

«Novos turistas» no centro histórico de Faro

A CIDADE BURGUESA, A PRODUÇÃO E A FRUIÇÃO CULTURAL E O TURISMO

As mudanças que afectaram as cidades tradicionais dos países de cultura ou de influência cultural europeia transformaram esses núcleos antigos nos actuais centros históricos. As cidades tradicionais, com os seus códigos de escala e variedade na concepção do meio construído e do espaço não edificado, sofreram o primeiro revés com a industrialização e o triunfo da burguesia liberal (Lamas, 1993, p. 176). Esses dois acontecimentos deram origem a novos modelos de ocupação do espaço urbano. Enquanto as classes mais favorecidas, na Grã-Bretanha, abandonaram os centros das cidades e se refugiaram no campo ou junto ao litoral, os franceses destruíram parte da antiga cidade de Paris, de origem medieval, com o fim de abrirem amplas avenidas, projectadas por *Hausman*, para albergarem a nova classe privilegiada em edifícios de carácter grandioso.

O modelo adoptado pelas classes mais privilegiadas, na Grã-Bretanha, demonstrava a preponderância do pensamento romântico face à triste realidade dos bairros e das cidades industriais da época (Ganau, 1997, pp. 23-31; Ruskin, 1849, *in* Lilley, 1999, p. 433). As moradias rodeadas de amplos jardins ou parques não se adaptavam aos arruamentos urbanos, mas adequavam-se à inserção em colinas voltadas para a paisagem rural ou marítima (Aitchinson, MacLeod e Shaw, 2000, p. 53; Towner, 1996, pp. 169-170).

* Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo.

** Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial da Universidade de Aveiro.

O arquétipo francês foi imitado nas grandes capitais europeias da época porque facilitava o usufruto de todas as benesses concedidas pela primeira revolução industrial (Carreras, 1994, pp. 103-117; Soria y Puig, 1995, pp. 15-39). Os locais de consumo, como os Grandes Armazéns, os cafés, os bares, os restaurantes, fascinavam intelectuais, artistas, jornalistas e homens de negócios, assim como muitos dos que laboravam nas novas indústrias culturais (publicidade, desenho industrial ou decoração). Com a introdução da iluminação pública foi possível, finalmente, dominar o medo da noite, ir a um concerto, a um bar, a um encontro, às compras, permitiu simplesmente vaguear pela cidade ou, em alternativa, frequentar os espaços de transgressão da época, zonas onde predominava a figura do boémio e do cabaré (Benjamin, 1997, pp. 67-83; Simmel, 1997, pp. 83-103; Featherstone, 1998, pp. 910 e 918; Lovatt e O'Connor, 1995, p. 131; Urry, 1990, p. 138, e 1996, p. 116). Esta vida cultural e de lazer, muito intensa, deu lugar a redes de saber, experiência e criatividade através das quais as ideias circulavam livremente, fenómeno que se difundiu por toda a Europa. Em Portugal, por exemplo, a abertura das «avenidas novas» em Lisboa foi influenciada pelo modelo francês, se bem que as zonas de convívio, produção e consumo de bens culturais não tivessem deixado de se localizar na zona histórica. A burguesia lisboeta era pouco numerosa e o seu capital cultural não cresceu ao ritmo do capital económico. A manifestação da sua afirmação restringiu-se à lenta ocupação dessas novas artérias da cidade, com edifícios que raramente assumiriam o carácter eclético e a ostentação dos parisienses, facto que confirma a ausência de uma consciência de classe e de um gosto definido da burguesia portuguesa.

O turismo balnear, que conheceu um grande incremento nessa época, adoptou os dois tipos de urbanização referidos (Soane, 1993, p. 30). Os novos conjuntos tinham sido concebidos para agradarem ao grupo social restrito que residia nas áreas nobres das grandes cidades (modelo francês), no campo e junto ao litoral (modelo britânico). A ocupação da costa de Lisboa permitiu a manifestação dos dois gostos. O britânico na urbanização do Monte Estoril, que se manteve um projecto predominantemente residencial, apesar dos seus hotéis, enquanto Santo António do Estoril, a única estância balnear portuguesa dessa época que conheceu renome internacional, facultou a manifestação do gosto francês (Briz, 1989, p. 59).

O processo de inclusão social iniciado pela Revolução Francesa e pela industrialização e que alargou o usufruto dos novos produtos e bens a um grupo de pessoas mais abrangente, embora não ultrapassasse as classes mais privilegiadas, estava, contudo, a atingir a exaustão nas primeiras décadas do século XX, na medida em que o sistema produtivo tinha atingido os seus limites.

