

## **TOURISM AND MOTORHOME: REFLECTIONS ON ITS IMPORTANCE FOR LOCAL DEVELOPMENT**

**Nunes, Paulo**

[paulo.nunes@ese.ips.pt](mailto:paulo.nunes@ese.ips.pt), Escola Superior de Educação/ Instituto Politécnico de Setúbal, *Campus* do IPS, Estefanilha, 2914 - 504 Setúbal/ PORTUGAL, CIEF,

**Tomás, João**

[joao.tomas@esece.ips.pt](mailto:joao.tomas@esece.ips.pt), Escola Superior de Ciências Empresariais/ Instituto Politécnico de Setúbal, *Campus* do IPS, Estefanilha, 2914 - 504 Setúbal/ PORTUGAL

**Santos, Fernando**

[fernando.santos@ese.ips.pt](mailto:fernando.santos@ese.ips.pt), Escola Superior de Educação/ Instituto Politécnico de Setúbal, *Campus* do IPS, Estefanilha, 2914 - 504 Setúbal/ PORTUGAL, CIEF

### **ABSTRACT**

Tourism as a social phenomenon crosses the history of humanity, despite its recent organization and study. It presents a constant evolution over time through processes and models resulting from the improvement of transport, the increase of new and potential experiences, new products and services, as well as new environments, making these factors increasingly critical when choice of a tourist destination. Its landmark was a tour to Leicester organized for 570 people by Thomas Cook (1841), which was the first large-scale trip.

Currently, motorhomes are a type of tourism, which can be processed with free overnight parking, that is, in any non-prohibited location, or in places especially suitable for this purpose, including camping sites. It has been developing in Europe since the 1960s, especially at the beginning of the decade, with the adaptation of vans, both artisanal and industrial.

The main objective of this article is to carry out a critical reflection on self-catering in the perspective of assessing its importance for local development, in its social and economic dimension. It will explain the relationship between tourism and motorhome, as well as its social implications as a global phenomenon.

It is considered pertinent the need to establish the theoretical debate on self-driving, taking into account the indispensability of delimiting the field of analysis of scientific investigations that have this activity as an object of study, due to the media interest and economic dimension it contains.

**Keyword's: Caravanning; Local Development; Legislation on Caravanning; Seasonality; Tourism.**

## **O TURISMO E O AUTOCARAVANISMO: REFLEXÕES SOBRE A SUA IMPORTÂNCIA PARA O DESENVOLVIMENTO LOCAL**

### **RESUMO**

O Turismo como fenómeno social cruza a história da humanidade, apesar de ser recente a sua organização e estudo. Apresenta uma evolução constante ao longo do tempo através de processos e modelos resultantes da melhoria dos transportes, do aumento de novas e potenciais experiências, de novos produtos e serviços, bem como de novos ambientes, tornando-se estes fatores cada vez mais críticos aquando da escolha de um destino turístico. Teve como marco referencial um *tour* a Leicester organizado para 570 pessoas por Thomas Cook (1841), tendo sido a primeira viagem em larga escala.

Na atualidade o autocaravanismo constitui uma modalidade de turismo, que se pode processar com estacionamento para pernoita de modo livre, ou seja em qualquer local não proibido, ou em locais especialmente adequados para o efeito, incluindo parques de campismo. Tem-se desenvolvido na Europa desde os anos 60, em especial logo no início da década, com a adaptação de furgões seja de forma artesanal, seja industrial.

Este artigo tem como principal objetivo realizar uma reflexão crítica subordinada ao autocaravanismo na perspetiva de se aferir a sua importância para o desenvolvimento local, na sua dimensão social e económica. Explicar-se-á a relação do turismo com o autocaravanismo, assim como as suas implicações sociais enquanto fenómeno global.

Considera-se pertinente a necessidade de estabelecer o debate teórico sobre o autocaravanismo, tendo em conta a indispensabilidade de delimitar o campo de análise de investigações científicas que tenham esta atividade como objeto de estudo, pelo interesse mediático e dimensão económica que encerra.

**Palavras-chave:** Autocaravanismo; Desenvolvimento Local; Legislação sobre Autocaravanismo; Sazonalidade; Turismo

## 1. INTRODUÇÃO

O Turismo como fenómeno social cruza a história da humanidade, apesar de ser recente a sua organização e estudo, remontando aos nossos antepassados, a cultura helénica, podendo considerar-se a Grécia antiga como a sua origem, pelas viagens que se faziam aos Jogos Olímpicos da antiguidade que se realizavam de quatro em quatro anos (Barreto, 2006). Embora diversos autores defendam que os primeiros viajantes foram os fenícios, devido à invenção da moeda e do comércio, possivelmente, se fosse efetuada uma pesquisa mais apertada aos comportamentos, hábitos e costumes dos nossos antepassados, descobrir-se-ia, que o ser humano, ainda que de forma muito primitiva, sempre viajou arrastando consigo a necessidade de abrigo durante a noite e alimentação, como forma de garantir a sua sobrevivência.

O turismo tem apresentado uma evolução constante ao longo da sua história através de processos adaptativos e modelos resultantes da melhoria dos transportes, do aumento de experiências ricas em significado e simbolismo, de novos produtos e serviços, bem como de variados contextos de fruição, tornando estes fatores cada vez mais críticos aquando da escolha de um destino turístico. Ao longo da sua história teve como marco referencial um *tour* a Leicester organizado para 570 pessoas por Thomas Cook (1841), tendo sido a primeira viagem em larga escala (Williamson, A. 1998).

Na atualidade e na maioria dos países do mundo, o autocaravanismo constitui-se como uma modalidade de turismo, que se pode processar com estacionamento para pernoita de modo livre, ou seja em qualquer local não proibido, ou em locais especialmente adequados para o efeito, incluindo parques de campismo. O fenómeno do autocaravanismo tem assumido projeção na Europa desde os anos 60, em especial logo no início da década, com a adaptação de furgões seja de forma artesanal, seja industrial.

O presente estudo tem como principal objetivo realizar uma reflexão crítica subordinada ao autocaravanismo na perspetiva de se aferir a sua importância para o desenvolvimento local, na dupla dimensão social e económica. Explicando a relação estabelecida entre o turismo e o autocaravanismo. Analisar-se-á as implicações sociais enquanto fenómeno global e os correspondentes limites legais. Para o efeito, será realizada uma revisão bibliográfica da literatura e aplicar-se-á a análise documental como método privilegiado, integrando em si, um conjunto de técnicas utilizadas na análise de dados qualitativos, visando a produção de novos conhecimentos, novas formas de compreender os fenómenos sociais e dar a conhecer o modo como estes têm sido desenvolvidos (Sá-Silva, Almeida; G., 2009).

