baseadas em critérios questionáveis, são na opinião de um dos entrevistados (E5), problemas sérios para os projetos que integram de forma responsável e consciente todos estes aspetos, sendo mais difícil posicionarem-se no mercado. A construção de perceções formatadas, baseadas numa comunicação distorcida sobre o que é ser sustentável, do valor que isso tem e do acesso privilegiado que só está ao alcance de alguns, coloca muitos desafios a projetos recentes que têm uma abordagem inovadora e que se pretendem posicionar como alternativa ao já existente, combinando a sua localização em ambiente rural com características mais contemporâneas, próprias da vivência atual (E5).

*Tabela 28: Síntese das evidências presentes (questão 13)*

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Questão: 13. Quais os principais desafios que enfrentam neste “caminho regenerativo”? Que medidas, apoios ou recursos consideram necessários para reforçar os impactes positivos no território? (ex.: captação de mão de obra; aprofundar a ligação à comunidade local; promover um maior envolvimento dos visitantes, outros)</b></p>                       |
| <p><b>Evidências nas entrevistas</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <p><b>Parcerias e apoios institucionais:</b> “Eu acho que isto obrigaria um bocadinho o Turismo de Portugal e o município a terem uma outra consideração por quem faz as coisas bem e por quem está preocupado em trazer projetos inovadores e projetos especiais, que eu sinto também que não acontece (...) É tudo um bocadinho posto na mesma bitola.” (E1)</p> |

**Recursos humanos:** “(...) conseguimos integrar pessoas locais com muita, muita dificuldade (...) eu várias vezes tentei envolver pessoas locais e é desastres atrás de desastres. Eu já tive várias pessoas a abandonarem o posto de trabalho sem pré-avisos, sem dizerem nada, vão embora e pronto (...)” (E1)

**Capacitação e educação:** “Acho que assim, a médio/longo prazo seria talvez fazer algum tipo de investimento de promoção de formação na região. O que esse projeto pode ser não lhe sei dizer. Se é um hotel-escola ou um centro de formação (...) gradualmente, conseguir dar mais ferramentas às pessoas da nossa comunidade para que consigam seguir o seu trajeto e que tenham as ferramentas necessárias para fazer valer o seu trabalho (...) Acho que também haver um bocadinho de uma maior sensibilização daquilo que é o trabalho na hotelaria. Por exemplo, o trabalho de chef de cozinha hoje em dia já conseguiu atingir um valor e uma popularidade que, se calhar, à 20 anos não existia, mas por exemplo, no serviço de mesa isso não acontece. E é um trabalho que continua a ser visto como uma opção de transição, uma coisa que eu faço durante uns tempos para ganhar uns trocos e depois vou à minha vida, quando não tem de ser assim, e até era melhor, que não fosse, porque é um trabalho absolutamente essencial e que merece ser dignificado e valorizado de maneira condicente.” (E2)

**Melhoria contínua:** “É muito também um trabalho de manutenção daquilo que nós já temos e de cuidar dos relacionamentos que nós já temos e á sempre também uma atenção grande dada à forma como as coisas vão mudando e o que vai aparecendo à nossa volta. Nós não conhecemos tudo, não sabemos tudo. Este trabalho é uma constante, é um “working in progress” constante (...)” (E2)

**Recursos humanos:** “A captação de mão-de-obra, acho que é o maior desafio para esta zona neste momento. (...) A questão dos recursos humanos é um dos principais desafios, é inevitável. Acho que é o grande “buraco negro” da hotelaria a nível mundial, é conseguir ter mão-de-obra suficiente, qualificada o máximo possível e a trabalhar e a viver em condições dignas e condicentes com o seu valor e importância para o projeto.” (E2)

**Turismo e conjuntura internacional:** “(...) depois há outras coisas que fogem um pouco mais do controle direto, que são as conjunturas internacionais e a maneira como isso depois afeta o segmento do turismo. (...) não há muito que nós possamos fazer aí sem ser tentar ter uma base de público mais diversificado possível (...) temos de nos preparar o máximo possível para conseguir antecipar e conseguir diversificar de maneira a minimizar um bocadinho o impacto que essa instabilidade pode causar no nosso trabalho e no nosso setor.” (E2)

**Recursos humanos:** “Temos dificuldade e continuamos com dificuldade, apesar de termos desenvolvido estas soluções, continuamos a ter problemas com fixação de pessoas (...) Por exemplo, agora neste momento, encontramos uma situação estranha que a oferta imobiliária está muito especulada na região por causa do turismo e as pessoas têm dificuldade em encontrar alojamento, pelo menos que seja acessível às possibilidades deles.” (E3)

**Caraterísticas do território:** “O isolamento e a interioridade acabam por ser um desafio.” (E3)

**Desenvolvimento e escala individual:** “Eu acho que o desenvolvimento passa por aqui, isto é, passa por uma escala individual, com muita pena minha. (...) durante anos andei a defender a necessidade de uma estratégia nacional de património cultural, eramos o único país da Europa que não o tinha, não vale a pena, não há ninguém interessado em fazer (...) A escala é “one-to-one”, temos disponibilidade para isso e vai ser nessa escala que nós continuaremos a fazer a nossa pequena revolução.” (E4)

**Recursos humanos:** “No caso dos territórios, quem tiver disponibilidade para trabalhar nos territórios, tem muito trabalho e tem muito sentimento de utilidade. (...) depois tem uma série de outros problemas, como é que se arranja recursos humanos. (...) quando nós trabalhamos na função pública (...) no final do mês é igual. Numa empresa não é assim, todos os dias contam e o país não está feito, não tem esse estímulo para isso.” (E4)

**Turismo como alavanca de desenvolvimento:** “Eu penso que passa muito por turismo de qualidade que traga valor financeiro e depois sentido de missão e sentido cívico de devolver parte desse retorno à comunidade. Mas decorre da convicção individual, de projetos individuais (...) Mas antevejo muito desenvolvimento, trabalho, desde que a pessoa realmente queira trabalhar com as pessoas reais de cá.” (E4)

**Dependência e monopólio do estado:** “Achamos que devia existir muito mais empresas como a nossa pelo país fora, mas também achamos que é muito difícil. (...) tem a ver com a mentalidade portuguesa, um país ancestralmente dependente do Estado, toda a gente depende do Estado, e na área da cultura com o grande monopólio estatal, na área do património cultural em particular, portanto, ninguém no seu bom senso, vai abrir uma empresa para fazer trabalho na área do património cultural (...)” (E4)

**“Greenwashing”:** “O primeiro desafio é o “greenwashing” ser permitido. Por exemplo, vais ao Booking e vês certificação de sustentabilidade e eu nem percebo como é que recebes aquela certificação de sustentabilidade. (...) os critérios são muito fraquinhos na generalidade desses labels de sustentabilidade.” (E5)

**Desinteresse das pessoas:** “O segundo é as pessoas não querem saber, as pessoas na generalidade não querem saber destes temas, é um “nice to have” (...) E não estão a perceber que a sustentabilidade é uma questão até de sobrevivência da nossa própria sociedade ou da raça humana. Eu não quero ser eu o sustentável, temos de ser todos.” (E5)

**Posicionamento e preço:** “se há muito “greenwashing” e se as pessoas efetivamente não se preocupam com estes temas, eu claro que tenho no início mais custos associados a isto, nem que seja por estar a desenvolver algo novo, estamos a desbravar caminho, o meu preço deveria ser mais caro. Mas não pode, o meu preço da noite ou da comida tem de competir com um hotel ou um restaurante que, em que o proprietário não quer saber. (...) nós temos tido uma dificuldade com o posicionamento efetivamente, porque nem somos rústicos baratinhos, nem somos de luxo caros, então as pessoas quase que ficam: “Então vocês são o quê?” Somos nós e ser nós, é muito mais difícil entrarmos no mercado, ou seja, posicionar-te no mercado. (...) os hotéis usam a sustentabilidade como forma de posicionamento, como se a sustentabilidade fosse algum tipo de luxo. A sustentabilidade não é um estilo de vida, é um caminho que todos temos de fazer.” (E5)

**Posicionamento e comunicação:** “(...) se vires até o site e o Instagram, nós fazemos uma coisa jovem, meio urbana no campo (...) é diferente, só que isto é difícil. Para além de sermos diferentes do ponto de vista da oferta, na comunicação nós também estamos a fazer uma comunicação totalmente diferente e as pessoas não conseguem perceber se isto é bom, se isto é mesmo rural (...)” (E5)

**Equilíbrio entre desenvolvimento e autenticidade:** “Os desafios passam por manter o equilíbrio entre o crescimento do turismo e a preservação da autenticidade da aldeia.” (E6)

**Parcerias e apoio institucionais:** *“Também sentimos a necessidade de maior apoio para criar atividades culturais regulares e desenvolver parcerias com entidades locais (...) medidas que incentivem a fixação de população jovem (...) reforço das infraestruturas seria igualmente fundamental.” (E6)*

**Recursos humanos:** *“Os recursos humanos são sempre um desafio nos setores em que trabalhamos, ainda mais em regiões de interior. Diria que a captação de pessoas qualificadas e motivadas para trabalhar em turismo, com todas as particularidades que este tipo de trabalho tem, e a manutenção dessas pessoas a longo prazo é o maior dos desafios.” (E7)*

#### 5.2.5.2. Potencial do turismo regenerativo

Quando solicitada uma reflexão final sobre o potencial do turismo regenerativo no contexto da região em que desenvolvem o seu projeto, todos os entrevistados afirmam que existe esse potencial enumerando, no entanto, algumas condições para que este se afirme, efetivamente, como uma mais-valia. A necessidade de uma visão estratégica, com base na cultura e na preservação da identidade e modo de vida é fundamental para que este território consiga resistir à descaraterização, salvaguardando assim os aspetos diferenciadores que atraem os visitantes (E4). Muito do valor da região está nestas características que se mantiveram intatas graças a um subdesenvolvimento prolongado, o que acabou por funcionar como um fator positivo, permitindo preservar algo que é único e que, atualmente, é fortemente valorizado no setor turístico (E3). O respeito por este legado é fundamental para garantir um desenvolvimento resiliente e sustentado (E3 e E6), estando na base do trabalho desenvolvido, desde sempre, por alguns dos projetos (E6). Seguindo a mesma visão, outro dos entrevistados (E2) refere que qualquer projeto que se queira implementar na região tem de estar verdadeiramente integrado nela e envolvido com a comunidade, existindo para lhe adicionar valor. A questão da importância do turismo para o nosso país, enquanto atividade económica fundamental é também abordada, verificando-se que o turismo regenerativo é visto como uma oportunidade para Portugal se posicionar como um destino de referência no âmbito desta abordagem regenerativa, sendo para isso essencial que as coisas sejam feitas da forma correta, integrando todas as dimensões e todos os *stakeholders*, porque tudo está ligado e não existe separadamente (E5).



Tabela 29: Síntese das evidências presentes (questão 14)

| Questão: 14. Gostaria de partilhar alguma reflexão final sobre o potencial do turismo regenerativo no contexto da vossa região/território?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Evidências nas entrevistas                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <p>“O turismo regenerativo pode ser transformador ao conseguir tocar a vida das pessoas (...) dar bons exemplos nas pessoas que nos vêm visitar e ficam a conhecer (...) bons hábitos de saúde, de hábitos alimentares, de bons hábitos de rotinas, de formas boas de tratar as pessoas.” (E1)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <p>“Qualquer projeto que abra neste lugar tem de ter esse pensamento na espinha dorsal, ou seja, ser algo que adiciona sempre valor à região e não só nascer ali como um ovni e não se liga à comunidade.” (E2)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <p>“Foi sempre assim que trabalhamos e é assim que acreditamos que deve ser (...) queremos assegurar que deixamos as coisas em melhores condições do que as encontramos, e isto falo sobre solos, falo sobre ecossistema, mas também sobre o que é a cultura e a tradição duma região que é única.” (E3)</p> <p>“(...) o Alentejo durante muitos, muitos anos foi uma região subdesenvolvida por causa da sua interioridade e da distância e esse subdesenvolvimento acabou por se revelar uma grande mais-valia, um grande “asset” (...) as coisas ficaram intocadas, estão preservadas. Portanto, agora é só termos o cuidado de as manter (...)” (E3)</p> <p>“Estas coisas fazem parte da nossa identidade cultural, do nosso povo, da nossa região. São uma coisa única, autêntica, genuína, verdadeira e isso, hoje em dia, é o maior fator de diferenciação em oferta turística, são coisas autênticas, genuínas e inimitáveis, inigualáveis. E o Alentejo e a nossa região têm tudo isso (...)” (E3)</p> |
| <p>“Existe potencial desde que haja estratégia. Se não houver estratégia, a velocidade com que as cidades se descaracterizaram aqui vai ser muito maior, porque como aqui somos muito mais pobres, a necessidade que temos de ganhar dinheiro é muito maior e aliás vê-se com o intensivo na agricultura (...) E, se não há política que proteja isso e se as pessoas não sabem o valor que têm, a descaracterização é num ápice.” (E4)</p> <p>“(...) as pessoas vêm cá pelo modo de estar, se nós não preservamos o modo de estar, as pessoas não vêm cá. Mas o modo de estar é uma coisa difícil de materializar (...)” (E4)</p> <p>“O papel da cultura é determinante no posicionamento do Alentejo enquanto destino turístico futuro. Mas acho que ainda ninguém está a pensar nisto.” (E4)</p>                                                                                                                                                                                                             |
| <p>“Portugal sendo um país pequeno dependente do turismo, Portugal ser um pioneiro em turismo sustentável e regenerativo é a oportunidade de, efetivamente, fazermos melhor e ser, Portugal como um todo, um exemplo, uma vitrine para como se deve fazer as coisas bem.” (E5)</p> <p>“(...) em Portugal o turismo pode ser, devido à influência que tem na nossa economia, pode ser a alavancagem para termos um país ainda melhor.” (E5)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