A CIDADE MODERNISTA «FORDISTA», OS CENTROS HISTÓRICOS, A PRODUÇÃO E A FRUIÇÃO CULTURAL E O TURISMO

A grande ruptura com o passado, a mudança paradigmática que proporcionou a diminuição efectiva da distância social entre o homem comum e a elite, ocorreu entre os anos 20 e 30 do século xx no espaço europeu e norte-americano, no quadro do capitalismo, e impôs uma normalização quase absoluta dos produtos e do modo de produção. O pensamento moderno que presidiu ao aparecimento da produção em série condicionou os modelos urbanísticos, o incremento da produção cultural e o desenvolvimento do turismo (Le Corbusier, 1929, *in* LeGates e Stout, 1999, pp. 336-344; Morris, 1997, pp. 58-71). Enquanto o novo modelo de produção industrial originou o consumo de massas, a ocupação do espaço urbano socorreu-se de uma rígida racionalização do planeamento para oferecer habitação aos trabalhadores que laboravam nas cadeias de produção (H. H. D. C., 1952; Robbins, 1996, *in* Miles, Hall e Borden, 2000, pp. 32-34). Os produtores turísticos, por sua vez, devido ao crescimento dramático da procura proporcionado pela extensão a todos os grupos sociais do direito a férias pagas, normalizaram inteiramente a oferta através da criação de pacotes (*packages*) rígidos que incluíam transporte, alojamento e outros serviços. Em termos de urbanismo, as estâncias balneares do Sul da Europa socorreram-se das duas tipologias residenciais da época, a cidade-jardim — corrente de raiz anglo-saxónica focada, essencialmente, nas pesquisas do modelo sociológico de comunidade habitacional, do qual deriva o modelo espacial que lhe corresponde — e a cidade radiosa — corrente mais ligada ao racionalismo europeu e a *Le Corbusier* —, baseada nas tipologias arquitectónicas que integravam, simultaneamente, as unidades habitacionais e os seus equipamentos (Apostolopoulos e Sonmez, 2001, pp. 72-77; Cazes, Lanquar e Raynouard, 1993, pp. 46-69; Cuvelier, Torres e Gadrey, 1994, pp. 49-50; Cuvelier, 1998, pp. 123-141; Morgan, 1994, pp. 379-384; Pearce, 1987, pp. 141-148; Poon, 1989, p. 91; Soane, 1993, pp. 254-267).

A intensidade da procura, as dificuldades em implementar os projectos realizados com o objectivo de controlar os fluxos turísticos, ou a ausência de qualquer mecanismo regulador, produziram efeitos muito negativos nas zonas receptoras, como ocorreu no Algarve.

Os centros históricos, zonas que os modernistas consideravam obsoletas, foram objecto de profundas campanhas de renovação na Europa, nos Estados Unidos e no Canadá (Nicholas Plan, 1945, *in* Kitchen, 1996, p. 34; Harouel, 1981, pp. 108-112; M. H. L. G., 1947, pp. 27-31). Os modernistas alegavam que os bairros antigos impediam a construção da cidade racional, único modelo capaz de erradicar todos os problemas de ordem funcional,

social e cultural que os afectavam (Morris, 1997, p. 158). Por essa razão, as operações de renovação envolveram a destruição de um número elevado de centros históricos, não se tendo restringido aos danificados pelos bombardeamentos da segunda guerra mundial (Anderson, 1998, pp. 127-149; Ley, 1996, pp. 226-229; Rouse, 1943, *in* Aitchinson, MacLeod e Shaw, 2000, p. 145). Muitos ficaram reduzidos a alguns monumentos, rodeados de zonas verdes e parques de estacionamento, em nome do interesse geral ou da manutenção de condições de salubridade pública (M. T. C. P., 1962, p. 12). O triunfo dos arranha-céus, dos bairros residenciais segregados, do automóvel e da auto-estrada implicou o arrasamento ou, no mínimo, a descaracterização das zonas históricas (Fillion, 1999, p. 42).

Nos países do Sul da Europa, como Portugal, a destruição dos centros históricos não resultou das operações de renovação, que raramente foram concluídas. O seu aniquilamento derivou do abandono a que foram votados e da descaracterização decorrente da inserção de edifícios de cariz moderno nos espaços tradicionais (Aguiar, Cabrita e Appleton, 1997, p. 36; Ferreira, 2000, p. 31; Ruivo e Cunha, 1998, pp. 57-59). Deste modo se perdeu a escala, o efeito de conjunto, o contexto, a função do espaço público.

A evolução do processo de democratização cultural nos países mais desenvolvidos teve, por sua vez, uma evolução contraditória. Por um lado, o incremento da actividade dos meios de comunicação social, nomeadamente a televisão, e a oferta de produtos culturais mediados pela máquina (como o mobiliário, os objectos decorativos) e reproduzidos em linhas de montagem deram origem a uma produção cultural de massas. Este tipo de criação exigiu um *design* funcional e uma estética minimalista a que nem as obras para nichos especializados de consumo das elites escaparam. Por essa razão, os críticos da produção cultural de massas acusavam-na de uma vulgaridade que determinava permanecer eternamente igual a si própria (Adorno, 1991; Banham, 1960; Giedon, 1948; Sack, 1992; Horkheimer e Adorno, 1972, *in* Scott, 2000, p. 6). Por outro, as políticas culturais da época premiaram a construção de equipamentos, muitos situados em centros históricos, e a atribuição de subsídios aos produtores culturais. A política cultural de André Malraux, em França, pode exemplificar este período. Começou por querer imprimir à sua acção à frente do Ministério da Cultura, criado em 1959, um carácter democrático, ao tentar, através da oferta artística e cultural de qualidade, pôr em contacto directo com as obras um público que não possuía esses hábitos. O responsável pela cultura não desejava incutir o gosto pelas obras de arte com o auxílio de uma educação que permitisse a formação de uma procura cultural, mas antes favorecer o aumento da oferta e o ordenamento da acessibilidade através dos preços de entrada, dos horários