Por último, considera-se pertinente a necessidade de estabelecer o debate teórico sobre o autocaravanismo, tendo em conta a indispensabilidade de delimitar

o campo de análise de investigações científicas que tenham esta atividade como objeto de estudo, pelo interesse mediático e dimensão económica que encerra.

## **2. REVISÃO DA LITERATURA**

### **2.1. A importância e entendimento do turismo**

Em Portugal, de acordo com a informação disponibilizada pelo INE, Banco de Portugal e Turismo de Portugal, I.P. (2019), o setor do turismo é a maior atividade económica exportadora do país, sendo, em 2019, responsável por 52,3% das exportações de serviços e por 19,7% das exportações totais. As receitas turísticas registaram um contributo de 8,7% para o PIB nacional. Em 2018, pertenciam ao setor do turismo 64 mil empresas que integraram 64 mil pessoas e geram um volume de negócios de 26 mil milhões de Euros (Loureiro & David, 2018).

Do ponto de vista conceitual, o entendimento do turismo tem vindo a sofrer alterações significativas. Segundo Barreto (1995), a primeira definição de Turismo surge em 1911, pelo economista austríaco Hermann von Schullern zu Schratthenhofen, que se estrutura em torno de processos, i.e., o "turismo compreende todos os processos, especialmente os económicos, que se manifestam na chegada, na permanência e na saída do turista de um determinado município, país ou estado". Na perspetiva dos autores Hunkizer e Krapf (1941), surge uma definição mais estruturada e que define o fenómeno turístico como "(...) o conjunto das relações originadas pela deslocação e permanência de pessoas fora do seu local habitual de residência, desde que tais deslocações e permanências não sejam utilizadas para o exercício de uma atividade lucrativa principal". Em 1994, a Organização Mundial de Turismo (OMT) adota uma definição que formaliza todos os aspetos da atividade turística, considerando que o turismo é "o conjunto das atividades desenvolvidas por pessoas durante as viagens e estadas em locais situados fora do seu ambiente habitual por um período consecutivo que não ultrapasse um ano, por motivos de lazer, negócios e outros" (Cunha, 2007).

Na perspetiva económica, o conjunto de indústrias que compõe o turismo estão em rápido crescimento à escala mundial, a atividade gera emprego e receitas fiscais, estimulando simultaneamente o investimento em infraestruturas, capital humano e inovação tecnológica (UNWTO, 2015). Como tal, torna-se num setor atrativo para muitos países e é identificado como medida política de desenvolvimento por diversos destinos turísticos ao nível local, regional e nacional.

O turismo em Portugal atingiu em 2019 números expressivos, com especial destaque para as seguintes dimensões:

- a) Aumento de emprego no turismo, com um peso de 6,9% na economia nacional (336,8 mil empregos em 2019; dados provenientes do alojamento, restauração e agências de viagem).
- b) Ritmo de crescimento das receitas turísticas (+8,1%) e dos proveitos globais (+7,3%), mais acelerados que o aumento de dormidas (+4,1%).
- c) Diversificação de mercados: crescimentos expressivos do mercado americano (+21,4% hóspedes) e brasileiro (+15,2% hóspedes).
- d) Crescimento mais acelerado do mercado interno (+7,5 % hóspedes nacionais) em relação ao mercado externo (+7,1% hóspedes estrangeiros).
- e) Reconhecimento internacional com a atribuição de diversos prémios.

Em novembro de 2020, o setor do alojamento turístico registou, 407,1 mil hóspedes e 940,2 mil dormidas, correspondendo a variações de -76,8% e -76,9%, respetivamente (-59,7% e -63,3% em outubro, pela mesma ordem).

As dormidas de residentes diminuiram 58,8% (-21,7% em outubro) e as de não residentes -85,5% (-76,4% em outubro).

No que diz respeito aos proveitos da hotelaria, os decréscimos estão em linha com a descida verificada nas dormidas e nos hóspedes. Também os fluxos nos aeroportos registaram decréscimos no número de desembarcados, na ordem dos 85% nos internacionais e 75% nos nacionais (Turismo de Portugal, I.P., 2020).

Nas últimas décadas o Turismo tornou-se um dos principais setores da economia mundial pelo seu contributo nas mais diversas áreas, como por exemplo, a contribuição para o Produto Interno Bruto (PIB), refletidas nas oportunidades de emprego e na movimentação de pessoas, bens e serviços. Atendendo ao seu crescimento exponencial, os destinos turísticos viram-se forçados a repensar as suas estratégias de forma a conseguir gerar uma oferta diferenciadora da demais concorrência, otimizando os seus núcleos de atratividade turística (naturais, concebidos com e sem intenção e os eventos), impondo assim um novo cenário de competitividade. Com a consequente customização de produtos e sua diversidade, mudanças nos padrões de consumo e novas exigências por parte dos consumidores, nos destinos turísticos sente-se a necessidade de concentrar as suas ações essencialmente na satisfação do cliente cada vez mais esclarecido e com gostos determinados.

## 2.2. A competitividade de um destino turístico

Consequentemente, a competitividade de um destino turístico é definida como a capacidade do mesmo em aumentar o *Inbound* e a receita turística associada de forma

rentável, melhorando a qualidade de vida dos residentes em territórios de vocação turística e preservando os recursos do destino para as gerações futuras. Para tal, o destino deve oferecer bens e serviços aos visitantes (turistas e excursionistas) diferenciando-se de forma positiva da oferta dos concorrentes, mantendo ou melhorando a posição de mercado face aos mesmos (Dwyer & Kim, 2003; Ritchie & Crouch, 2003).

É nesta perspetiva de mercado, que entendemos o turismo, na sua complexidade de ofertas atrativas que, conjugadas entre si, acrescentam valor aos destinos turísticos, contribuindo significativamente para o desenvolvimento local.

Na ótica de Flagestad & Hope (2001), um destino turístico é interpretado como a unidade geográfica, económica e social, na qual um conjunto de empresas, organizações, atividades, áreas e instalações, coproduzem bens e produtos com vista a responder à procura turística. Dizemos nós, para que se tornem mais atrativos e consequentemente mais competitivos.

A competitividade pode ser encarada na ótica da procura e da oferta. Do ponto de vista da procura, está intimamente relacionada com a qualidade de toda a experiência turística no destino, enquanto na perspetiva da oferta tem a ver principalmente com os benefícios económicos para o destino, como lucros, criação de emprego e crescimento sustentável dos agentes e empresas envolvidas (Dimoska & Trimcev, 2012). Um destino turístico deve assumir a capacidade de incitar esforços no sentido do desenvolvimento e implementação de políticas com dimensão estratégica adequada às características do sistema turístico existente no território. Quando a estratégia é bem delineada, os fluxos de *Inbound* aumentam, resultando em ganhos para o turismo e diversos setores, acelerando e ampliando o desenvolvimento económico dos locais acolhedores, melhorando ainda as condições e qualidade de vida da população.