*“Porque o nosso turismo não é um turismo estragado e de massas (...) ainda temos capacidade de fazer o certo e isto, o turismo regenerativo é uma oportunidade (...) É uma oportunidade para o país e para os agentes económicos em específico. Mas para ser uma oportunidade, temos de fazê-lo bem (...) Temos de perceber o quão relevante é isto, seja para o ambiente, para a sociedade e para a sobrevivência financeira do próprio negócio em si. Está tudo ligado, está literalmente sempre tudo ligado, não podemos olhar para as coisas em separado.” (E5)*

*“Aqui, o tempo e o silêncio têm valor. A cultura é viva e sincera. Se for feito com respeito e envolvimento, o turismo pode ser uma ferramenta poderosa no Alentejo para manter aldeias como a nossa de pé.” (E6)*

*Tabela 30: Síntese das evidências sobre os principais desafios, oportunidade e potencial do turismo regenerativo no território estudado*

| Objetivo 5. Identificar os principais desafios, oportunidades e potencial do turismo regenerativo no território estudado.                                                                              |                    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
| Subcategoria                                                                                                                                                                                           | Entrevistado       |
| <b>Questão: 13.</b> Quais os principais desafios que enfrentam neste “caminho regenerativo”? Que medidas, apoios ou recursos consideram necessários para reforçar os impactos positivos no território? |                    |
| Escassez e dificuldade de fixação de trabalhadores                                                                                                                                                     | E1; E2; E3; E4; E7 |
| Falta reconhecimento e apoio por entidades públicas                                                                                                                                                    | E1; E6             |
| Criação de programas locais de formação e valorização laboral em turismo                                                                                                                               | E2                 |
| Interioridade, isolamento e especulação imobiliária                                                                                                                                                    | E3                 |
| Falta de estratégias nacionais na área da cultura e património                                                                                                                                         | E4                 |
| Turismo de qualidade como motor de desenvolvimento                                                                                                                                                     | E4; E5             |
| <i>Greenwashing</i> falta de consciência coletiva                                                                                                                                                      | E5                 |
| Desafios de comunicação e posicionamento                                                                                                                                                               | E5                 |
| Equilíbrio entre autenticidade e crescimento                                                                                                                                                           | E6                 |
| <b>Questão: 14.</b> Gostaria de partilhar alguma reflexão final sobre o potencial do turismo regenerativo no contexto da vossa região/território?                                                      |                    |
| Turismo regenerativo como motor de mudança pessoal, social e ambiental                                                                                                                                 | E1; E2             |
| Valorização da autenticidade e cultura como fator de diferenciação da região                                                                                                                           | E3; E4             |
| Compromisso com a regeneração ambiental e cultural                                                                                                                                                     | E3; E6             |
| Necessidade de visão estratégica para potenciar a regeneração territorial                                                                                                                              | E4                 |
| Portugal como referência internacional em turismo regenerativo                                                                                                                                         | E5                 |
| Turismo com envolvimento comunitário para maior resiliência local                                                                                                                                      | E6                 |

## 6. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Neste capítulo procede-se à discussão dos resultados da presente investigação. Após a análise dos dados obtidos nas entrevistas, apresentada no capítulo anterior, realiza-se agora a sua interpretação considerando a revisão da literatura e os objetivos definidos para a investigação.

### 6.1. Discussão dos resultados por objetivos de investigação

#### 6.1.1. Identificar as práticas de turismo regenerativo em territórios de interior e de baixa densidade, com foco na dimensão sociocultural

##### 6.1.1.1. Origem e motivação do projeto

Os resultados demonstram que os participantes nesta investigação revelam uma grande diversidade quanto à sua origem e motivação, apresentando, no entanto, o propósito comum de desenvolverem a sua atividade de uma forma holística, englobando as várias dimensões da sustentabilidade, ambiental, económica, social e cultural, reconhecendo que existem integrados num sistema mais amplo e complexo que o próprio sistema turístico. Esta visão enquadra-se na perspetiva de vários autores, como Pollock (2019a), Hall (2019) e Ateljevic & Sheldon (2022). Outro aspeto comum à maioria deles é o facto da sua atividade turística ser complementada com outras, nomeadamente a agrícola e a vitivinícola. O projeto que tem como base de trabalho o património cultural apresenta também uma variedade de facetas que se complementam entre si, sendo a atividade turística mais uma forma de desenvolver esse trabalho de preservação e valorização do património cultural.

É possível identificar aqui dois aspetos relevantes, sendo estes a diversificação de atividades e a inovação. A diversificação de atividades manifesta-se através de uma atuação mais abrangente no território, em que o turismo complementa atividades de base como a agricultura, a vitivinicultura e a gestão patrimonial, tornando os projetos mais robustos e resilientes para que se garanta a sua sustentabilidade a longo prazo. Esta perspetiva é apresentada por alguns autores como Vizinho et al. (2021) e Pearson et al. (2024), em que territórios rurais e de baixa densidade, anteriormente identificados pela sua essência marcadamente agrícola, acabam agora por se apresentar como “paisagens

multifuncionais” que integram uma diversidade de atividades que funcionam como elementos importantes no seu desenvolvimento rural sustentável.

A inovação é visível nesta abordagem multifacetada, que permite a construção de soluções alternativas aos padrões existentes. A base destes projetos assenta numa forte ligação ao lugar, com incorporação das suas características únicas, o que permite a criação de narrativas autênticas e de uma oferta turística diferenciada. É possível identificar aqui a perspetiva de Bellato et al. (2023), na qual o turismo regenerativo é um conceito plural, que se diferencia conforme o contexto onde se desenvolve. Estas soluções demonstram também que se pode inovar com respeito pelo lugar e pelo ecossistema natural e humano existente, reconhecendo que tudo está interligado. O trabalho é feito de forma consciente e alinhado com princípios regenerativos, num caminho de melhoria contínua que visa obter benefícios partilhados.

#### **6.1.1.2. Conhecimento do conceito de turismo regenerativo e sua interpretação**

Os resultados demonstram que todos os participantes na investigação revelam conhecimento do conceito de regeneração, apesar de nem sempre associado ao turismo, sendo mais comum a associação à agricultura, o que é compreensível, visto ser um conceito que foi desenvolvido previamente em outras áreas como é referido por Bellato & Pollock (2023). Alguns dos participantes constataam que a terminologia não é o mais importante, já que o que interessa efetivamente é aquilo que se faz, ou seja, o propósito e a natureza das ações em que se baseia a sua atuação. A integração de alguns dos projetos nesta abordagem regenerativa é uma consequência do trabalho desenvolvido e não um objetivo por si só, o que reflete a perspetiva de Inversini et al. (2024), onde é referido que o turismo tem “responsabilidade ativa para com o meio ambiente, a comunidade, a equipa e, finalmente, os hóspedes.” Assim, pretende-se que tenha impactes positivos e gere benefícios para todo o ecossistema em que se insere, integrando estratégias mais alargadas de desenvolvimento local

Verifica-se que existe o propósito comum de deixar os lugares em melhores condições do que aquelas que existiam à partida, trabalhando as várias dimensões de forma holística e integrada, num processo de melhoria contínua. Apesar disso é possível constatar que em vários projetos, algumas dimensões apresentam um maior grau de maturidade quanto ao trabalho desenvolvido quando comparadas com outras, sendo a

dimensão social aquela que se apresenta como um maior desafio, nomeadamente no que concerne à ligação com a comunidade.

#### **6.1.1.3. Caraterísticas do projeto e regeneração do território**

Os resultados demonstram que cada participante na investigação apresenta caraterísticas próprias, relacionadas com a sua atividade específica e com o contexto em que se desenvolve, criando uma abordagem única que reflete o carácter multidisciplinar e plural do turismo regenerativo, sendo este referido por autores como Duxbury et al. (2020) e Bellato & Pollock (2023). As práticas identificadas podem ser agrupadas em três eixos interligados, que configuram a atuação dos participantes, assim como os aspetos que foram considerados como prioritários no desenvolvimento do projeto, constatando-se que algumas dimensões se encontram num grau de maturação maior do que outras.

O primeiro eixo cruza as dimensões ambiental, económica e cultural e encontra-se presente nos projetos que integram a atividade agrícola, ou mais especificamente a vitivinícola. Existe uma consistência de ações que visam a regeneração dos solos, a recuperação do montado, a reflorestação através de agroflorestas, a adoção de práticas de baixo impacto e de retenção e aproveitamento de água que permitem melhorar as condições do sistema natural e o restabelecimento das suas funções, destacando a importância da agricultura na abordagem regenerativa conforme é perspetivado por Inversini et al. (2024). Estas ações impactam depois a dimensão económica ao permitir a redução significativa de custos futuros, nomeadamente a nível energético, tendo também impacte na dimensão cultural ao permitir a reabilitação paisagística, a valorização de produtos e castas autóctones e o reforço da identidade da região, o que demonstra a complexidade de relações que se estabelecem nestes processos conforme é referido por Pollock (2019a), Dredge (2022) e Bellato et al. (2024).

O segundo eixo cruza as dimensões económica e social, encontrando-se presente em todos os projetos, através da diversificação de atividades e do estabelecimento de circuitos de proximidade, tanto a nível de fornecedores como de recursos humanos, existindo a preferência por trabalhar com pessoas da região, o que permite reter valor no território em que atuam. A atração e fixação de pessoas de fora é também aqui um fator importante, já que estes são territórios de interior e de baixa densidade. Estas ações

permitem criar mais oportunidades de trabalho e de valorização profissional, assim como melhores condições, nomeadamente a nível salarial, tendo impacte direto no lugar e na comunidade e promovendo a sua prosperidade, o que se alinha com a perspetiva de Mang & Reed (2012) e Hahn & Tampe (2021).

O terceiro eixo cruza as dimensões social, cultural e económica, encontrando-se presente em todos os projetos, através da preservação e valorização do património cultural, material e imaterial. A reabilitação do edificado, a utilização de materiais e técnicas locais, como a construção em taipa, assim como a curadoria de experiências ancoradas na identidade e cultura da região, reforçam o sentimento de pertença e o orgulho comunitário, enquanto projetam a visibilidade e o posicionamento do território como destino diferenciado, potenciando o desenvolvimento de outras atividades e projetos e o retorno económico partilhado. Esta visão é corroborada por Dwyer (2018), que refere que “O lugar molda a identidade da comunidade anfitriã e a experiência do hóspede”.

Verifica-se que o turismo funciona aqui como uma plataforma de ativação do potencial da região, numa lógica de produção de valor que integra todas as dimensões, ambiental, económica, social e cultural, enquadrando a ideia de Ateljevic & Sheldon (2022), de que “O turismo é regenerativo quando regenera mais do que apenas a si”. Constatam-se também que, conforme os participantes, algumas dimensões se encontram mais desenvolvidas que outras, existindo ainda um longo trabalho a ser feito na vertente social de integração e participação comunitária em alguns dos projetos.

#### **6.1.1.4. Preservação e valorização do património cultural local**

Os resultados demonstram que existe consenso entre os participantes quanto ao papel relevante do património, nomeadamente enquanto mais-valia para a diferenciação da oferta turística, pelo que este é um ativo de grande valor que é necessário preservar, num processo contínuo de investimento e valorização. Tendo em consideração a diversidade patrimonial e os contextos específicos dos projetos são aplicadas várias estratégias de valorização e integração desse património no âmbito da atividade turística que desenvolvem. Assim, desde a reabilitação rigorosa de edifícios históricos, apoiada por investigação multidisciplinar, à utilização de materiais e produtos

endógenos, assim como de técnicas específicas da região, à realização de oficinas com artesãos, até à mediação cultural e à programação educativa que aproxima a comunidade e os visitantes, verifica-se que os projetos encontram inúmeras formas de trabalhar o legado da região. Desta forma, conforme referido por Dwyer (2018), destacam a importância do lugar como o ponto de encontro entre a natureza e as pessoas, o passado e o presente e os valores tangíveis e intangíveis.