de abertura e do financiamento dos equipamentos. Este modelo de intervenção vem confirmar o que já foi dito quanto à habitação e ao urbanismo, porque atesta o desprezo pelo diálogo na convicção de que os interessados não teriam condições para discernirem o tipo de cultura e de iniciativas culturais que queriam fruir (Urfalino, 1996, pp. 325-326). Deste modo, os estratos menos favorecidos, que não possuíam os códigos para decifram as manifestações da cultura erudita, tinham grande dificuldade em apreciá-la, enquanto assistiam à desvalorização e à segregação da que lhes fora transmitida pelos antepassados, apelidada de baixa cultura (Mela, 1999, p. 159; Urfalino, 1996, pp. 325-326).

Esta situação foi revelada, de forma clara e objectiva, por Bourdieu e Barbel na investigação, publicada em 1966, sobre as estatísticas de frequência das instituições artísticas, a qual provava que a prática política baseada no aumento da oferta e do acesso às obras artísticas através da gestão de preços e de horários não conseguia diminuir as desigualdades culturais. Era mesmo contraproducente, declaravam os autores do estudo efectuado com base no público dos museus, na medida em que, a título de democratizar a cultura, o que se fazia, na verdade, era impor um tipo considerado universal, mas que não passava da legitimação do próprio privilégio, porque, sustentavam ainda esses académicos, a interacção entre o público e a obra de arte constitui uma actividade de decifração, para a qual é necessário conhecer os códigos. No caso da cultura erudita, apenas a escola e a família podem transmiti-los, pelo que, na sua ausência, toda a acção cultural é vã ou de eficácia marginal (Bourdieu e Darbel, 1969).

O modo como se processou esta tentativa frustrada de inclusão cultural determinou, em grande medida, o comportamento das classes sociais com menor capital cultural quando em contacto com a cultura dos países receptores de turismo do Sul da Europa, para onde se deslocavam no Verão. O olhar da gente comum não estava preparado para fruir a cultura erudita do destino e tinha sido convencida da irrelevância da popular. Por esse motivo, as manifestações culturais dos países receptores foram encaradas como produtos de massas ou espectáculos prontos a consumir.

Os processos de democratização do ensino e das políticas culturais permitiram, porém, que os descendentes das classes menos favorecidas acessem aos códigos de decifração necessários e incrementassem a participação cultural. A actual sociedade do conhecimento possui uma «nova classe média cultural» proveniente de meios menos favorecidos que resulta das políticas modernistas de inclusão nas áreas da cultura e do ensino (Baum, 1999, pp. 1095-1100; Bourdieu, 1990, pp. 56 e 207; Brooker, 1999, p. 4; Casanova, 1995, pp. 45-68; Huat Chau, 1998, pp. 981-1000; Pfeil, 1990, p. 114; Schnell e Graicer, 1993, pp. 1187-1207; Sulkemen, 1992, pp. 25-26).

A CIDADE PÓS-MODERNA E PÓS-«FORDISTA», OS CENTROS HISTÓRICOS, A PRODUÇÃO E A FRUIÇÃO CULTURAL E O TURISMO

O capital cultural das novas gerações aumentou ao ritmo do referido processo de democratização do ensino e da cultura.

Em França, em consequência do Maio de 68, um grupo de intelectuais produziu a «Declaração de Villeurbanne», que negava a universalidade da cultura cultivada. A ausência de uma garantia da universalidade dos conteúdos culturais teve consequências na condução da política cultural francesa entre 1971 e 1973, com a introdução de um discurso antropológico no seio do Ministério da Cultura e o reconhecimento das várias linguagens culturais (Urfalino, 1996, pp. 329-331).

Nos anos 70 e 80, a política cultural dos países mais desenvolvidos tinha como objectivo o aumento da participação dos cidadãos na vida cultural, o que correspondia às aspirações dos movimentos pós-Maio de 1968 (feministas, de acção pela comunidade, ambientalistas, de jovens e de activistas dos direitos das minorias). Estes grupos criticavam o planeamento urbano funcionalista, estavam ligados a produções culturais alternativas — teatro experimental, bandas de *rock*, discos, livros, jornais, revistas e exposições —, assim como aos seus circuitos de distribuição, universo cultural que quebrava as barreiras tradicionais entre os vários tipos de cultura. Os movimentos artísticos e políticos na Grã-Bretanha, na Alemanha e em França empenharam-se em manifestações artísticas menos tradicionais e, por isso, mais inclusivas (Bianchini, 1995, p. 82).

Em países como o Canadá e os Estados Unidos o processo de democratização do ensino e da cultura, no que concerne às novas gerações, teve início com os denominados *baby boomers* (nascidos após o fim da segunda guerra mundial), enquanto na Europa decorreu de modo mais lento, abrangendo principalmente as décadas de 80 e 90. No entanto, à medida que este novo grupo foi ganhando importância, a sua influência cresceu, tendo contribuído, de um modo geral, para a mudança das políticas culturais.