Pela pena de Poon (1993), qualquer destino que pretenda ser competitivo deve respeitar quatro princípios-chave: 1. Colocar o ambiente em primeiro lugar; 2. Tornar o turismo num dos principais setores económicos; 3. Fortalecer os canais de distribuição; 4. Construir um setor privado dinâmico.

Um dos principais focos dos estudos desenvolvidos sobre a competitividade dos destinos é a criação ou fortalecimento de uma imagem positiva e diferenciada, dada a sua importância na atratividade dos destinos e consequente processo de escolha dos consumidores (Mossberg & Kleppe, 2005).

O turismo é uma atividade económica extremamente importante, podendo desempenhar um papel decisivo em termos de desenvolvimento de determinados territórios, onde, por vezes, as assimetrias de desenvolvimento pela negativa são significativas, com poucas alternativas para alcançar a elevação da qualidade de vida das

populações locais. O turismo deve ser entendido como uma das atividades em franco crescimento a nível global, surgindo como uma alternativa credível de desenvolvimento e crescimento local.

O turismo, graças à sua importância económica, cultural e social, assume-se como um importante pilar para a economia e desenvolvimento de territórios, contribuindo decididamente para o crescimento de um conjunto de atividades relevantes e, por isso, os municípios interessados em promover o desenvolvimento local, na relação que estabelecem de maior proximidade com as populações e suas necessidades, veem no turismo um forte aliado na procura de um desenvolvimento que se quer sustentável.

### **2.3. O desenvolvimento local**

O conceito de desenvolvimento local vem sendo criticado e renovado por muitos autores ao longo dos anos. Um marco importante passa a ser, em 1990, o relatório mundial do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), este relatório diz-nos que o índice de desenvolvimento humano (IDH), tende a relativizar o produto nacional bruto (PNB) por habitante enquanto medida universal do desenvolvimento e tem forte significado simbólico (Milani, 2005). Atualmente é quase unânime entender que o desenvolvimento local não está relacionado unicamente com crescimento económico (desenvolvimento económico), mas também com a melhoria da qualidade de vida das pessoas (equidade social) e com a conservação do meio ambiente (preservação). Estes três fatores estão inter-relacionados e são interdependentes, na lógica do desenvolvimento sustentável.

O desenvolvimento local pressupõe uma transformação consciente da realidade local (Milani, 2005). Isto implica uma preocupação não apenas com a geração presente, mas também com as gerações futuras e é neste aspeto que o fator ambiental assume fundamental importância. O desgaste ambiental pode não interferir diretamente na geração atual, mas pode comprometer de algum modo as próximas gerações (SACHS, 2001).

Na esteira (Buarque, 1999), o desenvolvimento local implica a articulação de diversos *players* e esferas de poder, seja a sociedade civil, as organizações não governamentais, as instituições privadas e políticas e o próprio governo. Cada um dos atores tem seu papel para contribuir com o desenvolvimento local.

Em face do enquadramento apresentado, a atratividade de um destino turístico pode estar relacionada essencialmente pela qualidade e diversidade da oferta turística existente localmente, mas a forma como no século XXI se entendem estas dimensões pode estar a modificar-se. Após as necessidades básicas de sobrevivência serem

satisfeitas, são as expectativas e a realização pessoal que mais contribuem para as experiências turísticas (Gonçalves e Umbelino, 2017). Assim, os eventos e a animação turística podem ter um papel essencial tanto na influência que têm na escolha de um destino, como após a experiência vivida, sobretudo nas memórias que perpetuam, podendo na atual conjuntura de constante partilha, influenciar as decisões de potenciais visitantes (Gonçalves e Umbelino, 2017).

## 2.4. O autocaravanismo: Contextos e Práticas

### 2.4.1. Um pouco de histórica

A sucessão de acontecimentos em torno do autocaravanismo acompanha a própria história do automóvel. O primeiro veículo motorizado a ser produzido com o propósito comercial foi um carro com apenas três rodas. Este foi produzido, em 1885, pelo engenheiro alemão *Karl Benz* e possuía um motor a gasolina. Chamado de *motorwagen* (carro motorizado), as primeiras unidades foram produzidas pela empresa do inventor, a *Benz & Co.*, na cidade alemã de Mannheim. Com sistema de arranque a manivela, este primeiro automóvel tinha potência de 0,8 cv, podendo atingir 18 km/h. Ele registou seu automóvel em 1886, e este ano passou para a história como o ano da invenção do carro moderno (Georgano, N. 1985).

No que concerne às autocaravanas, o seu surgimento deve-se à iniciativa privada, e ainda hoje se podem ver alguns exemplos de clássicos dos anos 20 e 30 aos quais, partindo de um vulgar veículo de transporte, se tentou juntar a funcionalidade de casa móvel. Mais tarde no início dos anos 50, com o primeiro aparecimento das famosas "*VW Camper's*", iniciou-se verdadeiramente o processo de produção e comercialização de autocaravanas.

Em Portugal, é possível encontrar testemunho de aquisição de alguns destes modelos durante os anos 60 e 70, bem como transformações feitas por particulares, nas *VW* e nas famosas *Citroën HY*. No final dos anos 70, começaram a ser comercializadas as primeiras autocaravanas capucine, baseadas na *Ford Transit*, havendo até uma clássica, com a porta de entrada da célula localizada a meio da traseira que terá vendido provavelmente algumas dezenas de unidades, sendo ainda possível encontrar um modelo ou outro destes em circulação.

Durante os anos 80 foram aparecendo mais empresas a dedicarem-se ao fabrico de autocaravanas, com adaptação progressivamente maior do chassis *Fiat Ducato*, e também dos gémeos *Peugeot J5* (mais tarde *Boxer*) e *Citroën C25* (mais tarde *Citroën Jumper*). Em Portugal surgia o aumento de produtores e importadores de autocaravanas, mas, no entanto, durante os anos 80 o mercado manteve um número de vendas

discretas. A partir dos anos 90, e principalmente nesta década, assistimos a um incremento significativo, mas mesmo assim estamos a falar de valores percentuais bastante baixos se comparados com os nossos parceiros europeus, sendo que tal como nos automóveis, tem-se assistido à importação de unidades usadas para alimentar o mercado.