Neste panorama, existem, contudo, alguns aspetos que se podem constituir como ameaças à preservação e valorização de algum deste património e que carecem de respostas mais abrangentes, podendo implicar a integração de parcerias institucionais. Por um lado, o acelerado desaparecimento de muitos ofícios e do saber fazer tradicional, que exige medidas que garantam a transmissão desse conhecimento entre gerações, assim como outras soluções baseadas na inovação e na criatividade, integrando-os com dinâmicas de novo design que permitam a sua continuidade. Por outro lado, a necessidade de criar infraestruturas que garantam a mediação nas atividades, colmatando questões como as barreiras linguísticas, assim como a curadoria de conteúdos e a interpretação do património que possa garantir um acesso intelectual mais diversificado e a qualificação da própria experiência. A perspetiva de autores como Richards & Marques (2012) e Duxbury et al. (2020) no âmbito do turismo criativo podem ajudar a definir caminhos e respostas a estes desafios.

## **6.1.2. Analisar o papel dos *stakeholders* locais na conceção, desenvolvimento e implementação do turismo regenerativo no território**

### **6.1.2.1. Parcerias com entidades locais**

Os resultados demonstram que existem algumas relações de colaboração dos participantes com as entidades públicas locais, nomeadamente com as autarquias, assim como com as que trabalham na dinamização e promoção do turismo a nível nacional e regional embora estas ocorram, por vezes, de forma pontual. A disponibilidade e a proximidade das entidades locais nestes contextos de menor dimensão, favorecem o desenvolvimento de relações colaborativas, o que pode ser importante para o fortalecimento da ligação entre os projetos e o território, nomeadamente os mais recentes, assim como para o acesso a recursos e apoios técnicos. O trabalho de parceria

através de estruturas intermunicipais revela-se fundamental para a preservação e valorização do património cultural comum, podendo também potenciar o alcance territorial e os impactes positivos de determinadas iniciativas.

As parcerias com associações culturais e outras entidades da comunidade local, nomeadamente as que atuam no setor social, revelam-se importantes na criação de relações que promovem a confiança e respeito mútuos, constituindo-se como um elo fundamental ao lugar, aproximando as pessoas aos projetos e às dinâmicas turísticas que implementam na região. Este relacionamento pode contribuir para desmitificar ideias pré-concebidas, incentivando a uma participação ativa da comunidade. Os participantes que já se encontram mais avançados neste processo de colaboração com as associações locais e a comunidade em geral revelam um maior reconhecimento do seu trabalho por parte desta. A comunidade vê-se também beneficiada através da integração dos seus saberes, ofícios e práticas, assim como pela valorização do património e pela dinamização económica. Os resultados demonstram que apesar de existir alguma proximidade entre determinados participantes e a comunidade, este é um dos aspetos que precisa ainda de ser muito trabalhado na maioria dos casos, sendo uma oportunidade de capacitação das comunidades locais, permitindo uma maior inclusão e uma melhor participação em decisões que são fundamentais para o seu próprio futuro, conforme é referido por Dwyer (2018).

#### **6.1.2.2. Integração em redes de turismo regenerativo e parcerias com projetos semelhantes**

Os resultados demonstram que não existe integração dos participantes em redes de turismo regenerativo, principalmente porque a regeneração é uma consequência do trabalho que desenvolvem e não sentem necessidade de validação desse mesmo trabalho através de uma certificação deste género. Constata-se que questões como o *greenwashing* e a banalização do termo sustentabilidade são vistos como fatores negativos a nível de comunicação institucional, provocando falta de credibilidade e o afastamento das pessoas, conforme é referido por Hussain & Haley (2022), preferindo que a sua atitude consciente e responsável e o trabalho consistente espelhem o propósito e os valores por que se regem, falando por si através de efeitos positivos líquidos para a



natureza, o lugar e as pessoas, o que vai de encontro à perspectiva de Becken & Kaur (2021) e Dredge (2022).

Verifica-se que a maioria dos participantes revela a existência de redes informais de parcerias com outros projetos da região, que se estabelecem naturalmente pela existência de uma visão comum, pela proximidade, pela necessidade de colmatar questões relacionadas com o seu próprio projeto ou questões de âmbito comercial. O trabalho em parceria é referido como algo importante e fundamental na atividade que desenvolvem, existindo a convicção de que este é benéfico para estruturar uma oferta mais completa e atrativa, nomeadamente em territórios de pequena dimensão no interior, sendo dado, por um dos participantes, o exemplo de uma cooperativa integral no seu município, que integra projetos de várias áreas de atividade. Apesar disso, os resultados demonstram que não existe o estabelecimento efetivo e generalizado de redes colaborativas que possam ter um alcance maior e mais relevante no território, ao contrário da perspectiva de autores como Bellato et al. (2023) e Inversini et al. (2024), que referem que o turismo como parte integrante de um sistema maior, colabora com outras atividades e setores, construindo uma rede de parcerias que sustentam e são beneficiadas pelo próprio sistema turístico.

#### **6.1.2.3. Relação do projeto com a comunidade local**

Os resultados demonstram que a maioria dos participantes reconhece a importância da relação do projeto que desenvolve com a comunidade local, apesar de muitos considerarem que é um aspeto desafiante e complexo, que ainda se encontra numa fase inicial, assumindo que este é um processo em construção que exige tempo, envolvimento pessoal e o estabelecimento de confiança mútua. Verifica-se que esta relação assume naturezas distintas, refletindo diferentes graus de maturidade e de integração no território, constatando-se que a longevidade dos projetos, assim como a estreita ligação ao lugar são fundamentais para a sua consolidação. Os resultados mostram que em alguns projetos, o vínculo ao lugar é anterior à existência do próprio destino e que foi a ação contínua das entidades que permitiu dar visibilidade ao território, revelando o seu potencial e posicionando-o a nível turístico com o objetivo de fomentar o desenvolvimento local integrado, valorizando o lugar e as suas comunidades, o que se

enquadra na perspetiva de Pollock (2019a), Wahl (2019), Hahn & Tampe (2021) e Bellato et al. (2023). O turismo regenerativo apresenta-se assim como uma estratégia, como referido por Duxbury et al. (2020), “como forma de regenerar uma paisagem, comunidade ou lugar marginalizado que não é necessariamente um destino turístico, mas tem potencial para se tornar um.”

O envolvimento comunitário materializa-se essencialmente através da integração de pessoas locais nos recursos humanos destas entidades, o que contribui para um fortalecimento das relações, assim como para a criação de um sentimento de valorização e pertença na comunidade, percecionado mesmo por aqueles que lá não trabalham. Constatase que a integração de recursos humanos locais é positiva para o desenvolvimento económico e social do lugar, mas também para a afirmação de uma hospitalidade autêntica, baseada na identidade do lugar através de pessoas que conhecem genuinamente aquele território e que o vivem desde sempre. Os resultados revelam que a construção de confiança entre as partes é um processo demorado, inicialmente marcado pela desconfiança e ceticismo quanto às motivações das entidades promotoras dos projetos. À medida que existe um maior conhecimento mútuo e perceção dos benefícios para a comunidade, a relação tende a consolidar-se, implicando uma ação contínua e um envolvimento próximo que permita o reforço da confiança ao longo do tempo. Os resultados revelam que existem outras formas de participação comunitária, nomeadamente a colaboração informal pelo envolvimento em ações e atividades relacionadas com a preservação e valorização do património cultural, assim como a abertura do projeto à comunidade, permitindo o acesso e utilização de determinados espaços, com o objetivo de construir um espaço de partilha comum que envolva os locais e os visitantes.

Verifica-se que a atração e retenção de recursos humanos é um desafio significativo para estes projetos, quer pela escassez de pessoas na região disponíveis para trabalhar, assim como pela dificuldade em atrair e fixar população de outras regiões, o que reflete constrangimentos estruturais deste tipo de territórios de interior e baixa densidade como é referido por Almeida & Daniel (2023). Os resultados revelam que a maioria dos participantes considera que no processo de recrutamento as competências técnicas na área da hotelaria e turismo não se constituem, por si só, como determinantes

para a seleção, existindo outras competências que são altamente valorizadas. Apesar dos aspetos positivos que os resultados revelam, existem algumas situações mais complexas de dificuldade na construção de relações com a comunidade, que podem indiciar a aplicação de algumas estratégias desarticuladas com o contexto do local, um dos desafios identificados por Kastenholz et al. (2023) nestes processos de desenvolvimento local assentes numa abordagem regenerativa.

#### 6.1.2.4. Testemunhos da comunidade local

Os resultados demonstram que a perceção da comunidade local relativamente a estes projetos é, de forma geral positiva, embora varie conforme o grau de maturidade destes e do seu envolvimento com o lugar e as pessoas. Os projetos com maior longevidade e com uma relação mais consolidada com a comunidade constataam um maior reconhecimento e valorização por parte da população e parceiros locais. Isto reflete o trabalho desenvolvido ao longo dos anos, que permitiu construir uma base de confiança, respeito e cooperação alicerçada nos resultados e benefícios percebidos no território, em que se destacam os impactos positivos na dinamização da economia local, na criação de novas oportunidades de emprego e na valorização da identidade territorial. As evidências demonstram a importância do tempo e da continuidade das ações para a consolidação de relações fortes e duradouras, uma vez que a abordagem regenerativa não é feita de resultados imediatos, implicando processos de evolução e melhoria contínua numa perspetiva de longo prazo, conforme é perspectivado por Inversini et al. (2024). Este reconhecimento por parte da comunidade e dos parceiros locais, ilustra a lógica de benefício mútuo que caracteriza os modelos de desenvolvimento regenerativo, baseados numa economia relacional em que os benefícios e o valor gerado circulam entre entidades, território e comunidade, incrementando a melhoria integrada das dimensões social e económica.

A valorização do património cultural e dos saberes locais traduz uma abordagem de regeneração sociocultural que vai além da simples conservação, integrando dinâmicas que permitem a continuidade destas manifestações culturais, o que revela o potencial transformador da educação patrimonial enquanto instrumento de empoderamento comunitário. Verifica-se, no entanto, que este é um trabalho que

precisa de ser mais abrangente, havendo a necessidade de integrar parcerias consistentes entre os projetos que as desenvolvem e as entidades públicas para que seja possível assegurar consistência nas ações desenvolvidas e benefícios mais significativos, sendo esta uma questão amplamente discutida na literatura por autores como Kastenholz et al. (2023).

Apesar dos resultados demonstrarem um panorama geral positivo, alguns participantes mencionam reservas persistentes e percepções ambivalentes dentro da comunidade, reconhecendo que precisam de dedicar mais tempo ao estabelecimento e consolidação do relacionamento, dando a conhecer o projeto de forma transparente e genuína e criando o envolvimento necessário para que se construa confiança. Isto revela a complexidade das relações que se estabelecem nestes processos de intervenção em territórios pequenos e, de certa forma marginalizados, em que o empreendedorismo pode ser visto com alguma desconfiança, pelo seu carácter inovador e disruptivo em relação à realidade que conhecem.

### **6.1.3. Analisar a interação dos visitantes com o território e com a comunidade local e os efeitos desse envolvimento**

#### **6.1.3.1. Interação entre a comunidade e os visitantes**

Os resultados demonstram que a interação entre os visitantes e a comunidade local é, na maioria das vezes pontual, estando associada a eventos específicos ou atividades que decorrem na envolvente dos projetos. Apesar disso, os participantes reconhecerem que esta interação é essencial na aproximação ao território e às pessoas que ali vivem, potenciando um conhecimento mais aprofundado sobre a região.

Alguns dos projetos revelam uma ação mais estruturada e intencional na criação de experiências que relacionam os visitantes com a comunidade, conseguindo efetivamente promover uma interação próxima, através de oficinas, imersões de artes e ofícios e atividades partilhadas entre artesãos, visitantes e anfitriões. Esta abordagem privilegia o contato direto com as vivências do lugar, reforçando a autenticidade da experiência e o sentimento de ligação ao território, enquanto valoriza o modo de vida e o orgulho de pertença aquele lugar e comunidade. Os resultados demonstram que as experiências que têm maior impacto são aquelas que favorecem a participação ativa e a

imersão prolongada, permitindo aos visitantes envolver-se de forma genuína nas práticas e dinâmicas locais. Como refere Teruel (2018) “o outro é convidado a visitar o local”, abrاندando o seu próprio ritmo, para viver uma experiência ativa e profunda que permite “conexões positivas entre o visitante, a comunidade local, o lugar e os sistemas que sustentam a vida ali”. A integração do património através de espetáculos etnográficos e de outras manifestações culturais, assim como a articulação com a programação cultural local ajudam a fortalecer as parcerias, criando valor e benefícios partilhados. Estas dinâmicas são fundamentais para ampliar a visibilidade e conhecimento da região, contribuindo para o sentimento de pertença da comunidade, mas também dos visitantes. Segundo Duxbury et al. (2024), “na área do turismo a procura por conexão (contrariando a solidão) e a busca por experiências é forte”, o que torna atrativas as propostas no âmbito do turismo regenerativo, onde o lado emocional e os relacionamentos são privilegiados.