Como reflexo da sua acção, desapareceram as barreiras entre a cultura erudita, a popular e a de massas e, simultaneamente, a cultura dominante passou a demonstrar mais respeito pelas dominadas (Gramsci, 1971, *in* Leontidou, 1996, p. 180; Pfeil, 1990, p. 98; Williams, 1995, p. 50). Estes atributos do novo grupo constituem algumas das manifestações de um novo paradigma cultural pós-moderno.

Embora possuam um capital cultural idêntico, nem todos os seus membros dispõem de um capital económico elevado não só porque não descendem, exclusivamente, das classes favorecidas, mas também porque nem todos desenvolvem actividades profissionais bem remuneradas (Bourdieu,

1984, pp. 247-255; Ley, 1996, pp. 4-15, 83 e 268-271; Richards, 1996, p. 280; Richards, Goedhart e Herrijgers, 2001, p. 71; Urry, 1997, p. 106; Zurkin, 1989, pp. 58-82; 1996, pp. 43-59; 1998, pp. 1-49), como acontece com todos os que exercem as suas funções nas áreas das ciências sociais, das artes e das humanidades (Bertz, 1992, pp. 5-36; Bourdieu, 1984, p. 359; Bovone, 1997, pp. 105-106 e 111-112; Featherstone, 1998, p. 19; Swartz, 1997, pp. 287-288).

As novas actividades de índole cultural e os seus profissionais passaram a ocupar a cidade velha. As razões desta escolha são múltiplas, embora possamos destacar a origem dos produtores na nova classe média cultural e as características dos meios criativos localizados que se dedicam a este tipo de produção. As actividades culturais, instaladas em centros históricos, ganharam uma dimensão notável, nomeadamente na Grã-Bretanha, país em que a regeneração através da cultura e do turismo das antigas cidades industriais constitui um exemplo de sucesso (Bianchini, 1995, p. 85; Chatterton, 2000, p. 290; Montgomery, 1995a, p. 137; Wynne, 1992, p. 53). Actualmente, raros são os países que não desenvolvem estudos sobre o impacto das artes na economia urbana (Evans, 2001, p. 139). Estes bens e serviços, com grande carga simbólica, contribuem para a afirmação da imagem da cidade e ajudam a fixar outras actividades, porventura igualmente inovadoras e criativas, e transformam os centros das cidades em laboratórios de investigação cultural para o futuro (Bovone, 1999, p. 2).

Nos países do Sul da Europa, sujeitos a longas ditaduras, como Portugal, a cultura era pretexto para o regime propagandar os seus ideais nacionalistas. A democratização do acesso ao ensino e à cultura teve início apenas com a revolução democrática, ocorrida na década de 70. A nova definição de cultura do regime democrático reconheceu a igualdade dos vários tipos de cultura e fomentou a promoção cultural (Santos, 1998, p. 90). O crescimento verificado em Portugal nas últimas décadas, embora não acompanhe o ritmo do dos países mais desenvolvidos, foi muito grande, se tivermos em conta os baixíssimos níveis donde se partiu (Almeida, Capucha, Costa, Machado e Torres, 2000, p. 39; Machado e Costa, 1998, p. 41; Miranda, 2002, pp. 26-27; Silva, 1997, p. 209).

No nosso país, os estudos sobre produção cultural em centros históricos são muitíssimo escassos. No entanto, encontrámos alguns que incidiam na zona que se estende do Chiado ao Bairro Alto, os quais nos permitiram concluir (embora nenhuma das pesquisas o afirme textualmente) que está em formação espontânea nesta zona (ou seja, sem auxílio de qualquer acção de planeamento urbano, cultural ou turístico) um bairro cultural (Costa, 2000, p. 972; v. também Zilhão, Nogueira e Duarte, 1985, pp. 14-28). Este facto permite aceitar que, à medida que crescer o capital cultural dos portugueses, outros bairros deste tipo podem vir a formar-se noutras cidades do país.

Alguns estudos realizados nos países em que a democratização do ensino e da cultura ocorreu mais cedo demonstram que a maioria dos membros da «nova classe média cultural» transformou a reivindicação da reabilitação da cidade antiga numa bandeira que simboliza o seu repúdio pela cidade moderna. O seu empenhamento na defesa dos bairros antigos tem vindo a ser extremamente visível, tanto através da colaboração nos movimentos de defesa do património como na acção de uma geração de urbanistas, arquitectos e políticos com uma nova visão do planeamento urbano baseado em conceitos mais democráticos e participativos. Um conjunto apreciável de elementos deste novo grupo escolheu a cidade antiga (na qual tinha fixado a sua própria identidade) para residir, como o comprovam os estudos sobre o enobrecimento realizados um pouco por todo o lado, embora esse processo tenha produzido alguns impactos menos positivos (Badcock, 1993, pp. 191-195; Butler e Robson, 2001, p. 2148; Couch, 1999, p. 70; Cybriwsky, Ley e Wetern, 1986; Ley, 1996; Morrison e McMurray, pp. 375-397; Schnell e Graicer, 1993, pp. 1187-1207; Urry, 1990, pp. 187-204; Varady, 1994, pp. 1345-1366).