#### 2.4.2. turismo itinerante

O autocaravanismo constitui uma modalidade de turismo itinerante, que se pode processar com estacionamento para pernoita de modo livre, ou seja em qualquer local não proibido, ou em locais especialmente adequados para o efeito, incluindo parques de campismo. Para a prática do autocaravanismo é essencial a utilização de uma autocaravana, é uma viatura de turismo com características muito próprias, a começar pela sua construção. Os fabricantes de autocaravanas utilizam chassis de veículos comerciais para instalar a carroçaria designada por habitáculo. Essa instalação pressupõe sempre uma prévia aprovação do projeto elaborado pelo carroçador e aprovado pelo fabricante de chassis, para assim nunca se comprometerem as condições de segurança, sendo em seguida aprovado pelos "IMTT" dos respetivos países que emitirão os certificados de homologação (FCMP, 2021).

Existem várias modalidades de autocaravanas, como seja o caso da autovivenda, designação dada aos furgões especialmente adaptados, os modelos ditos integrais, em que existe uma carroçaria envolvente de todo o habitáculo do condutor e da parte habitacional, os modelos de *capucine*, ou capuchinho, em que existe uma parte habitacional sobreposta à cabine do condutor e ainda os modelos perfilados, em que a parte de habitação se prolonga no perfil da cabine. Existem ainda outras modalidades como o caso de autocarros de passageiros modificados, e os módulos independentes e amovíveis a colocar em veículos todo o terreno e em camionetes (FCMP, 2021).

O autocaravanismo enquanto área de negócio encontra-se em grande expansão pela Europa. O aumento do número destes veículos permitiu o surgimento do fenómeno designado por turismo itinerante em autocaravana. Que, em oposição ao turismo de hotel, permite a descentralização do turismo e proporciona aos seus proprietários a visita e descoberta de locais em que não existe qualquer infraestrutura de apoio ao turismo, nomeadamente hotéis e similares.

Em Portugal o autocaravanismo tem vindo a afirmar-se como uma modalidade em franco crescimento, quer quanto à evolução da qualidade dos veículos portadores, entre eles a Fiat, a Mercedes, a Ford e a Iveco, como do *design* e funcionalidade da parte dita de caravana, assim como da parte do movimento dos autocaravanistas.

Os autocaravanistas são representados pela Associação Autocaravanista de Portugal, fundada a 25 de janeiro de 1990, pelo Clube de Campismo e Caravanismo de Barcelos, fundado em 29 de Junho de 1972 (membro da Federação de Campismo e Montanhismo de Portugal e da Fédération Internationale de Camping, Caravaning et Autocaravaning) e pela Federação Portuguesa de Autocaravanismo, fundada em 20 de Junho de 2011, que é membro efetivo da Federation International de Clubs de Motorhomes e da Associação Nacional de Turismo, constituída pelos Clube Autocaravanista Itinerante, Clube Autocaravanista Saloio e pelo Clube Gardingo de autocaravanismo, bem como outros clubes que têm fomentado a autorregulação e o conhecimento desta forma itinerante de turismo. Começam também a surgir também grupos nas redes sociais com o objetivo de dar a conhecer aos autocaravanistas regiões que possam visitar caso do espaço autocaravanista alentejano.

As autoridades oficiais, em especial as câmaras municipais começam a desenvolver áreas de serviço que permitam (de forma gratuita ou paga) o reabastecimento de água e eletricidade das autocaravanas, bem como a evacuação das águas sujas, seja as cinzentas (saponificadas da cozinha e do banho) ou as águas negras (da sanita). Do mesmo modo alguns parques de campismo iniciaram a instalação de áreas de serviço para captar os autocaravanistas com a prestação deste serviço independentemente de pernoitarem ou não nas suas instalações.

Para qualquer reparação ou aquisição existem várias empresas espalhadas por Portugal com oficinas especializadas.

#### **2.4.3. motivação para a prática do turismo itinerante**

Poderá haver muitas razões que justificam que uma família opte pela aquisição de uma autocaravana. Pensamos, no entanto, que a principal razão se relaciona com o tipo de viagens que só uma autocaravana permite fazer, aliada ao sentimento de descoberta e sonho. Falamos evidentemente de uma itinerância turística por territórios exuberantes e de exceção, que permite diversificar os locais de visita, sem preocupações de reservas de alojamento antecipadas, e sem necessidade de se cumprir um plano de viagem rígido, em completa oposição com o turista que viaja de avião para um destino.

A sensação de liberdade e evasão que proporciona e a ideia factual de não haver horários, quando se tem fome, come-se, quando se tem sono, dorme-se, torna-se numa sensação exclusiva e cartásica para os detentores de uma autocaravana. É indescrevível a sensação que se tem quando se contempla do interior de uma autocaravana diversos *spots* relacionados com paisagens frondosas e exuberantes, ricas em valor natural, em

fauna e flora, assim como os hábitos e costumes, o património edificado e cultural de um povo.

A utilização de uma AC durante as férias e aos fins-de-semana acaba por trazer uma relação muito próxima entre familiares e amigos. Muitas vezes, os tempos livres no interior são ocupados com jogos ou outros passatempos, o que acaba por ter um efeito benéfico nas relações que se estabelecem, com a própria pessoa, com o próximo, com o meio.

Acima de tudo a opção de compra será sempre uma opção por gosto e não por motivos económicos. Se considerarmos o valor de aquisição, mais encargos anuais com seguro, manutenção, e acrescentarmos depois os gastos em combustível, e toda a despesa que por norma o autocaravanista faz nas povoações que visita, resultam valores suficientes para proporcionar umas férias magnificas num hotel de luxo, num qualquer destino paradisíaco, se fosse essa a opção.

De acordo com a FCMP (2021), na prática do autocaravanismo dever-se-á considerar o seguinte:

- a) Com todas as consequências daí inerentes, que ACAMPAR é a imobilização da autocaravana, ocupando um espaço superior ao seu perímetro, em consequência da abertura de janelas para o exterior, uso de toldos, mesas, cadeiras e similares, para a prática de campismo.
- b) Que o ato de acampar, conforme é acima definido, só é permitido (e assim deve continuar) em locais consignados na Lei e, consequentemente, salvo exceções, também consignadas na Lei, é proibido na via pública, independentemente da hora a que ocorra, devendo, na salvaguarda do interesse público, ser penalizado.
- c) Com todas as consequências daí inerentes, que ESTACIONAR/PERNOITAR é a imobilização da autocaravana na via pública, respeitando as normas de estacionamento em vigor, designadamente o Código da Estrada, independentemente da permanência ou não de pessoas no seu interior.
- d) Que o ato de estacionar/pernoitar, conforme é acima definido, deve poder continuar a ser efetuado em qualquer local, não proibido por Lei (nomeadamente no Código da Estrada) não podendo as autocaravanas, pelo simples facto de o serem, nomeadamente através de sinalética que não conste de diplomas legais (e que será discriminatória se vier a existir), ser impedidas de o fazer.
- e) 5. Que é lesivo da igualdade de tratamento a que todos temos direito a existência de diplomas que legislem de forma discriminatória, impedindo especificamente o veículo autocaravana de estacionar onde outros veículos de igual ou semelhante gabarito o podem fazer.