Os projetos que incentivam à exploração da região e que são pioneiros no tipo de interação participativa que promovem, são também os que surgem como elementos fundamentais na mediação da relação entre visitantes e comunidade, colmatando assim algumas barreiras culturais e linguísticas que muitas vezes são apontadas como obstáculos à criação deste tipo de interação. A forma como estes participantes desenvolveram a sua oferta e solucionaram os desafios que se foram colocando, podem servir de exemplo, criando a base para modelos e práticas que facilitem a comunicação e a interpretação da experiência em contextos multiculturais, sendo usados com turistas e visitantes, mas servindo também para uma melhor integração de recursos humanos provenientes de outras regiões.

#### **6.1.3.2. Testemunhos dos visitantes**

Os resultados demonstram que, segundo os testemunhos dos visitantes, as experiências vividas são muito positivas e geram mudanças no conhecimento do território e na forma como este é percecionado. A imagem vaga com que muitos chegam ao Alentejo, transforma-se ao longo da visita, permitindo ter depois uma compreensão mais abrangente sobre a cultura e riqueza patrimonial, assim como sobre a sua paisagem e modo de vida tão específico. Verifica-se que os visitantes referem sentir uma ligação

emocional ao lugar, associada ao contato direto com a natureza e as pessoas, experienciando uma vivência simples num ritmo mais lento. Estas experiências inspiram reflexões sobre estilos de vida mais conscientes e uma vontade de regressar, existindo dados que expressam a fidelização de alguns clientes. Verifica-se também que após várias visitas a ligação à região é maior, motivando a criação de alguns laços mais permanentes, por exemplo, através da aquisição de propriedades imobiliárias. Alguns dados revelam outras transformações mais profundas nos visitantes, como o interesse em aplicar práticas sustentáveis observadas nos projetos aos seus contextos pessoais ou profissionais. Estes dados refletem a ideia de Dwyer (2018), que perspetiva que as viagens “fornecem os meios para mudar tanto o próprio estilo de vida quanto o impacto que se causa nos lugares visitados”, trazendo benefícios para o próprio visitante através da sua transformação pessoal, enquanto contribui para a qualidade de vida e o bem comum do lugar visitado. Por outro lado, alguns participantes relatam situações de incompreensão face à abrangência do seu propósito e do compromisso com a sustentabilidade nas diversas vertentes, no âmbito de práticas regenerativas. Neste sentido identificam a necessidade de um reforço das estratégias de comunicação, agindo como mediadores na divulgação e interpretação daquilo que é o projeto e os impactos positivos que este tipo de abordagens tem para a natureza, o lugar e as pessoas, sendo agentes de educação e sensibilização para uma cidadania mais ativa e consciente.

#### **6.1.4. Avaliar os impactos socioculturais do turismo regenerativo, percecionados no território**

##### **6.1.4.1. Impactes identificados no território**

Os resultados demonstram que existem impactes identificados no território, sendo possível agrupá-los em três eixos interligados, que relacionam as várias dimensões, das quais se destacam a social e a cultural, por ser o âmbito desta investigação. Estes três eixos foram também anteriormente identificados na discussão de resultados do objetivo 1.

O primeiro eixo cruza as dimensões económica e social, apresentando evidências sobretudo nos aspetos relacionados com o emprego, a fixação de população e as parcerias locais. Os dados demonstram que a existência destes projetos na região tem

contribuído de forma significativa para a criação de emprego e para a fixação de pessoas, oriundas da comunidade local e de outras regiões, o que é relevante em territórios marcados pela baixa densidade populacional. Existe uma preferência pela contratação a nível local, apesar dos dados indicarem que esta não é suficiente e que, por vezes, não se encontra suficientemente motivada para integrar estes projetos. Os dados demonstram que o recrutamento de pessoas da região contribui para o reforço das relações com a comunidade e para o reconhecimento desta quanto ao trabalho desenvolvido pelos participantes. Isto dá visibilidade ao processo transformador que o turismo regenerativo desencadeia, reforçando a ideia de que a comunidade e os operadores turísticos são elementos fundamentais nesta transformação, conforme é realçado por Bellato et al. (2023) e Inversini et al. (2024). As oportunidades de trabalho criadas e as perspetivas de valorização profissional ao longo da carreira promovem a permanência da população local e a atração de novos residentes, o que é benéfico para a dimensão social, assim como para a económica, gerando dinâmicas que alavancam outros negócios e que promovem um desenvolvimento mais justo e resiliente. As políticas salariais mais justas e a valorização do trabalho são reconhecidas como fatores que elevam as condições do setor e geram um efeito positivo no território, promovendo a justiça social e a melhoria do bem-estar das pessoas e do lugar, conforme é referido por Fountain (2021) e Scheyvens (2024). Apesar destes resultados, existem também evidências das dificuldades que os projetos participantes sentem na atração e recrutamento de recursos humanos, sendo uma área em que investem bastante, optando por identificar e captar talento mesmo que este seja oriundo de outras áreas que não a hotelaria e o turismo, fazendo depois a formação mais técnica a nível interno.

Com mais residentes, o ecossistema local reforça a sua sustentabilidade a longo prazo, potenciando o empreendedorismo, a inovação e a criação ou melhoria de infraestruturas e serviços que são importantes para toda a comunidade, num ciclo positivo que ajude a mitigar o declínio que estas regiões registaram no passado e que acentuou o seu isolamento e exclusão, conforme é referido por Almeida & Daniel (2023). Neste sentido, verifica-se também que as parcerias locais e a construção de relações de proximidade e confiança com fornecedores da região são aspetos importantes na dinâmica dos projetos participantes, reconhecendo-se a existência de um benefício mútuo. Este é um processo gradual e demorado, cujo impacte é visível na qualificação de

pequenos produtores e artesãos, que passam a adaptar-se a novas escalas de serviço, valorizando os seus produtos dentro de uma lógica de qualidade e autenticidade. Os participantes reconhecem a relevância do seu papel no território, sendo evidente a sua contribuição para a criação de uma economia de proximidade e para o fortalecimento da comunidade, potenciando a regeneração social e económica.

O segundo eixo cruza as dimensões social, cultural e económica, apresentando evidências sobretudo nos aspetos relacionados com a valorização cultural e o sentido de pertença, muito associados à identidade local e ao orgulho comunitário. Os dados demonstram que os projetos que integram atividades de âmbito cultural, contribuem para dar visibilidade ao território, reforçando a perceção do Alentejo como um destino autêntico e diferenciado, onde a cultura e o património, material e imaterial, assumem uma grande importância. Alguns dos participantes assumem um papel particularmente relevante na preservação e dinamização do património cultural, tanto pela reabilitação de edifícios históricos, como pela dinamização de atividades artísticas e criativas que promovem a continuidade destas expressões culturais, preservando e valorizando a identidade do território. Estas iniciativas potenciam o conhecimento e o reconhecimento do valor cultural do lugar, aumentando o orgulho local e a autoestima coletiva da comunidade, enquanto oferecem experiências diferenciadas aos visitantes e projetam a visibilidade do território, conforme referido por Dwyer (2018). Ao projetar a imagem do Alentejo como destino autêntico e criativo, com uma grande riqueza patrimonial, os participantes contribuem para a mudança de perceções externas e internas, demonstrando que o desenvolvimento local pode ocorrer de forma sustentável, com respeito pelos lugares, pelas pessoas e pelo legado cultural, garantindo também um retorno económico para a comunidade e uma maior dinamização dos pequenos negócios locais. Esta valorização tem impacto direto na resiliência social, cultural e económica da região, assim como numa melhor compreensão e aceitação das dinâmicas turísticas que são desenvolvidas no âmbito destes projetos que assumem o propósito regenerativo.

O terceiro eixo cruza as dimensões ambiental, económica e cultural, apresentando evidências sobretudo nos aspetos relacionados com a regeneração dos solos e a reabilitação e reconversão da paisagem. Os dados demonstram que, através das ações desenvolvidas pelos participantes, existem melhorias efetivas no ecossistema



natural e na biodiversidade. A percepção destas alterações reforça a ideia do ser humano como parte integrante da natureza, mostrando os impactes transformadores que essa visão holística e sistémica pode ter no território, tal como é perspectivado por Pollock (2019 a), Dredge (2022), Ateljevic & Sheldon (2022) e Bellato & Pollock (2023). Os dados revelam que o turismo regenerativo pode funcionar como catalisador de processos ecológicos, servindo de inspiração a outras pessoas ou entidades na adoção de práticas e abordagens semelhantes, que trazem benefícios ambientais e económicos a longo prazo. A dimensão cultural assume aqui um papel relevante, pela importância que a paisagem tem na identidade e no modo de vida do Alentejo, nomeadamente através do montado que é apresentado pela CCDR Alentejo (2020) como “um dos mais distintivos fatores de identidade da região”, sendo representativo do património natural e cultural da região, ideia também fundamentada na perspectiva de Batista et al. (2017).

Os resultados demonstram que a avaliação dos impactes permanece pouco sistematizada, sobretudo pelo facto de as entidades não disporem de recursos técnicos e humanos que permitam a aplicação de instrumentos formais de monitorização e comparação de dados. Alguns projetos revelam que estão a fazer investimentos nesta área, nomeadamente na avaliação dos impactes ambientais, não existindo de momento dados suficientes que permitam a comparação e a apresentação de resultados. Existe consciência da importância da monitorização e avaliação dos impactes nas diversas dimensões, como forma também de validar o trabalho desenvolvido, facilitando a comunicação, consolidando o posicionamento e ajudando a influenciar, de forma mais ativa, a aplicação de práticas e abordagens semelhantes por outras pessoas e entidades.

#### **6.1.4.2. Contributo para o desenvolvimento local**

Os resultados demonstram que todos os entrevistados reconhecem que os projetos que desenvolvem contribuem realmente para o desenvolvimento local da região numa perspectiva de longo prazo. Ao valorizar os recursos endógenos, a comunidade local e o património cultural, aumentam a resiliência social e cultural da região, gerando também novas dinâmicas económicas, baseando-se numa estratégia *bottom-up*, centrada no lugar, nas comunidades e no ambiente, conforme perspectivado por Dredge (2022). Neste processo, a identidade territorial é reforçada constituindo-se

como um ativo de diferenciação para a oferta e um benefício líquido para o território e a comunidade. Verifica-se que os efeitos mais diretos são visíveis nas oportunidades de emprego criadas e nas parcerias com fornecedores locais que dinamizam a economia local, assim como na fixação e atração de pessoas na região. Existem depois outros efeitos mais simbólicos, que se traduzem através da inspiração que estes projetos constituem como exemplos e modelos de boas práticas que podem ser seguidos por outros empreendedores, num movimento mais alargado que pode trazer ainda mais benefícios à região. Esta inspiração pode também influenciar a vida quotidiana das pessoas, tanto locais como visitantes, mostrando formas de fazer diferentes que, mesmo numa escala individual, podem contribuir para efeitos coletivos significativos. O turismo regenerativo, através destes projetos, assume assim também a sua vertente educativa e de sensibilização, mostrando que existem formas de viajar mais conscientes e que pode ser uma ferramenta importante para o desenvolvimento local integrado, beneficiando todas as partes. A perceção dos benefícios é importante para uma melhor aceitação das atividades turísticas, permitindo também que tanto as comunidades locais como os visitantes percebam o seu papel neste sistema integrado.

Verifica-se que estes são projetos desenhados a longo prazo e a transformação que fomentam é gradual e integrada, evidenciando uma mudança de paradigma, em que o turismo é visto como instrumento de regeneração nas várias dimensões, e não como uma atividade extrativa. Este entendimento está fundamentado na literatura em autores como Pollock (2019a), para quem o turismo regenerativo se baseia num “novo entendimento de que a economia do visitante em geral e o destino, em particular, não é uma linha de produção industrial” e Hussain e Haley (2022), para quem “tanto os visitantes, como os destinos e as regiões geradoras de turismo são parte de um ecossistema, estão interligados, participam ativamente e retribuem à terra (destino) e às pessoas (anfitrião)”.