Nos países do Sul, como Portugal, a reabilitação dos bairros tradicionais iniciou-se nos anos 80, como, de um modo geral, ocorreu em toda a Europa, com apoio de uma nova classe média cultural, muito restrita ainda no nosso país, e a participação de alguns membros das elites tradicionais. A intervenção dos grupos de defesa do património e líderes de opinião nessa década no Algarve, tal como acontecia em muitos outros países do velho continente, denunciava a incúria a que a zona antiga tinha sido votada (Tengarrinha, 1986, pp. 246-247).

Os estudos sobre geografia da habitação, nomeadamente sobre o perfil dos habitantes das zonas históricas, são muito diminutos, embora nos tivesse sido possível constatar que, em Lisboa, os grupos que desejam viver nos bairros mais antigos, se bem que relativamente reduzidos, pertencem à «nova classe média cultural» (Rodrigues, 1999, pp. 113-118).

Em termos de turismo, a mudança teve como consequência maior respeito e interesse na descoberta da cultura própria dos países visitados, maior capacidade de decifrar as suas particularidades, sem complexos de superioridade ou restrições em relação ao tipo de manifestações a premiar (alta, baixa ou cultura de massas).

Os estudos europeus sobre o perfil do turista cultural, nomeadamente a investigação realizada pela *ATLAS*, que abrangeu a maioria dos países do velho continente, comprovaram a elevada participação da «nova classe média cultural» na fruição de bens e serviços culturais nos países que visitam (Richards, 2001a, pp. 34-35). Até mesmo os turistas que se deslocam às estâncias balneares de sol e praia nas suas férias de Verão acusam a presença

deste grupo, porque metade dos participantes no inquérito, a gozar férias nesta zonas, confessou ter visitado, pelo menos, uma atracção turística durante a sua permanência, situação que não pode ser ignorada pelos poderes públicos desses países (Richards, 2001b, pp. 3-4).

O actual modo de produção turística, baseado no conhecimento e na utilização das novas tecnologias, que comunicam entre si, veio facilitar a satisfação dos gostos e do estilo de vida da «nova classe média cultural», porque o seu capital cultural não está, nos nossos dias, directamente relacionado com o económico. A nova oferta, embora mantenha a estrutura e os preços do pacote (*package*), põe à disposição dos turistas uma gama muito lata de escolhas, ao contrário da época moderna, em que estas eram muito restritas (Curvilier, 1998, pp. 214-217; Poon, 1993, pp. 92 e 197).

O CASO DE FARO

A cidade de Faro tem uma área de 202,1 km² e uma população de 58 051 habitantes. Apresenta também um bom índice de escolaridade, incluindo a de nível superior. A Universidade do Algarve tem contribuído para o elevado número de pessoas com esse grau de ensino fundamental para o aumento da produção e do consumo cultural (v. quadro n.º 1). Os farenses possuem também poder de compra acima da média nacional (100), que no ano de 2000 se situava nos 140, conjuntura favorável ao aumento do consumo cultural.

Nível de ensino atingido pelos residentes de Faro, 2001 (em percentagem)

[QUADRO N.º 1]

Indicador	Percentagem
Básico — 1.º ciclo	27,9
Básico — 2.º ciclo	10,3
Básico — 3.º ciclo	12,7
Secundário	25,9
Ensino superior	23,2

Fonte: INE, *Atlas das Cidades Portuguesas*, 2002, p. 146.

O capital cultural dos residentes reflecte-se na elevada percentagem de quadros de especialistas e técnicos que residem na capital do Algarve (v. quadro n.º 2). Esta situação tem bastante importância para o nosso estudo empírico, porque demonstra que a cidade possui um núcleo importante, em termos nacionais, de consumidores actuais e potenciais de produtos culturais.

**Distribuição do pessoal ao serviço por nível de qualificação em Faro,
no Algarve e no continente, 1997**

[QUADRO N.º 2]

Nível de qualificação	Faro	Algarve	Continente
Quadros superiores	10,7	10,7	10,1
Quadros médios	3,3	2,7	3,2
Encarregados, contra mestres e chefes	3,6	3,6	3,6
Profissionais altamente qualificados	8,9	4,5	5,2
Profissionais qualificados	38,8	39,7	40,3
Profissionais semiqualeificados	12,2	16,9	11,8
Profissionais não qualificados	14,3	13,1	11,8
Praticantes, aprendizes e estagiários	5,7	7,0	7,5
Ignorado	2,5	1,9	2,7

Fonte: DETEP-MTS (quadro de pessoal — consulta de emprego) (dados tratados pelo CIDEC), in AMBIFARO, 2001, p. 9.

O Centro Histórico de Faro possui uma área de 39,3 ha, que corresponde à parte da cidade tradicional, cujo limite se situava na antiga cerca seiscentista. Possui três núcleos, Mouraria, Bairro Ribeirinho e Vila Adentro, ou Intramuros, nos quais habitavam, em 2002, 3020 habitantes, em 1273 fogos, dos quais 153 se encontravam devolutos.