- f) Que o turismo itinerante em autocaravana é um fator de desenvolvimento económico para as populações que justifica em si mesmo uma discriminação positiva do autocaravanismo.
- g) Que os Parques de Campismo Municipais devem permitir a utilização das Estações de Serviço para Autocaravanas neles existentes, no âmbito de uma política de proteção do ambiente e, consequentemente, a preços compatíveis com o serviço prestado (abastecimento de água potável e despejo de águas negras e cinzentas).
- h) Que a implementação de Áreas de Serviço para Autocaravanas, em pelo menos uma por Concelho, preferencialmente de iniciativa autárquica, contribui, não só para o desenvolvimento económico das populações, como para a proteção ambiental e o melhor ordenamento do trânsito automóvel.

## **2.5. Regime relativo às Condições de Circulação, Parqueamento e Estacionamento de Autocaravanas**

### **2.5.1. Projeto de Lei n.º 778/x/4.ª**

Os deputados José Mendes Bota e Nuno da Câmara Pereira, trabalharam no Projeto de Lei n.º 778/X/4.ª, apresentado em 13 de maio de 2009, que estabelece o regime jurídico do turismo em autocaravana, definindo as condições de circulação, acolhimento, estacionamento e estacionamento de autocaravanas, em áreas públicas ou privadas, e nas estações de serviço a elas destinadas. Nesse sentido, evidencia-se os pressupostos de partida que justificaram o aludido diploma, que nos parecem adequados, não obstante estarem vencidos 12 anos da data da sua publicação.

Nos últimos anos, entenda-se, nos anos que antecederam o ano de 2009, o autocaravanismo, ou turismo em autocaravana, conheceu um crescimento exponencial, afirmando-se como um importante segmento do turismo nacional e internacional.

Existia, na Europa, mais de dois milhões de autocaravanas, número que mantinha um crescimento anual de mais de 20%.

O turismo com recurso a autocaravana, também conhecido por “turismo itinerante” ou “touring”, tornou-se uma realidade patente de norte a sul do País. Estimando-se à data que, anualmente, cerca de 50.000 autocaravanas entravam em território nacional, transportando mais de 100.000 turistas.

Também, entre os cidadãos nacionais, se verificava um crescente recurso à autocaravana para fins turísticos. Só em Portugal, e não contando com as situações de recurso ao aluguer, encontravam-se registadas mais de cinco mil autocaravanas.

Com a autocaravana, devolveu-se ao turismo o seu inerente dinamismo, valorizando-se a comunicação direta entre o turista e as populações locais, libertando o turismo das contingências inerentes aos horários e roteiros pré-estabelecidos.

O turismo em autocaravana contribuía de forma significativa, para o desenvolvimento e a sustentabilidade do comércio de proximidade, bem como para reativar certas tradições socioculturais, do artesanato ao folclore, passando pelos eventos tradicionais, incluindo os de cariz religioso.

Os autocaravanistas proporcionavam um fluxo de receita turística durante todo o ano, e por todo o País, contribuindo assim para corrigir assimetrias regionais e pressões sazonais.

Tratava-se de um turismo “amigo do ambiente”, que utilizava veículos modernamente equipados com motores ecologicamente evoluídos, construídos segundo as normas europeias, e com recurso a fontes de energia renováveis, como na altura já era o caso de painéis solares fotovoltaicos e das pilhas de combustíveis, sendo de realçar que, face às suas reservas de água e energia, as autocaravanas possuíam uma autonomia superior a 72 horas.

Já na altura, uma autocaravana possuía todos os elementos necessários ao turismo: o veículo e o habitáculo. Sendo que, do ponto de vista sanitário, dispunha de um depósito, com autonomia para vários dias, para recolha de águas e detritos despejáveis nas redes de saneamento.

Os autocaravanistas eram e são turistas que, mercê das condições próprias dos veículos em que se deslocam, se habituaram ao não desperdício de água e de energia, favorecendo assim o meio ambiente.

Embora se reconheça que alguns municípios portugueses já tinham feito um esforço similar ao verificado em outros países da Europa, continuavam, contudo, a escassear as necessárias condições para a circulação, estacionamento ou paragem dos veículos do tipo autocaravana, tendendo-se, ainda que de forma errada, a equiparar esta modalidade ao campismo e ao caravanismo.

Na ótica dos deputados, obstar a este tipo “touring”, seria contrariar o próprio interesse económico e financeiro do País

Ainda que alguns já tenham reconhecido a importância do autocaravanismo para o desenvolvimento do turismo regional e local, a maioria dos municípios portugueses não dispunha de infraestruturas necessárias à receção e estadia, designadamente em matéria de estacionamento, daqueles que elegendam a autocaravana para fins turísticos.

No seu entendimento, por toda a Europa, e especialmente nos países com maior densidade de parques de campismo – França, Itália e Alemanha – existiam, junto às localidades, estacionamentos e “áreas de acolhimento” destinadas à receção deste tipo de veículos.

A França e a Itália, por exemplo, tinham mais de cinco milhares de áreas de acolhimento que disponibilizavam aos autocaravanistas água potável, despejos de WC e dos depósitos de águas residuais, energia elétrica, entre outros serviços.

Em Portugal, pelo contrário, o turismo em autocaravana continuava a merecer o mesmo tratamento que o campismo e o caravanismo, inexistindo qualquer estrutura de suporte institucional a esta crescente realidade turística, designadamente legislação específica que protegesse, fomentasse e regulamentasse a utilização da autocaravana para fins turísticos.

### **2.5.2. Decreto-Lei n.º 39/2008**

O Decreto-Lei n.º 39/2008, de 7 de Março, que consagra o mais recente regime jurídico da instalação, exploração e funcionamento dos empreendimentos turísticos, apenas previa, na tipologia de empreendimentos turísticos, parques de caravanismo. Não contemplava, fora daqueles locais, quaisquer estruturas de apoio ao autocaravanismo, designadamente, áreas de acolhimento e estações de serviço similares às existentes nos demais países da Europa.