### 6.1.5. Identificar os principais desafios, oportunidades e potencial do turismo regenerativo no território estudado

#### 6.1.5.1. Desafios enfrentados

Os resultados demonstram que existem um conjunto de desafios transversais ao desenvolvimento do turismo regenerativo no território, alguns dos quais comuns a várias áreas de atividade e a outras regiões de interior e de baixa densidade, dos quais se destacam a escassez de recursos humanos qualificados e a dificuldade na sua atração e fixação. Este é o aspeto mais referido pelos participantes, independentemente do grau de maturidade dos projetos, o que permite constatar que se trata de um problema estrutural e persistente, com causas profundamente enraizadas neste tipo de regiões. Estes desafios e constrangimentos estão relacionados com fatores territoriais, sociais e económicos, que se constituem como ciclos viciosos de declínio, conforme perspetivado por Carvalho (2020) e Almeida & Daniel (2023), também reconhecidos por entidades governamentais a nível nacional e internacional como o Governo da República Portuguesa (2020) e a Comissão Europeia (2020). A coesão territorial e os desafios relacionados com as zonas rurais e de baixa densidade são transversais, nomeadamente no território europeu, sendo alvo de debate e investigação que envolve tanto decisores políticos como investigadores, na tentativa de chegar a soluções. Na literatura é possível encontrar inúmeras referências à necessidade de reforço de políticas públicas e estratégias locais de capacitação que valorizem estas regiões e contribuam para a coesão territorial, nomeadamente documentos oficiais como o Programa de Valorização do Interior (Governo da República Portuguesa, 2020). Alguns participantes apontam possíveis propostas para a mitigação destas questões, que passam essencialmente pela educação e capacitação das pessoas na região, através de investimento próprio, consolidando algumas ações que já são desenvolvidas atualmente. Isto evidencia uma visão alinhada com a abordagem regenerativa, ao investir no desenvolvimento do lugar e das pessoas, conforme perspetivado por Duxbury et al. (2020) e Bellato et al. (2024), melhorando as suas capacidades e competências, assim como contribuindo para a valorização do trabalho na área da hotelaria e turismo.

Outro desafio relevante evidenciado nos resultados refere-se às relações institucionais e à cooperação entre *stakeholders*. Embora alguns projetos mencionem parcerias com entidades públicas e municipais, a perceção dominante é a de uma

insuficiente articulação entre os vários níveis de governança e uma dependência excessiva do Estado, especialmente na gestão do património cultural, o que é identificado por autores como Kastenholz et al. (2023) que considera que desafios como a “falta de vontade política e os processos burocráticos” podem condicionar os benefícios do turismo regenerativo para os territórios e comunidades. Esta situação limita o desenvolvimento de iniciativas autónomas e inovadoras que operem na interseção entre cultura e turismo, áreas cuja integração é considerada essencial para assegurar a autenticidade e a sustentabilidade dos territórios. Os resultados demonstram também a pertinência das questões relacionadas com o equilíbrio entre o desenvolvimento turístico e a preservação da autenticidade local, que é um aspeto particularmente importante neste tipo de territórios, já que é um fator de diferenciação altamente valorizado por segmentos de mercado que interessam a esta região. A manutenção deste equilíbrio frágil entre crescimento e preservação, é um dos dilemas centrais do turismo regenerativo, exigindo uma abordagem holística que promova simultaneamente a integridade do sistema natural, a viabilidade económica e o bem-estar das comunidades, numa perspetiva de sustentabilidade a longo prazo, conforme é perspetivado por Bellato et al. (2023).

Os resultados demonstram que existem outros aspetos que merecem a atenção dos participantes, como os relacionados com as conjunturas internacionais e o *greenwashing*. Relativamente ao primeiro, existe a consciência de que a diversificação de públicos e a adaptação contínua são estratégias de resiliência, alinhadas com a abordagem regenerativa que os projetos incorporam e que promovem a capacidade de resposta adaptativa a sistemas em mudança, conforme perspetivado por autores como Wahl (2019), Hussain & Haley (2022) e Bellato et al. (2023). O *greenwashing* surge de forma particularmente relevante ao longo dos resultados, demonstrando ser um desafio que integra questões importantes como a ameaça à credibilidade e ao posicionamento dos projetos genuinamente comprometidos com práticas regenerativas. A apropriação e uso indevido e generalizado da sustentabilidade por parte de operadores convencionais, gera confusão e desconfiança nos consumidores, penalizando os projetos que, efetivamente, integram valores e práticas alinhadas com o conceito regenerativo. A banalização das certificações de sustentabilidade, usadas como estratégias de marketing e comunicação sem correspondência efetiva na prática, provocam o cansaço e o

desinteresse nos consumidores, que na sua maioria também não conhecem nem percebem a abrangência da sustentabilidade e as várias dimensões que integra. Esta problemática está presente na literatura, em autores como Dwyer (2018), Hussain & Haley (2022) e Inversini et al. (2024).

Perante estes desafios, é possível constatar nos resultados obtidos, que a consolidação do turismo regenerativo não depende apenas da atuação individual dos participantes que desenvolvem este tipo de projetos, mas de um enquadramento mais alargado e sistémico que articule os diversos *stakeholders*, assim como de estratégias e políticas comuns orientadas para a regeneração territorial e social, o que reforça o carácter holístico deste tipo de abordagem como perspetivado por Teruel (2018), Pollock (2019 a), Dredge (2022), Ateljevic & Sheldon (2022) e Bellato & Pollock (2023).

#### 6.1.5.2. Potencial do turismo regenerativo

Os resultados demonstram que existe consenso entre os participantes quanto ao potencial do turismo regenerativo na região, apresentando a capacidade de gerar transformações significativas e benéficas nas várias dimensões, ambiental, económica, social e cultural. Reconhecem, no entanto, que este potencial está condicionado à necessidade de uma visão estratégica, com base na cultura e na preservação da identidade territorial e comunitária, que é fundamental para que a região consiga resistir à descaraterização. Durante muito tempo conseguiu-se preservar os ativos únicos que aqui existem, mantendo a autenticidade da região, hoje reconhecidos como importantes fatores de diferenciação que motivam a visita, sendo a singularidade do seu modo de vida um dos aspetos primordiais. O respeito por este legado é fundamental para manter o sentido de lugar deste território, garantindo um desenvolvimento resiliente e sustentado que tem por base o seu património cultural, profundamente enraizado na paisagem, no lugar e nas pessoas. Esta perspetiva está presente na visão da CCDR Alentejo(2020), através da aposta em ativos que integram o património natural e cultural da região, relevantes para o seu desenvolvimento sustentável e a sua notoriedade a nível nacional e internacional, como base de desenvolvimento de produtos e serviços especializados de turismo e hospitalidade, assim como de ecossistemas culturais e criativos, que potenciam a diferenciação da oferta, sendo a cultura, as artes e o património, natural e

cultural, elementos fundamentais na promoção da diversidade, inclusão e coesão social. A mesma visão é identificada na opção estratégica para o turismo do Turismo de Portugal (2024) que tem por base a consolidação do Alentejo “como destino turístico associado a uma oferta qualificada e ajustada às características ambientais, naturais e patrimoniais, desenvolvendo uma fileira de produtos turísticos de elevada qualidade e identidade na Região”.

Verifica-se que os participantes acreditam que o futuro passa por continuar a trabalhar com o objetivo de garantir a preservação e valorização desta herança comum, criando relações ainda mais fortes com a comunidade, de forma a oferecer experiências distintas aos visitantes, enquanto contribui para que o lugar fique efetivamente melhor do que estava no início do projeto, perspetiva apresentada por autores como Pollock (2019a); Sheldon (2022); Fusté-Forné & Hussain (2022) e Amorim et al. (2023). Neste processo é fundamental manter presente que o turismo funciona num ecossistema mais alargado, em que todos os elementos e dimensões são importantes, numa interação dinâmica que procura a melhoria contínua. Verifica-se também que alguns participantes reconhecem que este deve ser um movimento coletivo para que possibilite transformações mais significativas. Nesta perspetiva cada projeto individual serve de exemplo para a construção de um turismo mais consciente, que potencie a regeneração desta região, assim como numa perspetiva macro de todo o país, sendo reconhecida a existência de potencial em Portugal para se afirmar no âmbito do turismo regenerativo.

## 7. CONCLUSÃO

Neste capítulo são apresentadas as principais conclusões da investigação desenvolvida, articulando as evidências empíricas obtidas com o enquadramento teórico que serviu de base ao estudo. O seu propósito é sintetizar o conhecimento produzido, avaliando de que forma os objetivos propostos foram alcançados e em que medida os resultados contribuem para uma melhor compreensão sobre o turismo regenerativo em territórios de interior e de baixa densidade. As conclusões são apresentadas de forma estruturada, contemplando, em primeiro lugar, as considerações que decorrem da fundamentação teórica, seguindo-se as conclusões do estudo empírico, nas quais se sistematizam os principais resultados obtidos através da análise e interpretação das entrevistas realizadas. Posteriormente, apresentam-se as limitações da investigação e depois as recomendações dirigidas ao setor, com implicações práticas e estratégicas para os agentes envolvidos no desenvolvimento territorial e as recomendações para futuros estudos. Este capítulo encerra a investigação realizada, abrindo perspetivas de continuidade e reflexão, com contribuições para a consolidação de um conhecimento mais abrangente e aplicado sobre o turismo regenerativo e o seu papel na regeneração social, cultural e económica dos territórios de interior e de baixa densidade.

### 7.1. Principais Conclusões da Investigação

#### 7.1.1. Conclusões da Revisão da Literatura

A revisão da literatura permitiu compreender que o turismo regenerativo se afirma como uma abordagem emergente e transformadora, que procura ultrapassar as limitações do conceito de sustentabilidade ao propor uma visão sistémica, interdependente, dinâmica e evolutiva do desenvolvimento territorial. Ao contrário das perspetivas convencionais de sustentabilidade, centradas na mitigação dos impactes negativos, a regeneração assenta na criação de valor líquido positivo para os ecossistemas natural, económico, social e cultural, reconhecendo o papel ativo do ser humano como parte integrante desses sistemas (Pollock, 2019a; Dredge, 2022; Ateljevic & Sheldon, 2022).

A análise teórica demonstrou que o turismo regenerativo não se limita à aplicação de práticas sustentáveis, mas configura uma mudança de paradigma que implica repensar a forma como o turismo se relaciona com a natureza, o território, as comunidades e os visitantes. Tal como é referido por Mang & Reed (2012) e Wahl (2019), a regeneração implica uma transição de um modelo extrativo para um modelo aditivo, no qual o turismo atua como alavanca de regeneração ambiental, social e cultural, fomentando a prosperidade partilhada e a equidade. Neste contexto, o território é entendido como um sistema vivo, interdependente e dinâmico, onde cada ação influencia e é influenciada pelas várias dimensões, ambiental, económica, social e cultural. A literatura evidencia a importância de uma abordagem holística e transdisciplinar, capaz de reconhecer a complexidade das relações que sustentam a vida no território (Bellato & Pollock, 2023; Inversini et al., 2024). A regeneração implica, por isso, um processo contínuo de aprendizagem, adaptação e coevolução, mimetizando a natureza, no qual o turismo atua como catalisador de transformações positivas.

Na dimensão sociocultural, a revisão da literatura evidenciou que o turismo regenerativo promove a valorização do património material e imaterial, da identidade local e dos saberes tradicionais, considerando-os elementos estruturantes da autenticidade e da coesão comunitária. O encontro entre visitantes e comunidades pode constituir um espaço fértil de intercâmbio cultural, criatividade e empoderamento, desde que baseado em princípios de respeito mútuo, participação ativa e reciprocidade, conforme referem Richards & Marques (2012) e Duxbury et al. (2020). A literatura refere também que a regeneração territorial depende da colaboração entre *stakeholders*, públicos, privados e comunitários, o que implica modelos de governança participativa (Hahn & Tampe, 2021). Esta visão partilhada é essencial para criar ecossistemas de confiança e corresponsabilidade que sustentem processos de longo prazo, permitindo alinhar os objetivos económicos com os propósitos sociais e culturais, de modo a gerar benefícios equitativos e duradouros. O turismo regenerativo implica uma mudança de mentalidade nos gestores turísticos e nos decisores, assim como nos visitantes, envolvendo mudanças na própria noção de valor, ao deslocar o foco do consumo para a experiência significativa, da quantidade para a qualidade e do crescimento económico linear para a prosperidade circular e regenerativa (Becken & Kaur, 2021). Assim, o turismo regenerativo é também uma abordagem educativa, que convida à reflexão e



consciencialização sobre o papel de cada indivíduo no equilíbrio do ecossistema complexo em que se integra.

### 7.1.2. Conclusões do Estudo Empírico

O estudo empírico permitiu identificar e compreender as práticas e dinâmicas associadas ao turismo regenerativo em territórios de interior e de baixa densidade no Alentejo, focando-se na dimensão sociocultural. A análise dos resultados obtidos revelou uma diversidade de abordagens que, apesar das diferenças que integram, convergem numa visão partilhada de regeneração territorial, baseada na valorização do património natural e cultural, na inclusão social e na construção de prosperidade partilhada. Os resultados demonstraram que as práticas de turismo regenerativo analisadas são moldadas por uma forte ligação ao lugar e por um entendimento sistémico das inter-relações entre as dimensões ambiental, económica, social e cultural. Existe um compromisso com a diversificação de atividades, nomeadamente a articulação entre turismo, agricultura e património, o que contribui para a resiliência económica e para a sustentabilidade dos projetos a longo prazo. Esta abordagem multifuncional reflete a ideia de que o turismo pode ser uma alavanca de regeneração quando gera benefícios líquidos para o ecossistema e para as comunidades, integrando inovação e respeito pelo território, ao trabalhar de forma dinâmica e integrada com outros setores. A investigação confirma que estas práticas são desenvolvidas num processo que visa a melhoria contínua, em que o propósito e a natureza das ações têm mais relevância do que a adoção de terminologia específica, demonstrando que a regeneração emerge das práticas concretas e do alinhamento ético das entidades com os princípios de cuidado e corresponsabilidade.