No centro histórico da capital do Algarve estavam inventariados, em 2002, 40 edifícios classificados ou em vias de classificação (18 classificados, 2 monumentos nacionais, 1 de interesse municipal, e 22 em vias de classificação). Estes imóveis desempenham um papel fundamental para a criação de uma oferta de turismo cultural (IPPAR, 2002).

No núcleo de Vila Adentro, a autarquia reabilitou os edifícios onde estão instalados os serviços camarários, recuperou os arcos de acesso, as muralhas, os edifícios das galerias municipais Arco e Trem. A Companhia das Águas do Sotavento reabilitou um dos edifícios nobres desta zona da cidade para instalar os seus serviços. Ainda na área do centro histórico decorreu uma intervenção no Teatro Lethes e outra no Palácio Belmarço, este último para receber o Tribunal da Relação de Faro.

A DGEMN, por sua vez, adjudicou, a 2 de Janeiro de 2002, em nome do Ministério do Equipamento Social, «empreitadas para recuperação, conservação, beneficiações, ampliação e reforços de estruturas» de diversos edifícios públicos e monumentos nacionais algarvios, dos quais salientava a Sé e os edifícios do Governo Civil e do Comando-Geral da Polícia de Segurança Pública de Faro (DGEMN, 2002).

O PROALGARVE (2000-2006), no ano de 2002, aprovou para Faro os investimentos que se seguem para a área da reabilitação urbana (v. quadro n.º 3).

**Projectos de reabilitação para Faro financiados pelo PROALGARVE
e aprovados em 30-8-2002**

[QUADRO N.º 3]

Código do projecto	Designação do projecto	Executor	Invest. eleg.	Taxa	Compar-ticipação
02-01-01-00007	Reabilitação urbana da baixa de Faro	Câmara Municipal de Faro	439 291,31	70	307 503,92
02-01-02-00002	Biblioteca Municipal de Faro	Câmara Municipal de Faro	2 380 986,82	60	1 428 592,09

Fonte: CCR Algarve, 2002, http://www.ccr-alg.pt/investimento_lista.

Fora da área classificada, instalou-se a Biblioteca Municipal António Ramos Rosa no edifício do antigo Matadouro, inteiramente requalificado. O Teatro Municipal de Faro foi concluído no corrente ano civil no âmbito do evento «Faro, capital nacional da cultura».

No entanto, apesar de todo o esforço desenvolvido, a autarquia não criou incentivos ao rejuvenescimento da população. A aquisição de alguns prédios devolutos que pudessem ser integrados em programas de habitação dirigidos aos jovens, a preços controlados, seria uma estratégia possível. Esses projectos podiam ser desenvolvidos pela autarquia e entregues a cooperativas de jovens ou à iniciativa privada. O núcleo de jovens representaria por certo um primeiro passo no sentido do enobrecimento daquela zona da cidade. Os jovens e os actuais moradores ajudariam a evitar a ocupação do núcleo histórico apenas por grupos sociais favorecidos, assegurando a manutenção da diversidade social.

A pouca atenção dada à recuperação da função residencial no centro histórico através do rejuvenescimento dos seus moradores revela-se também no número de licenças de obra atribuídas para nova construção em comparação com o total das conferidas para reabilitação de edifícios antigos. Esta situação é tanto mais peculiar quanto o núcleo histórico de Faro tem vindo a sofrer importantes alterações que contribuem para a sua sedução como área residencial. No entanto, a legislação e o sistema de tributação são favoráveis à continuação do crescimento dos bairros periféricos (v. quadro n.º 4) e à manutenção de um modelo de crescimento modernista «fordista». Por outro lado, a especulação fundiária na zona histórica e o número de prédios devolutos têm dificultado a reabilitação dos imóveis particulares. Para aclarar esta situação basta referir que em Portugal «apenas 3% a 4% do investimento na construção são aplicados na reabilitação/reconstrução, quando a média europeia se situa nos 35%» (v. *Público*, 2002, p. 48).

Licenças concedidas pela Câmara Municipal de Faro
para habitação entre 1995 e 2000

[QUADRO N.º 4]

Ano	Novas construções			Ampliações		Transformações		Restaurações	
	Total	Habitação	Fogos	Total	Habitação	Total	Habitação	Total	Habitação
1995	187	176	605	25	20	4	2	–	–
1996	140	128	450	39	35	2	1	–	–
1997	126	114	541	30	20	1	1	18	15
1999	186	137	601	53	41	–	–	9	8
2000	123	116	472	35	29	3	2	14	14

Fonte: Anuário Estatístico da Região do Algarve, 1996, 1997, 1998, 1999, 2000 e 2002.

À reabilitação e reutilização dos edifícios e à reposição da função residencial há que juntar uma política cultural que permita satisfazer residentes e visitantes.