Mantinha-se, por definir, as condições de circulação, paragem e estacionamento de autocaravanas fora dos locais consagrados no atrás citado Decreto-Lei.

De facto, o referido diploma previa, exclusivamente, as situações de parqueamento em parques de campismo e caravanismo o que, atentava a natureza específica do autocaravanismo, caracterizado pela permanente mobilidade, não satisfazia as necessidades concretas desta moderna e crescente forma de lazer.

O mesmo se diria da Portaria nº 1320/2008, de 17 de Novembro, que veio regulamentar os requisitos específicos da instalação, classificação e funcionamento dos parques de campismo e de caravanismo e, embora previsse a criação de espaços destinados exclusivamente a autocaravanas, não resolvia igualmente os problemas do autocaravanismo itinerante.

A ausência de espaços próprios, designadamente nas zonas urbanas, bem como de regulamentação específica nesta matéria, conduzia, designadamente em áreas onde as infraestruturas são totalmente desadequadas ou inexistentes, a situações de conflito e, no limite, de expulsão dos autocaravanistas.

Por outro lado, a inexistência de alternativas devidamente regulamentadas e infraestruturadas, levava os autocaravanistas a parquear em zonas ambiental ou paisagisticamente sensíveis, à margem da lei, em situações, também elas, potenciadoras de conflitos.

Face a esta concreta realidade, designadamente à sua especificidade itinerante e à sua importância para o desenvolvimento do turismo nacional, considerava-se fundamental a aprovação de medidas que assegurassem, em condições de segurança, o turismo itinerante em autocaravana.

Assim, nos termos da Constituição da República Portuguesa, e do Regimento da Assembleia da República, designadamente, dos seus artigos 118º e 119º, os deputados José Mendes Bota e Nuno da Câmara Pereira apresentaram o projeto de lei.

### **2.5.3. Descrição de conceitos**

Para efeitos do disposto no diploma considera-se importante referenciar a descrição de conceitos, que consideramos clara e objetiva:

- a) "Autocaravana": o veículo motorizado para fins especiais da categoria M1, homologado para circular na via pública e destinado a ser utilizado como alojamento temporário por turistas itinerantes, adiante designados por autocaravanistas, e que contenha como equipamento, pelo menos, bancos e mesa, espaço para dormir, que pode ser convertido a partir dos bancos, equipamentos de cozinha, instalações para armazenamento fixadas no compartimento residencial, podendo a mesa ser concebida para ser facilmente amovível, nos termos do nº 5-1 do Anexo II do Decreto-Lei nº 72/2000, de 2 de Maio, com a redação dada pelo Decreto-Lei nº 98/2007, de 16 de Maio;
- b) "Autocaravanista": o(a) automobilista legalmente habilitado(a) a conduzir e a utilizar autocaravanas em turismo itinerante ou "touring";
- c) "Estacionamento": a imobilização da autocaravana na via pública, respeitando as normas de estacionamento em vigor, designadamente o Código da Estrada, independentemente da permanência ou não de pessoas no seu interior;
- d) "Parqueamento": a imobilização da autocaravana, ocupando um espaço superior ao seu perímetro, em consequência da abertura de janelas para o exterior, uso de toldos, mesas, cadeiras e similares, para a prática de campismo;
- e) "ESA - Estação de Serviço para Autocaravanas": o espaço sinalizado que dispõe de equipamento próprio para apoio exclusivo de autocaravanas, incluindo sistemas completos para escoamento de águas residuais, esvaziamento de WC

químicos, abastecimento de água potável, despejo de resíduos sólidos urbanos e carga de eletricidade;

- f) "AAA - Área de Acolhimento de Autocaravanas": o espaço sinalizado, integrando ou não estação de serviço, onde os autocaravanistas podem estacionar e pernoitar;
- g) "EEA - Estacionamento Exclusivo de Autocaravanas": o espaço dimensionado para imobilização reservada e exclusiva de autocaravanas na via pública, ou em parques de estacionamento públicos ou privados, respeitando as normas do Código da Estrada e demais legislação aplicável, por períodos não superiores a 48 horas.

O parqueamento de autocaravanas só era permitido, para além do expressamente previsto no Decreto – Lei n.º 39/2008, de 7 de Março, que consagra o regime da instalação, exploração e funcionamento dos empreendimentos turísticos, nos parques de campismo para autocaravanas previstos na Portaria nº 1320/2008, de 17 de Novembro.

Consideravam-se Áreas de Acolhimento de Autocaravanas os empreendimentos, públicos ou privados, instalados em locais devidamente demarcados e dotados de estruturas destinadas a permitir, em exclusivo, o estacionamento e pernoita de autocaravanas.

O estacionamento e pernoita nas Áreas de Acolhimento de Autocaravanas tinha a duração máxima que vier a ser definida pela entidade proprietária. As Áreas de Acolhimento de Autocaravanas poderão estar dotadas de uma estação de serviço para autocaravanas.

### **3. METODOLOGIA**

Para dar resposta aos objetivos do presente estudo, foram utilizadas metodologias de natureza aplicada, de forma qualitativa e com fins exploratórios, tendo como pressupostos de partida a pesquisas bibliográficas e a análise documental. O estudo foi desenvolvido essencialmente com base em informações recolhidas por fontes secundárias, onde se regista um expressivo esforço de análise de documentos oficiais, sites institucionais, redes sociais e registos de testemunhos na primeira pessoa, de autocaravanistas permitindo ter acesso à informação privilegiada, constituindo um conjunto de informações úteis e pertinentes, através de fontes primárias de recolha de informação.

## **4. RESULTADOS E DISCUSSÃO**

### **4.1. . A problemática recente**

O novo artigo art. 50.º-A, do Código da Estrada (CE), na redação dada pelo Decreto-Lei n.º 102-B/2020, de 9 de dezembro, o legislador procedeu à “Proibição de pernoita e aparcamento de autocaravanas”.

Salvo melhor opinião, a norma supra constitui uma cedência, ilegítima, do Estado à pressão por parte de certos setores de atividade. Aliás, teve por antecâmara a “Resolução do Conselho de Ministros n.º 38/2020, de 17 de maio, que a pretexto do combate à pandemia do coronavírus, iniciou a proibição do estacionamento de autocaravanas em locais de estacionamento” (Santos, 2020).

Ora, no art. 48.º, do CE, estão previstos dois tipos de imobilização das viaturas: a paragem e o estacionamento: “1 - Considera-se paragem a imobilização de um veículo pelo tempo estritamente necessário para a entrada ou saída de passageiros ou para breves operações de carga ou descarga, desde que o condutor esteja pronto a retomar a marcha e o faça sempre que estiver a impedir ou a dificultar a passagem de outros veículos. 2 - Considera-se estacionamento a imobilização de um veículo que não constitua paragem e que não seja motivada por circunstâncias próprias da circulação.”