A análise dos resultados evidenciou também a relevância das relações colaborativas na implementação do turismo regenerativo, nomeadamente das parcerias estabelecidas com entidades locais, como as autarquias e associações culturais que se constituem como um elemento estruturante para a integração dos projetos no território e para a criação de valor partilhado. Apesar disso, existem ainda limitações na articulação institucional e na consolidação de redes formais de cooperação, o que condiciona, em alguns casos, as relações de proximidade e de confiança que fortalecem os vínculos à

comunidade e promovem o reconhecimento das iniciativas por parte das populações locais. A maturidade destas relações é proporcional ao tempo e à continuidade das ações, revelando que o turismo regenerativo requer processos de longo prazo, baseados em respeito, confiança mútua e envolvimento genuíno das partes, pelo que os projetos mais enraizados no território apresentam níveis mais elevados de integração e de reconhecimento local. A ligação ao lugar e o envolvimento direto das pessoas da região nas equipas de trabalho contribuem para reforçar o sentimento de pertença e a hospitalidade autêntica, enquanto geram impactos positivos na economia e na coesão social. Apesar disso, a consolidação destas relações continua a ser um desafio, exigindo estratégias de comunicação mais eficazes, uma maior abertura dos projetos à comunidade e o reforço das dinâmicas de participação e capacitação. A investigação revelou ainda que a interação entre visitantes e comunidade local constitui um dos aspetos mais significativos do turismo regenerativo, ainda que nem sempre plenamente materializado. As experiências que promovem o contacto direto e a imersão nas práticas e tradições locais são aquelas que produzem maior impacto nos visitantes, promovendo aprendizagens transformadoras e a criação de laços duradouros com o território. Estas vivências, que valorizam o tempo, a proximidade e o envolvimento ativo, revelam o potencial educativo e inspirador do turismo regenerativo, ao promover uma cidadania mais consciente e um maior compromisso dos visitantes com a sustentabilidade.

Os impactos do turismo regenerativo identificados na região refletem transformações tangíveis e intangíveis nas várias dimensões do desenvolvimento local. No plano económico e social, verificou-se a criação de emprego, a fixação de população e o fortalecimento das parcerias com fornecedores locais, aspetos que contribuem para a coesão territorial e a prosperidade das comunidades. No plano cultural, constatou-se um reforço da identidade, do orgulho comunitário e da autoestima coletiva, resultante da valorização do património, da reabilitação de edifícios históricos e da promoção de expressões artísticas e criativas. Estes efeitos traduzem-se numa maior visibilidade e atratividade do território, assim como na construção de uma imagem autêntica e diferenciada, alinhada com uma perspetiva de desenvolvimento sustentável e resiliente. A dimensão ambiental, embora não fosse o foco principal desta investigação, revelou igualmente evidências importantes, nomeadamente a revitalização de ecossistemas naturais através de práticas agrícolas regenerativas, da reflorestação através de

agroflorestas e da recuperação do montado. Estas ações confirmam que o turismo pode funcionar como catalisador de processos de revitalização ambiental, fazendo a transição para modelos de produção e consumo mais equilibrados, reforçando assim o carácter sistémico e interdependente da abordagem regenerativa.

Os resultados demonstram um elevado potencial transformador do turismo regenerativo, capaz de gerar benefícios nas várias dimensões e fomentar novas formas de desenvolvimento local baseadas em relações de reciprocidade e respeito mútuo. A preservação da identidade territorial, a valorização dos saberes locais tradicionais e o fortalecimento da cultura de hospitalidade revelam-se pilares fundamentais para garantir a autenticidade e a resiliência destes territórios. Os participantes reconhecem que o futuro do turismo regenerativo na região depende da manutenção do equilíbrio certo entre crescimento e preservação, autenticidade e inovação, local e global, sendo estes os princípios que servem de base à sua capacidade de inspirar mudanças sistémicas mais amplas. Apesar dos resultados evidenciarem impactes positivos existe um conjunto de desafios transversais e persistentes, entre os quais se destacam a escassez de recursos humanos, a dificuldade de atrair e fixar população, a falta de articulação institucional e a necessidade de reforço de políticas públicas orientadas para a coesão territorial e para a valorização do património cultural. O *greenwashing* e a banalização da sustentabilidade surgem como ameaças à credibilidade dos projetos que estão genuinamente comprometidos com os princípios regenerativos, verificando-se a necessidade de existir maior rigor na comunicação e na transparência das práticas. Estes desafios revelam que a consolidação do turismo regenerativo não depende apenas da ação individual das entidades, mas de um enquadramento coletivo que envolva todos os *stakeholders* e uma efetiva cooperação multissetorial.

## 7.2. Limitações da Investigação

Uma das principais limitações desta investigação está relacionada com a escolha da metodologia qualitativa baseada em entrevistas. Apesar das entrevistas terem fornecido informações relevantes, permitindo um conhecimento mais abrangente sobre a perspetiva de cada participante, a natureza qualitativa deste método pode ser vista como uma limitação para a generalização dos resultados. Por outro lado, ficou

demonstrado que os dados quantitativos existentes são escassos, porque não existe uma recolha, monitorização e avaliação das práticas implementadas, o que também poderia condicionar a investigação, caso fosse aplicado esse tipo de metodologia.

A maioria das entrevistas realizou-se em formato digital através de uma plataforma de videoconferência (Microsoft Teams), sendo duas entrevistas respondidas por escrito, por opção das respetivas entidades. Consta-se que as respostas redigidas são menos conclusivas porque não existe o mesmo nível de contextualização e detalhe nas informações que o diálogo entre investigador e participante permite. Outro aspeto a considerar nas respostas redigidas é o facto de não permitirem a exploração de aspetos que vão surgindo naturalmente ao longo da entrevista e que se revelam importantes no contexto da investigação em curso.

Relativamente aos participantes foi possível recolher informação muito válida no âmbito da investigação realizada, no entanto é possível reconhecer que uma amostra mais alargada seria importante para um conhecimento mais abrangente, podendo evidenciar outras perspetivas, o que não se verificou pela indisponibilidade ou falta de interesse demonstrado pelas outras entidades contactadas. Consta-se também que a ausência de contributos de outros intervenientes no processo de desenvolvimento turístico nesta região, nomeadamente representantes comunitários e entidades municipais, pode limitar a perceção da realidade concreta, tendo sido dirigidos convites à participação de algumas associações locais, as quais não se mostraram disponíveis para colaborar. Assim, verifica-se o risco de existir, em alguns casos, um viés relacionado com o desejo dos participantes, todos eles promotores ou representantes de projetos de âmbito turístico, se mostrarem socialmente responsáveis, dando ênfase às práticas reconhecidas como corretas e subestimando os constrangimentos.

### 7.3. Recomendações para o Setor

Os resultados obtidos na investigação permitem formular um conjunto de recomendações orientadas para o fortalecimento e a consolidação de práticas de turismo regenerativo nos territórios de interior e de baixa densidade. Estas recomendações destinam-se a *stakeholders* com diferentes níveis de atuação, entre entidades públicas,

privadas e comunitárias, baseando-se nos princípios da interdependência, corresponsabilidade e melhoria contínua que sustentam o paradigma regenerativo.

1. Destaca-se a necessidade de uma estratégia territorial integrada que reconheça o turismo regenerativo como alavanca de desenvolvimento local sustentável, devendo ser esta construída de forma participada, articulando políticas públicas, agentes económicos, instituições culturais e comunidades locais, de modo a criar um ecossistema favorável à regeneração social, cultural e ambiental. A implementação de planos de ação intermunicipais, com base em diagnósticos participativos e objetivos partilhados, poderá reforçar a coesão territorial e maximizar os benefícios coletivos, promovendo a complementaridade entre iniciativas e evitando a dispersão de esforços.

2. Recomenda-se o reforço da educação e capacitação como pilares para a sustentabilidade e resiliência da região a longo prazo. A formação de recursos humanos deve privilegiar a integração de competências técnicas com competências sociais e éticas, valorizando o conhecimento do território, da cultura e das comunidades, com o desenho de programas educativos e formativos orientados para o turismo regenerativo, desenvolvidos em parceria entre instituições de ensino, entidades públicas e agentes locais de forma a adequar a formação às efetivas necessidades do setor e da região. Isto será fundamental para a criação de uma nova geração de profissionais conscientes do seu papel como mediadores entre visitantes, comunidades e lugares.

3. Recomenda-se a criação e consolidação de redes colaborativas que favoreçam a partilha de experiências, conhecimentos e recursos entre projetos com propósitos semelhantes, pois a partilha de boas práticas implementadas e dos seus resultados, a cooperação intersectorial e o desenvolvimento de iniciativas conjuntas permite alcançar um maior impacto territorial. Estas redes poderão também atuar como mecanismos de visibilidade e reconhecimento, fortalecendo a identidade coletiva do setor e promovendo o posicionamento de Portugal como referência no turismo regenerativo a nível internacional.

4. Recomenda-se o reforço das parcerias público-comunitárias para a gestão e valorização do património cultural, assegurando a sua preservação e utilização sustentável. A colaboração entre entidades públicas, operadores turísticos e organizações culturais ou sociais deve basear-se em princípios de equidade e corresponsabilidade, garantindo que os benefícios gerados pelas atividades turísticas se traduzem em ganhos efetivos para as comunidades locais. Estas parcerias podem também desempenhar um papel determinante na mediação cultural e na criação de experiências autênticas que aproximem visitantes e residentes, fortalecendo o sentimento de pertença e a valorização da identidade local.

5. Recomenda-se o fomento de políticas públicas de apoio ao turismo regenerativo, que reconheçam e incentivem as práticas que contribuem efetivamente para o desenvolvimento local integrado. Medidas de financiamento específicas, programas de incentivo à inovação social e ambiental, assim como a simplificação de processos administrativos podem criar condições mais favoráveis para o desenvolvimento e consolidação de projetos de âmbito regenerativo.

6. A implementação de mecanismos de monitorização e avaliação dos impactes associados às práticas regenerativas é fundamental, pois a inexistência de indicadores sistematizados constitui uma lacuna que limita a capacidade de medir resultados e de comunicar o valor acrescentado destas abordagens. A definição de métricas qualitativas e quantitativas adaptadas à escala dos projetos e ao contexto territorial permitirá avaliar de forma mais rigorosa os benefícios sociais, culturais, ambientais e económicos, contribuindo para a legitimação e credibilidade dos projetos que implementam esta abordagem. Este trabalho deve ser desenvolvido numa lógica de parceria, entre as entidades que desenvolvem projetos turísticos e instituições do ensino superior, como universidades e centros de investigação, fomentando o conhecimento no âmbito do turismo regenerativo.

7. Recomenda-se a adoção de estratégias de comunicação ética e transparente, que evitem a simplificação ou banalização de conceitos como sustentabilidade e regeneração. A construção de narrativas genuínas, baseadas em evidências e testemunhos concretos, é fundamental para combater o *greenwashing* e reforçar a confiança dos visitantes e das comunidades. A comunicação deve assumir também uma dimensão educativa, sensibilizando para a importância do consumo responsável e do papel ativo de cada pessoa na regeneração dos lugares, independentemente do papel que assumem no âmbito do turismo.

### 7.3. Recomendações para Estudos Futuros

As possibilidades de realização de estudos futuros no âmbito do turismo regenerativo, mesmo que mantendo o foco regional no território identificado, são inúmeras, pois este é um tema emergente ainda em desenvolvimento e que se caracteriza por uma pluralidade de abordagens significativa, abrindo caminho a diversas vertentes de investigação, nomeadamente as relacionadas com as dimensões social e cultural. Assim, com base nos resultados obtidos e nas limitações identificadas ao longo da investigação, são propostas algumas recomendações para estudos futuros.

Recomenda-se a utilização de métodos mistos que combinem a abordagem qualitativa com a quantitativa, de forma a obter dados que permitam uma visão mais abrangente e robusta do tema, assim como a integração de diversos *stakeholders* que abram o âmbito da investigação a diferentes perspetivas sobre o mesmo fenómeno. O desenvolvimento de estudos longitudinais alargados no tempo com indicadores definidos para as várias dimensões, estabelecendo parcerias entre projetos e unidades de investigação científica, poderá possibilitar uma investigação mais consistente, que mitigue a escassez de dados existentes atualmente, enquanto ajuda os projetos a validar o seu compromisso e posicionamento. Outra recomendação é criar linhas de investigação a partir das questões que se revelaram mais prementes ou as emergentes, como a dos recursos humanos e a atratividade territorial, a da mediação cultural, valorização patrimonial e continuidade dos ofícios ou a da comunicação, posicionamento e *greenwashing*.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Agência Regional de Promoção Turística do Alentejo – Turismo do Alentejo. (2023). *Plano de Marketing Alentejo 2024*.