As verbas atribuídas à cultura pela Câmara de Faro demonstram um crescimento mais ou menos constante, embora ainda se faça sentir a escassez de recursos, na medida em que a debilidade dos equipamentos tem vindo a exigir a aplicação de uma parte substancial dos orçamentos. Apesar de as percentagens do orçamento dedicadas à cultura apresentarem, nos anos de 2000 e 2001, valores mais elevados do que no passado, suportam os custos onerosos de aquisição da antiga Fábrica da Cerveja para Museu do Algarve e da execução do projecto da Biblioteca Municipal Ramos Rosa e a valorização do centro histórico (v. quadro n.º 5).

Orçamento e plano de actividades da Câmara Municipal de Faro

[QUADRO N.º 5]

Ano	Rubrica	Total (milhares de escudos)	Percentagem
1995	Cultura	140 745	0,5
1996	Cultura	256 296	3,6
1997	Cultura	232383	3,1
1998	Cultura	393 490	6,2
1999	Cultura, desporto e tempos livres . .	453 667	4
2000	Cultura	–	14
2001	Cultura, desporto e tempos livres . .	–	15

Fontes: Anuário Estatístico da Região do Algarve, 1995, 1996, 1997, 1998, 1999, 2001 e 2001, e Boletim Municipal de Faro, 1999, 2000 e 2001.

A pesquisa realizada por Mendonça sobre os públicos de teatro em Faro desempenhou um papel fundamental na fundamentação teórica da nossa

pesquisa porque comprovou a presença na urbe de uma nova classe média cultural. A existência deste grupo permite validar uma das dimensões do problema da nossa pesquisa no que concerne ao possível contributo da nova classe média cultural (residentes e turistas) para a regeneração dos centros históricos.

O estudo demonstrou que o conjunto era composto por jovens com idades compreendidas entre os 20 e os 29 anos (47,3%) e os 10 e os 19 anos (12,7%). Predominava um público feminino (68,4%), solteiro (66%), com formação média ou superior (74,3%) (Mendonça, 20021, pp. 145-162). Nesta pesquisa é também interessante sublinhar as habilitações literárias dos pais dos espectadores. Preponderavam os que não tinham ultrapassado o ensino primário, que atingiam 36,0%, seguidos dos que tinham completado o secundário (19,8%) e dos que contavam com uma formação de tipo superior (16,2%), reflectindo uma trajectória fortemente ascensional dos espectadores, conjuntura detectada noutros estudos sobre Portugal a que já se aludiu (Mendonça, 2001, pp. 162-164).

A composição sócio-profissional revela a predominância dos estudantes (33,6%), dos docentes (23,2%) e das profissões intelectuais e científicas (18,9%), logo seguidos pelos empregados do sector terciário, perfil que, apesar das diferenças de categorização, apresenta grande afinidade com o que ficou demonstrado por outros estudos de índole nacional e internacional sobre os públicos culturais.

O nível académico atingido pelos espectadores em relação ao dos seus progenitores e os tipos de actividades profissionais desempenhadas confirmam a existência, em Faro, de uma nova classe média cultural, ou pequena burguesia, que resulta de uma trajectória ascendente propiciada pela democratização do acesso ao ensino e à cultura.

CONSTRUÇÃO DA AMOSTRA

A investigação que conduzimos no centro histórico de Faro nos meses de Julho, Agosto e Setembro de 2001 permite defender a presença de novos turistas na cidade histórica nessa época do ano. O estudo abrangeu a aplicação de 391 inquéritos de rua (*street survey*) aos visitantes com base numa amostra do tipo não probabilístico por conveniência:

- n (dimensão da amostra) = desconhecida;
- N (dimensão do universo) = desconhecido;
- p (proporção dos que possuem o atributo) = 50%;
- q (proporção dos que não possuem o atributo) = 50%;
- e (erro assumido) = 5%;
- Z (intervalo de confiança) = 1,96.

Fórmula:

$$n = \frac{Z^2 p q}{e^2}$$
$$n = \frac{3,92 \times 0,5 \times 0,5}{0,0025}$$
$$n = 384$$

Para tentar suprir as não-respostas aplicou-se um total de 391 questionários válidos.

O *Tourism and Resarch Unit*, de 1993, aconselhava esta metodologia, desde que fossem respeitadas algumas normas, sendo a mais importante a que obrigava o entrevistador a abordar sistematicamente o próximo visitante após ter terminado a entrevista feita ao anterior e ter verificado se estava tudo correctamente preenchido. Este processo permite evitar o enviesamento da amostra, embora, não seja dada a todos os membros da população a mesma hipótese de serem escolhidos. A amostra não reflecte a população-alvo da sondagem, mas antes a população da qual foi retirada (Finn, Elliot-White e Watton, p. 117).

As condições de pesquisa nos locais turísticos ou nos equipamentos de lazer varia de acordo com o local, a estação do ano, o dia da semana, a hora e as condições climatéricas. Para assegurar que é representativa há que seguir outras regras, para além das entrevistas, que se sucedem de forma sistemática, referidas anteriormente, com o objectivo de evitar que alguns tipos de utilizadores sejam excluídos, regras essas que incluem a pesagem, ou seja, uma divisão temporal e espacial da aplicação do inquérito que permita a produção de uma amostra com uma distribuição representativa dos utilizadores actuais (Veal, 1997, p. 214).