Não obstante, o legislador introduziu o conceito de pernoita, definindo-a como “a permanência de autocaravana ou similar no local do estacionamento, com ocupantes, entre as 21:00 horas de um dia e as 7:00 horas do dia seguinte” (art. 50.º-A, CE).

Sintetizando as dúvidas colocadas por Santos (2020):

- a. O que é a “permanência”? A paragem? O estacionamento? A estadia continuada na extensão de todo o período das 21 horas às 7 horas? Ou fica ao critério de quem fiscaliza?
- b. Se o autocaravanista imobilizar a viatura e estiver dentro dela a consultar o mapa ou a aguardar que o cônjuge venha do supermercado, está, na verdadeira aceção da palavra, a permanecer dentro dela. Mas isso constitui infração?
- c. Qual a latitude do poder para interpelar e atuar da autoridade policial?
- d. Sendo o período noturno aquele que menos constrangimentos causa nos parques de estacionamento, porquê proibir precisamente neste horário?
- e. E porquê proibir a permanência nos locais de estacionamento, ou seja, nos locais apropriados à permanência de viaturas, permitindo a permanência fora desses locais?
- f. E porquê proibir a permanência com ocupantes, permitindo que a autocaravana permaneça no mesmo sítio sem ocupantes?

g. Quais as motivações saúde pública, de ordenamento do território, de constrangimento do estacionamento ou de arrumação paisagística?

É no mínimo estranho que o legislador permita o descanso dentro de uma qualquer viatura, com exceção da autocaravana, mesmo que em áreas típicas para esse efeito. No fundo, que valores o legislador considerou pesarem mais do que o direito-dever de descanso e a segurança rodoviária?

A questão, conforme Santos (2020), coloca-se ainda numa outra perspetiva: se a autocaravana constitui o domicílio do autocaravanista, a sua interpelação noturna por parte das autoridades policiais não contende com o art. 190.º, do Código Penal, relativo à violação do domicílio? E como recordou a citada autora, o Tribunal Constitucional pronunciou-se no Ac. n.º 452/89, p. 2892, a propósito da inconstitucionalidade parcial, com força obrigatória geral, do n.º 2 do art. 81.º da Parte III do Regulamento Geral da GNR, que previa a realização de "buscas e revistas nas caravanas em trânsito ou nos locais onde aqueles permanecem" sempre que houvesse uma preocupação que esses grupos nómadas fossem suspeitos de atividades ilícitas, arguindo que os nómadas não podem deixar de beneficiar "da garantia da inviolabilidade do domicílio, constitucionalmente consignada no artigo 34º, nºs 1, 2 e 3, da CRP" (idem, p. 2888).

Em Coimbra, Andrade (2008), reforça esta mesma linha: "o domicílio é, com efeito, todo o espaço fisicamente circunscrito e delimitado (fechado) onde, por mais ou menos tempo, a(s) pessoa(s) se entrincheira(m) ou se refugia(m) para realizar a sua vida privada, imune(s) às perturbações, ruídos ou olhares indesejados do ambiente, resguardadas da indiscrição e devassa arbitrárias" (Sobre o acórdão, MANUEL DA COSTA ANDRADE, "Domicílio, Intimidade e Constituição", in Revista de Legislação e Jurisprudência, Ano 138, Nov-Dez de 2008, n.º 3953, p. 111, Col. 2) (Sandra...).

Acresce aqui que, em sede de Direitos, Liberdades e Garantias, a Constituição da República Portuguesa (CRP), no seu art. 34.º/3, garante um especial cuidado na proteção "durante a noite". Mais, desde a Lei Constitucional n.º 1/2001, com exceção da criminalidade violenta ou grave (GOMES CANOTILHO, J. J., VITAL MOREIRA, Constituição da República Portuguesa Anotada, vol. I, p. 542, ponto VI, 2007, Coimbra Editora), aquela garantia é concretizada no art. 177.º/2, do Código de Processo Penal, como uma tutela do horário "entre as 21 e as 7 horas". Se se atender ao facto de que o Código da Estrada está submetido Regime Geral das Contraordenações, ao qual se aplicam, subsidiariamente, as regras do Código Penal e do Processo Penal, então, nunca um autocaravanista deverá ser importunado pelas autoridades nos termos do art. 50.º-A, do CE, sempre que permaneça, durante a noite num estacionamento.

Nesta linha de raciocínio dir-se-á que o art. 50.º-A, do CE, enferma de inconstitucionalidade material, porquanto atenta contra um preceito fundamental, concretamente, a garantia associada à inviolabilidade do domicílio.

É de questionar igualmente o facto de a restrição de direitos fundamentais depender da intermediação do princípio da proporcionalidade, ou seja, nos termos do art. 18.º, da CRP, a restrição de direitos, liberdades e garantias deve (i) encontrar no texto constitucional “*expressão suficiente e adequada*” e (ii) ser justificada pela necessidade de salvaguarda de um direito ou interesse constitucionalmente protegido (GOMES CANOTILHO, J. J., VITAL MOREIRA, Constituição da República Portuguesa Anotada, vol. I, pp. 390 e 391, 2007, Coimbra Editora).

Nesta linha de raciocínio e tutelando a CRP, no seu art. 44.º/1, o direito de deslocação – “1. A todos os cidadãos é garantido o direito de se deslocarem e fixarem livremente em qualquer parte do território nacional.” - , impõe-se (i) a demonstração do direito fundamental a proteger, (ii) bem como o facto de a medida restritiva da liberdade de circulação e de fixação, ainda que temporária, constituir aquela que menos lesa a liberdade de deslocação (neste sentido ver GOMES CANOTILHO, J. J., VITAL MOREIRA, Constituição da República Portuguesa Anotada, vol. I, pp. 631 e 632, 2007, Coimbra Editora).

## 5. CONCLUSÃO

Em face da explicitação de objetivos que orientou o estudo, conclui-se o seguinte:

1. A evolução do turismo ao longo da nossa história, não obstante o facto de no presente vivermos uma fase atípica provoca pelos efeitos do novo coronavírus (SARS- CoV-2), ocorre através de processos adaptativos e transformacionais e modelos resultantes da melhoria dos transportes, do aumento de experiências únicas e genuínas, de novos produtos e serviços, bem como de vários contextos de fruição, que diferenciam os destinos turísticos pela positiva.
2. O autocaravanismo contribui para o desenvolvimento local, pela sua capacidade de itinerância, pela contribuição de forma significativa para o desenvolvimento e sustentabilidade do comércio local, de proximidade, bem como pela contribuição na reativação de certas tradições socioculturais, do artesanato ao folclore, passando pelos eventos tradicionais, incluindo os de cariz religioso, principalmente em territórios de baixa densidade e de vocação turística.