Almeida, J., & Daniel, A. D. (2023). Post-pandemic opportunities for low-density territories: insights and implications from Portuguese case studies. *European Planning Studies*, 31(10), 2034-2057. <https://doi.org/10.1080/09654313.2022.2074785>

Amorim, M., Dias, M. F., Brandão, F., Madureira, R. C., Costa, R., Breda, Z., Guardado, C., Lopes, M. & Pedro, B. *Understanding Regenerative Tourism as a Catalyst for Sustainable Economies: An Analysis of Selected Practices* [Paper presentation]. 9th International Scientific Conference ERAZ 2023 – Conference Proceedings. <https://doi.org/10.31410/ERAZ.2023.325>

An, W., & Alarcon, S. (2020). How can rural tourism be sustainable? A systematic review. *Sustainability*, 12(18), 7758. <https://doi.org/10.3390/su12187758>

ASTO – Observatório do Turismo Sustentável do Alentejo. (2024). *Área geográfica*. <https://www.asto.pt/pt/area-geografica/>

Ateljevic, I., & Sheldon, P. J. (2022). Guest editorial: Transformation and the regenerative future of tourism. *Journal of Tourism Futures*, 8(3), 266-268. <https://doi.org/10.1108/JTF-09-2022-284>

Batista, B., Rodrigues, D., Moreira, E. & Silva, F. (2021). *Reflexões em torno de Metodologias de Investigação: recolha de dados* (1ª edição). UA Editora. <https://doi.org/10.34624/ka02-fq42>

Batista, T., Mascarenhas, J. M. D., & Mendes, P. (2017). Montado's ecosystem functions and services: the case study of Alentejo Central–Portugal.

Becken, S., & Kaur, J. (2021). Anchoring “tourism value” within a regenerative tourism paradigm—a government perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(1), 52-68. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1990305>



Bellato, L., & Cheer, J. M. (2021). Inclusive and regenerative urban tourism: Capacity development perspectives. *International Journal of Tourism Cities*, 7(4), 943–961. <https://doi.org/10.1108/IJTC-08-2020-0167>

Bellato, L., Frantzeskaki, N., & Nygaard, C. (2022). Regenerative tourism: a conceptual frame-work leveraging theory and practice. *Tourism Geographies*, 1–21. <https://doi.org/10.1080/14616688.2022.2044376>

Bellato, L., Frantzeskaki, N., Briceño Fiebig, C., Pollock, A., Dens, E., & Reed, B. (2022). Trans-formative roles in tourism: Adopting living systems’ thinking for regenerative futures. *Journal of Tourism Futures*, 8(3), 312–329. <https://doi.org/10.1108/JTF-11-2021-0256>

Bellato, L., Frantzeskaki, N., Lee, E., Cheer, J. M., & Peters, A. (2023). Transformative episte-mologies for regenerative tourism: Towards a decolonial paradigm in science and practice? *Journal of Sustainable Tourism*, 32(6), 1161–1181. <https://doi.org/10.1080/09669582.2023.2208310>

Bellato, L., Frantzeskaki, N., & Nygaard, C. (2024). Towards a regenerative shift in tourism: applying a regenerative conceptual framework toward swimmable urban rivers. *Tourism Geographies*, 1–20. <https://doi.org/10.1080/14616688.2024.2358306>

Bellato, L., & Pollock, A. (2023). Regenerative tourism: a state-of-the-art review. *Tourism Geographies*, 1–10. <https://doi.org/10.1080/14616688.2023.2294366>

Booking.com. 2023. *Sustainable travel report 2023*. [https://sustainability.booking.com/\\_files/ugd/6b9913\\_6659f345409e498491ba8ef987fb13e1.pdf](https://sustainability.booking.com/_files/ugd/6b9913_6659f345409e498491ba8ef987fb13e1.pdf)

Brouder, P. (2020). Reset redux: Possible evolutionary pathways towards the transformation of tourism in a COVID-19 world. *Tourism Geographies*, 22(3), 484–490. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1760928>

Buckley, R. (2012). Sustainable tourism: Research and reality. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 528–546. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.02.003>

Carr, A. (2020). COVID-19, indigenous peoples and tourism: a view from New Zealand. *Tourism Geographies*, 22(3), 491–502.  
<https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1768433>

Carvalho, N. (2020). Turismo e recursos endógenos como catalisadores do desenvolvimento local sustentável nos territórios de baixa densidade populacional. *Turismo, sociedade e ambiente*, 23-30.

CBI - Centre for the Promotion of Imports from developing countries. (2022). *Regenerative tourism: moving beyond sustainable and responsible tourism*.  
<https://www.cbi.eu/market-information/tourism/regenerative-tourism>

Chambers, D., & Buzinde, C. (2015). Tourism and decolonisation: Locating research and self. *Annals of Tourism Research*, 51, 1–16.  
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.12.002>

Cheer, J. M. (2020). Human flourishing, tourism transformation and COVID-19: A conceptual touchstone. *Tourism Geographies*, 22(3), 514–524.  
<https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1765016>

CIC Portugal 2020 (2018). *Retificação da lista de classificação de territórios de baixa densidade para aplicação de medidas de diferenciação positiva dos territórios*.  
[https://www.compete2020.gov.pt/admin/images/Deliberacoes\\_cic\\_territ%C3%B3rios\\_baixa\\_densidade.pdf](https://www.compete2020.gov.pt/admin/images/Deliberacoes_cic_territ%C3%B3rios_baixa_densidade.pdf)

Comissão Europeia. 2020. *Territorial Agenda 2030*. <https://territorialagenda.eu/>

Dredge, D. (2022). Regenerative tourism: Transforming mindsets, systems and practices. *Journal of Tourism Futures*, 8(3), 269–281. <https://doi.org/10.1108/JTF-01-2022-0015>

Duxbury, N., Bakas, F. E., Vinagre de Castro, T., & Silva, S. (2020). Creative tourism development models towards sustainable and regenerative tourism. *Sustainability*, 13(1), 2. <https://doi.org/10.3390/su13010002>

Duxbury, N., Rahim, S., Silva, S., & Vinagre de Castro, T. (2024). *Creative Tourism, Regenerative Development, and Destination Resilience: Insights and Reflections*. CREATOUR Observatory - Culture and Tourism for Local Development. Centre for Social Studies. University of Coimbra, Portugal.

Dwyer, L. (2018). Saluting while the ship sinks: The necessity for tourism paradigm change. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(1), 29-48. <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1308372>

EarthCheck. (2023). *Regenerative travel*. EarthCheck (Research Institute). [https://earthcheck.org/wp-content/uploads/2023/07/0723\\_EarthCheck\\_RegenerativePaper\\_FINAL.pdf](https://earthcheck.org/wp-content/uploads/2023/07/0723_EarthCheck_RegenerativePaper_FINAL.pdf)

Entidade Regional do Turismo do Alentejo e Ribatejo. (2020). *Estratégia Regional de Desenvolvimento Turístico Alentejo e Ribatejo 2021-27*.

Fisher, T., & Morrison, T. (2021). *NPA Covid-19 Response Project: Economic impacts, resilience factors and redefining peripherality*. [https://core.interreg-npa.eu/subsites/core/5\\_-\\_CovidEcon\\_-\\_Citizen\\_Summary.pdf](https://core.interreg-npa.eu/subsites/core/5_-_CovidEcon_-_Citizen_Summary.pdf)

Fornari, L. (2021). *Reflexões em torno de Metodologias de Investigação: métodos* (1ª edição). UA Editora. <https://doi.org/10.34624/hmtj-qg49>

Fountain, J. (2022). The future of food tourism in a post-COVID-19 world: insights from New Zealand. *Journal of tourism futures*, 8(2), 220-233. <https://doi.org/10.1108/JTF-04-2021-0100>

Fusté-Forné, F., & Hussain, A. (2022). Regenerative tourism futures: a case study of Aotearoa New Zealand. *Journal of tourism futures*, 8(3), 346-351. <https://doi.org/10.1108/JTF-01-2022-0027>

Galvão, M. J., & Devy-Vareta, N. (2010). A multifuncionalidade das paisagens rurais: uma ferramenta para o desenvolvimento. *Cadernos: Curso de Doutoramento em Geografia*, n.º 2, 2010, p. 61-86.

Governo da República Portuguesa (2020). *Programa de valorização do interior*. <https://www.portugal.gov.pt/pt/gc22/governo/programas-de-acao-governativa/programa-de-valorizacao-do-interior.aspx>

Hahn, T., & Tampe, M. (2021). Strategies for regenerative business. *Strategic Organization*, 19(3), 456-477. <https://doi.org/10.1177/1476127020979228>

Hall, C. M. (2019). Constructing sustainable tourism development: The 2030 agenda and the managerial ecology of sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(7), 1044-1060. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1560456>

Hussain, A., & Haley, M. (2022). Regenerative tourism model: challenges of adapting concepts from natural science to tourism industry. *Journal of Sustainability and Resilience*, 2(1), 4. <https://digitalcommons.usf.edu/jsr/vol2/iss1/4>

INE - Instituto Nacional de Estatística. (2024). *Censos 2021*. <https://tabulador.ine.pt/indicador/?id=0011609>

INE - Instituto Nacional de Estatística. (2025). *Região Alentejo em Números - 2023*. [https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\\_publicacoes&PUBLICACOESpub\\_boui=437541283&PUBLICACOESmodo=2](https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=437541283&PUBLICACOESmodo=2)

Inversini, A., Saul, L., Balet, S., & Schegg, R. (2024). The rise of regenerative hospitality. *Journal of Tourism Futures*, 10(1), 6-20. <https://doi.org/10.1108/JTF-04-2023-0107>

Kastenholz, E., Carneiro, M. J., & Cunha, D. (Eds.). (2022). *TWINE Conference-Co-creating sustainable rural tourism experiences with food & wine, local culture, landscapes and people*. <https://doi.org/10.48528/6m6s-8615>

Kastenholz, E., Salgado, M. A. B., & Silva, R. (2023). Resilient and regenerative Rural Tourism: the case of Travancinha Village, Portugal. *Cadernos de Geografia*, 48, 81-97. [https://doi.org/10.14195/0871-1623\\_48\\_6](https://doi.org/10.14195/0871-1623_48_6)

Kuhn, T. S. (1970). *The structure of scientific revolutions* (2nd ed.). University of Chicago Press.

Latham, E. (2023). Food in tourism in a time of critical shift: Four reflexive case studies in Aotearoa New Zealand. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 18(2), 246–264. <https://doi.org/10.1108/JEC-10-2022-0143>

Lazic, S., & Della Lucia, M. (2024). A holistic and pluralistic perspective for justice through tourism: a regenerative approach. *Tourism Geographies*, 1-18. <https://doi.org/10.1080/14616688.2024.2372114>

Loehr, J., & Becken, S. (2023). Leverage points to address climate change risk in destinations. *Tourism Geographies*, 25(2-3), 820-842. <https://doi.org/10.1080/14616688.2021.2009017>

Mang, P., & Reed, B. (2012). Designing from place: A regenerative framework and methodology. *Building Research & Information*, 40(1), 23–38. <https://doi.org/10.1080/09613218.2012.621341>

Matunga, H., Matunga, H., & Urlich, S. (2020). From exploitative to regenerative tourism: Tino rangatiratanga and tourism in Aotearoa New Zealand. *MAI Journal: A New Zealand Journal of Indigenous Scholarship*, 9(3), 295-308. <https://doi.org/10.20507/MAIJournal.2020.9.3.10>

Minayo, M. C., & Costa, A. P. (2018). Fundamentos teóricos das técnicas de investigação qualitativa. *Revista Lusófona de Educação*, (40), 11-25. <https://doi.org/10.24140/issn.1645-7250.rle40.01>

Owen, C. (2007a). Regenerative tourism: A case study of the resort town Yulara. *Open House International*, 32(4), 42-53. <https://doi.org/10.1108/OHI-04-2007-B0005>

Owen, C. (2007b). Regenerative tourism–Re-placing the design of ecotourism facilities. *The International Journal of Environmental, Cultural, Economic and Social Sustainability*, 3(2), 175-181.

Pearson, R. E., Bardsley, D. K., & Pütz, M. (2024). Regenerative tourism in Australian wine regions. *Tourism Geographies*, 1-23. <https://doi.org/10.1080/14616688.2024.2328615>

Picken, F. (2018). The Interview in Tourism Research. In Hillman, W. Radel, K (Eds.). *Qualitative Methods in tourism Research, Theory and Practice*, 200-223. Channel View Publications.

Pollock, A. (2012). *Can tourism change its operating model? The necessity and inevitability*. Slideshare. [https://www.slideshare.net/AnnaP/can-tourism-change-its-operating-model-13583914?from\\_action=save](https://www.slideshare.net/AnnaP/can-tourism-change-its-operating-model-13583914?from_action=save)

Pollock, A. (2019a). Flourishing beyond sustainability. In *ETC Workshop in Krakow* (pp. 1-10). Brussels, Belgium: ETC Corporate.

Pollock, A. (2019b). *Regenerative tourism: The natural maturation of sustainability*. Medium. <https://medium.com/activate-the-future/regenerative-tourism-the-natural-maturation-of-sustainability-26e6507d0fcb>

Rastegar, R., Higgins-Desbiolles, F., & Ruhanen, L. (2021). COVID-19 and a justice framework to guide tourism recovery. *Annals of Tourism Research*, 91, 103161. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103161>

Ravichandran, S. S. (2023). Branding regenerative tourism for sustainable rural destinations: A critical reflection perspective. *Indian Journal of Marketing*, 53(6), 60–65. <https://doi.org/10.17010/ijom/2023/v53/i6/172768>

República Portuguesa, XXII Governo. (2020). *Estratégia Portugal 2030*. <https://www.portugal.gov.pt/download-ficheiros/ficheiro.aspx?v=%3d%3dBQAAAB%2bLCAAAAAAABAAzNDC3NAEAKBRcpAUAAAA%3d>

Richards, G., & Marques, L. (2012). Exploring creative tourism: Editors introduction. *Journal of Tourism Consumption and Practice*, 4(2), 1-11. <https://research.tilburguniversity.edu/en/publications/d98cddfcfdac-48dc-8b76-9bd561712556>

Rodrigues, C., Mendes, T., Liberato, D., Brandão, F., Esteves, E., & Liberato, P. (2024). Rural regeneration through creative tourism: local discourses on cultural heritage. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 74-100. 10.34624/rtd.v47i0.38772

Romagosa, F. (2020). The COVID-19 crisis: Opportunities for sustainable and proximity tourism. *Tourism Geographies*, 22(3), 690-694.  
<https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1763447>

Scheyvens, R. (2024). International development and tourism geographies. *Tourism Geographies*, 1-11. <https://doi.org/10.1080/14616688.2024.2330579>

Sharpley, R. (2020). Tourism, sustainable development and the theoretical divide: 20 years on. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(11), 1932-1946.  
<https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1779732>

Sheldon, P. J. (2022). The coming-of-age of tourism: embracing new economic models. *Journal of Tourism Futures*, 8(2), 200-207. <https://doi.org/10.1108/JTF-03-2021-0057>

Sheller, M. (2021). Reconstructing tourism in the Caribbean: connecting pandemic recovery, climate resilience and sustainable tourism through mobility justice. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(9), 1436-1449.  
<https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1791141>

Simmons, D. G. (2017). Neoliberal politics and the fate of tourism. In R. Butler & W. Suntikul (Eds.), *Tourism & political change*. Goodfellow Publishers.

Teruel, S. A. (2018). *Análisis y aproximación a la definición del paradigma del turismo regenerativo*. Universidad Para La Cooperacion Internacional.

Turismo de Portugal. (2017). *Estratégia Turismo 2027*.  
[https://www.turismodeportugal.pt/pt/Turismo\\_Portugal/Estrategia/Estrategia\\_2027/Paginas/default.aspx](https://www.turismodeportugal.pt/pt/Turismo_Portugal/Estrategia/Estrategia_2027/Paginas/default.aspx)

Turismo de Portugal. (2024). *Síntese do Modelo Territorial e das Normas Orientadoras do PROT-A para o Setor do Turismo*.

<https://business.turismodeportugal.pt/SiteCollectionDocuments/ordenamento-turistico/ficha-prot-alentejo.pdf>

Turismo do Alentejo e Ribatejo. (2019). *Como chegar*.  
<https://www.visitalentejo.pt/pt/como-chegar/>

United Nations. (2024). *THE 17 GOALS | Sustainable Development*.  
<https://sdgs.un.org/goals>

Vizinho, A., Cabral, M. I., Nogueira, C., Pires, I., & Bilotta, P. (2021). Rural renaissance, multifunctional landscapes, and climate adaptation: trilogy proposal from grassroots innovation and participatory action research projects. In *Handbook of Climate Change Management: Research, Leadership, Transformation* (pp. 1-33). Cham: Springer International Publishing.

Wahl, D.C. (2019). *Travel to tomorrow 1: how we travel will affect where we arrive*. Medium. <https://medium.com/age-of-awareness/travel-to-tomorrow-i-how-we-travel-will-affect-where-we-arrivea214efc8099>

Wahl, D.C. (2020). *Can Tourism Be Regenerative? A conversation between Anna Pollock & Daniel Wahl*. Medium. <https://medium.com/sustainability-x/can-tourism-be-regenerative-71cfa510493b>

Zhou, L., Buhalis, D., Fan, D. X., Ladkin, A., & Lian, X. (2024). Attracting digital nomads: Smart destination strategies, innovation and competitiveness. *Journal of Destination Marketing & Management*, 31, 100850.  
<https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2023.100850>



## Anexo A – Convite à Participação na Investigação

Bom dia/Boa tarde,

Sou aluna do Mestrado de Gestão do Turismo da Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Instituto Politécnico do Porto e gostaria de saber da vossa disponibilidade em participar no meu projeto de investigação no âmbito da dissertação que estou a desenvolver.

A minha investigação tem como objetivo principal “Analisar os impactes sociais e culturais do turismo regenerativo nos territórios de interior e de baixa densidade e a sua relevância para o desenvolvimento local.”

Tendo em consideração o trabalho que tem sido desenvolvido pela vossa entidade neste contexto das práticas regenerativas na região do Alentejo, gostaria de contar com a vossa preciosa colaboração. Assim, a intenção é agendar uma entrevista onde poderemos abordar as questões relacionadas com esta temática. A entrevista será feita à pessoa que considerem ser a mais adequada dentro da vossa organização. Envio em anexo o guião de entrevista para vossa análise e o documento do consentimento informado, que deverá ser preenchido e assinado, para validação da mesma. Estou disponível para qualquer esclarecimento adicional que pretendam.

Agradeço, desde já, a disponibilidade e fico a aguardar a vossa resposta. O projeto que desenvolvem é inspirador e seria muito bom contar com a vossa colaboração nesta investigação de mestrado.

Atentamente,  
Elisa Castro Neves

## Anexo B – Guião da Entrevista

## Projeto de Investigação do Mestrado de Gestão do Turismo

Elisa Castro Neves (aluna 41230026 ESHT IPP)

O presente projeto de investigação desenvolve-se no âmbito do Mestrado de Gestão do Turismo e tem como objetivo principal “Analisar os impactes sociais e culturais do turismo regenerativo nos territórios de interior e de baixa densidade e a sua relevância para o desenvolvimento local.”

### Guião da entrevista:

1. Pode apresentar-se e descrever brevemente o projeto/atividade que desenvolve? Que motivações estiveram na origem deste projeto?
2. Já ouviu falar do conceito de turismo regenerativo? Como o interpreta? De que forma o projeto se enquadra nessa abordagem?
3. Quais as características específicas do vosso projeto que considera mais relevantes para a regeneração do território nas várias dimensões (ambiental, sociocultural e económica)?
4. Integram e promovem a preservação e valorização do património cultural local, material e imaterial, no vosso projeto? Como? *(ex.: reabilitação de edifícios antigos, caminhos rurais e outro património material; integração de saberes, ofícios, tradições, histórias orais, lendas, festas, saberes relacionados com artesanato, gastronomia e vinhos, agricultura, outros)*
5. Trabalham em parceria com entidades locais (escolas, associações locais, entidades municipais? Como? *(ex.: para promover a participação ativa da comunidade; para manter viva a identidade cultural, outros)*
6. Estão integrados em alguma rede de turismo regenerativo ou trabalham em articulação/colaboração com outros projetos semelhantes? *(ex.: na região, a nível nacional ou internacional)*
7. Como descreveria a relação deste projeto com a comunidade local e de que forma esta está envolvida? Como evoluiu essa interação ao longo do tempo? *(ex.: emprego – políticas de recrutamento e formação local, fornecedores e produção local, participação em atividades e eventos, outros)*
8. Recebem feedback da comunidade local relativamente a esta interação? Relatam algum tipo de impacto/transformação no território e na própria comunidade? Como interpreta esses testemunhos?
9. Dinamizam ações específicas com participação ativa da comunidade (artesãos, mestres em diversos ofícios, grupos locais, outros) e dos visitantes? Os visitantes são incentivados a interagir como participantes ativos ou são apenas observadores?

10. Recebem feedback dos visitantes relativamente a esta interação? Relatam algum tipo de impacto/transformação pessoal? Como interpreta esses testemunhos? *(ex.: transformação pessoal; maior compreensão, empatia e respeito pelo lugar e a comunidade; reflexão sobre o seu papel como turistas; incentivo a práticas mais conscientes; estabelecimento de relações duradouras com o lugar e a comunidade, outros)*

11. Que impactes e transformações mais significativos identifica no território desde o início do projeto? *(ex.: sociais, culturais, ambientais ou económicos)*

Tem forma de monitorizar e avaliar esses impactes? Pode dar exemplos concretos? *(ex.: alguma mudança social direta do projeto na comunidade; novas oportunidades de emprego, reforço da autoestima e sentimento de pertença, reforço de redes/parcerias locais, fixação de população, captação de novos residentes, outros)*

12. Considera que este projeto contribui para a resiliência social e cultural da região, assim como para o desenvolvimento local, numa perspetiva de longo prazo? Como? *(ex.: promove processos de valorização, revitalização e resiliência do território e da comunidade; potencia o desenvolvimento local numa perspetiva de futuro, outros)*

13. Quais os principais desafios que enfrentam neste “caminho regenerativo”? Que medidas, apoios ou recursos consideram necessários para reforçar os impactes positivos no território? *(ex.: captação de mão de obra; aprofundar a ligação à comunidade local; promover um maior envolvimento dos visitantes, outros)*

14. Gostaria de partilhar alguma reflexão final sobre o potencial do turismo regenerativo no contexto da vossa região/território?

## Anexo C – Consentimento Informado

## **Consentimento Informado**

Este documento é o consentimento informado para a realização de entrevistas no âmbito do projeto de investigação que tem como objetivo principal “Analisar os impactes sociais e culturais do turismo regenerativo nos territórios de interior e de baixa densidade e a sua relevância para o desenvolvimento local.” Por favor, leia atentamente a informação constante neste documento.

Este projeto de investigação realiza-se no âmbito do Projeto Final de Mestrado em Gestão do Turismo, sendo da autoria de Elisa Castro Neves, aluna da Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Instituto Politécnico do Porto. A investigação é orientada pela Professora Doutora Dália Liberato, do Instituto Politécnico do Porto e pela Professora Doutora Filipa Brandão, da Universidade de Aveiro.

Na prossecução dos objetivos de investigação é fundamental obter o testemunho dos agentes que desenvolvem, dinamizam e integram práticas de turismo regenerativo na região do Alentejo, sendo estes considerados elementos essenciais para o entendimento desta problemática, pela sua responsabilidade profissional, participação e ligação ao tema de investigação.

## **Entrevistas e confidencialidade da informação**

As entrevistas serão realizadas em formato digital através de uma plataforma de videoconferência, sendo gravadas para análise posterior. As entrevistas terão uma duração entre 30 e 60 minutos (o tempo será ajustado no decurso da mesma). Pretende-se obter respostas livres, dinâmicas e reveladoras de opiniões genuínas, ajustadas à realidade da entidade. A entrevista é aceite de livre e espontânea vontade, sendo a informação recolhida utilizada apenas para fins académicos, garantindo-se a confidencialidade e anonimato dos dados obtidos. As gravações das entrevistas serão destruídas após a publicação oficial da dissertação, comprometendo-se a investigadora a informar cada uma das pessoas entrevistadas dessa mesma publicação.

A sua colaboração e contributo são fundamentais para que se alcancem os objetivos desta investigação. Agradeço a participação e disponibilizo-me para qualquer esclarecimento adicional através do e-mail 41230026@esht.ipp.pt.

Se concorda com a realização da entrevista no âmbito da presente investigação, agradeço que proceda, por favor, ao preenchimento e assinatura deste documento.

## **A preencher pelo entrevistado**

Declaro ter lido e compreendido este documento, bem como as informações que me foram fornecidas pela investigadora, tendo sido garantida a possibilidade de, em qualquer altura, recusar participar nesta investigação sem qualquer tipo de consequências. Desta forma, aceito participar e permito a utilização da informação que de forma voluntária forneço, confiando de que apenas será utilizada para esta investigação e nas garantias de confidencialidade e anonimato que me são dadas pela investigadora.

Nome: \_\_\_\_\_

Data: \_\_\_\_\_

Assinatura: \_\_\_\_\_