3. A relação estabelecida entre o turismo e o autocaravanismo, resulta no turismo itinerante que proporciona fluxos de receitas turísticas durante todo o ano, e por todo o País, contribuindo assim para corrigir assimetrias regionais e compensação dos efeitos provocados pela sazonalidade de alguns produtos turísticos, como o Sol & Mar.

4. O artigo 50.º-A, do CE, na redação dada pelo Decreto-Lei n.º 102-B/2020, de 9 de dezembro, constitui uma cedência, ilegítima, do Estado à pressão por parte de certos setores de atividade, constituindo-se numa restrição inconstitucional de direitos, liberdades e garantias, devendo ser declarada a sua inconstitucionalidade material.

5. Se já há uma tendência para a preferência a destinos em Espanha ou sul de França, a liberdade que aqueles países concebem, em contraste com o nosso, vai ser mais um argumento de peso nessa escolha. Portugal ficará visto como um país difícil de visitar, sendo guardado, pelos autocaravanistas do norte da Europa, para breves incursões de um dia, iniciadas e finalizadas a partir de Espanha. A frase-feita de que se trata de um país de beleza única não é mais que propaganda patriótica que, obviamente, não vai colmatar esta dificuldade que os autocaravanistas irão sentir para poder descansar num qualquer local.

6. Por último, importa reter que os autocaravanistas proporcionam um fluxo de receita turística durante todo o ano, e por todo o País, contribuindo para corrigir assimetrias regionais e pressões sazonais, melhorando a qualidade de vida dos residentes em territórios de vocação turística e preservando os recursos do destino visitado, garantindo a sua integridade às gerações futuras.

## 6. REFERÊNCIAS

- Andrade, C. (2008). Domicílio, Intimidade e Constituição. *Revista de Legislação e Jurisprudência, Ano 138, Nov-Dez de 2008, n.º 3953, p. 111, Col. 2.*
- Barreto, M. (2006). *Manual de Iniciação ao Estudo do Turismo*. 17ª ed. São Paulo: Papirus Editora.
- Barreto, M. (2003). imprescindível aporte das ciências sociais para o planeamento e a compreensão do turismo. *Porto Alegre: Horizontes antropológicos.*

- Cellard, A. (2008). A análise documental. In: Poupard, Jean et al. A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos. Petrópolis: Vozes.
- Cavaco, C. (2006). Práticas e lugares de turismo em desenvolvimento e território: Espaços Rurais Pós-Agrícolas e novos lugares de turismo e lazer. Lisboa: Centro de Estudo Geográfico da Universidade de Lisboa.
- Cunha, L. (2007). Introdução ao turismo. Lisboa: Verbo.
- Decreto-Lei n.º 102-B/2020. Altera o Código da Estrada e legislação complementar, transpondo a Diretiva (UE) 2020/612. Disponível em: <https://dre.pt/home/-/dre/150757538/details/maximized>
- Flagestad, A. & Hope, C. (2001). Strategic success in winter sports destinations: A sustainable value creation perspective. *Tourism Management*, 22(5), pp.445–461.
- Flagestad, A. & Hope, C. (2001). Strategic success in winter sports destinations: A sustainable value creation perspective. *Tourism Management*, 22(5), pp.445–461.
- Georgano, N. (1985). *Cars: Early and Vintage, 1886-1930*. Londres: Grange-Universal.
- Gomes Canotilho, J. & Moreira, V. (2007). Constituição da República Portuguesa. Anotada, vol. I, p. 542, ponto VI, 2007. Coimbra: Coimbra Editora.
- Gonçalves, S. e Umbelino, J. (2017). 'Os eventos e a animação turística'. Em Silva, F. e Umbelino, J. (coord.), Planeamento e desenvolvimento turístico (1ªed.). Lisboa: Editora Lidel.
- Instituto Nacional de Estatística (2019). Estatísticas do Turismo. Disponível em: <http://ine.cv/publicacoes/estatisticas-do-turismo-ano-2019/>
- United Nations World Tourism Organization. (2017). *Tourism Highlights*, 2017 Edition. Disponível em: <http://mkt.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights>.
- Hunziker, W. and Krapf, K. (1941). Beitrage Zur Fremdenverkehrslehre Und Fremdenverkehrsgeschichte [Contributions to Tourism Education and Tourism History], Published in German by the Swiss Federation of Tourism, Bern.
- Loureiro, M., David, P. (2019). Workshop sobre o Turismo: O Setor do Turismo nas Estatísticas do Banco de Portugal. Disponível em: [https://www.ine.pt/scripts/ws\\_tur\\_docs/20191218\\_Workshop\\_Turismo\\_BdP.pdf](https://www.ine.pt/scripts/ws_tur_docs/20191218_Workshop_Turismo_BdP.pdf)
- Martins, A.; Theophilo, R. (2009). Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas. 2. ed. São Paulo: Atlas.
- Milani, C. (2005). Teorias do Capital Social e Desenvolvimento Local: lições a partir da Bahia. Escola de Administração da UFBA.
- Santos, S. (2020). Pela Alteração do Art. 50-A, do Código da Estrada. Disponível em: <https://participacao.parlamento.pt/initiatives/1730>

Sá-Silva, R.; ALMEIDA, Cristóvão Domingos, GUINDANI, Joel Felipe. Pesquisa documental: pistas teóricas e metodológicas. Rev. Bras. de História & Ciências Sociais. n. 1, p. 1-15, jul., 2009.

SACHS, I. (2001). Das coisas e dos homens: Teoria do Desenvolvimento a espera de sua revolução copernicana. Jornal da Ciência (JC E-Mail) - Notícias de C&T. *Serviço da SBPC, n.º. 1836. São Paulo, 23 de julho de 2001.*

Tourism at World Heritage Sites – Challenges and Opportunities. Acedido em: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284416608>

UNDP. 1990. Human Development Report 1990: Concept and Measurement of Human Development. New York. Disponível em: <http://www.hdr.undp.org/en/reports/global/hdr1990>

United Nations World Tourism Organization. (2015). Tourism Highlights: 2015 edition. Disponível em: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899>. United Nations World Tourism Organization. (2015b).

Williamson, Andrew (1998). *The Golden Age of Travel* - The: The Romantic Years of Tourism in Images from the Thomas Cook Archives. United Kingdom: Thomas Cook Publishing.