A aplicação dos inquéritos foi programada de modo a incluir cinco momentos diferentes — nos meses de Julho, Agosto e Setembro —, com início a 15 de Julho e conclusão a 30 Setembro, de modo a incluir indivíduos representativos de cada quinzena dos referidos meses. O questionário foi aplicado de manhã, à tarde e ao fim da tarde, de forma a encontrar a maior variedade de motivações para a visita possíveis.

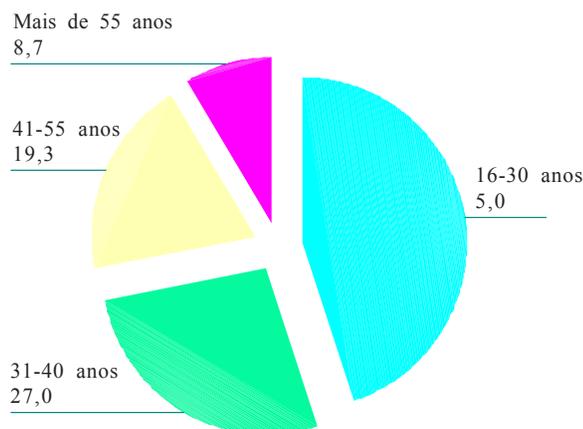
O local de aplicação do inquérito foi seleccionado de acordo com três critérios. Em primeiro lugar, evitar o enviesamento das respostas através da garantia de que os entrevistados tinham visitado o centro histórico, ou pelo menos parte dele, quando respondessem ao inquérito. Ao proceder dessa

forma, também se procurava acautelar uma maior disponibilidade para responder ao questionário. Por último, desejava-se assegurar que contaríamos com respostas de turistas que chegassem à cidade através do número mais variado possível de meios de transporte, garantindo a heterogeneidade dos participantes. Os locais seleccionados, de acordo com as normas que se tinham estabelecido, foram a zona ribeirinha, junto à doca de Faro, a Rua de Santo António, o Largo de S. Francisco e a Vila Adentro (núcleo dentro das muralhas).

DADOS E RESULTADOS DA PESQUISA EMPÍRICA REALIZADA NO CENTRO HISTÓRICO DE FARO NO VERÃO DE 2001

Idade em faixas etárias (em percentagem)

[GRÁFICO N.º 1]



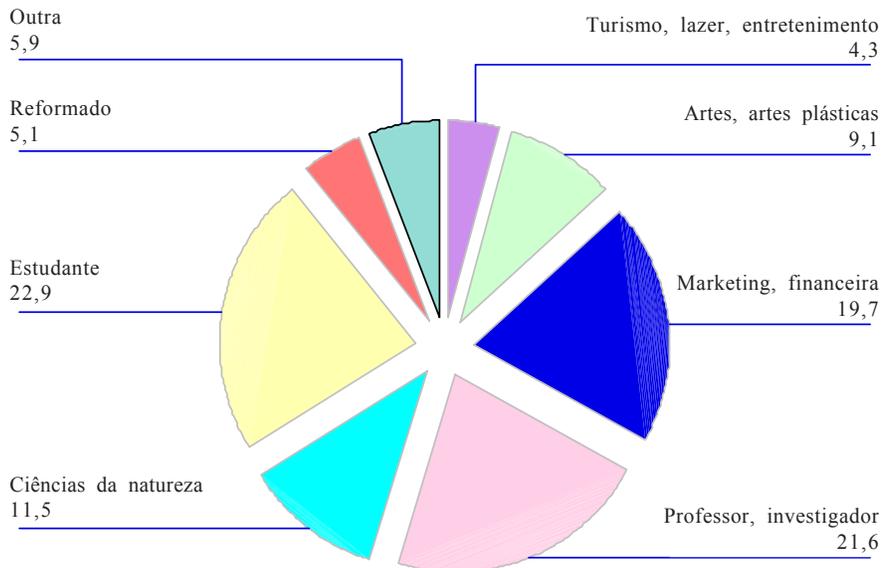
Os visitantes inquiridos eram muito jovens, porque a média de idades se situava nos 35,5 anos, a mediana nos 32 e a moda nos 25, implicando que 45% do total não ultrapassassem os 30 anos (v. gráfico n.º 1).

A distribuição por categorias profissionais patenteava, de modo idêntico, a juventude dos visitantes, visto que muitos não estavam ainda plenamente integrados no mercado de trabalho, por se encontrarem a realizar a sua formação, situação expressa na elevada percentagem de estudantes incluídos

no inquérito (22,9%). Seguiam-se os professores, investigadores e os profissionais dos serviços de solidariedade social (21,6%), os especialistas em marketing, gestão, gestão financeira, consultoria e tecnologias da informação (19,7%), as profissões das áreas das ciências da natureza, exactas e das engenharias (11,5%), as artes cénicas, plásticas, indústrias culturais, cultura e informação (9,0%) e as actividades no turismo, lazer e entretenimento (4,3%), encontrando-se também um número relativamente significativo de desempregados (3,5%). Os dados recolhidos reafirmam a natureza cultural da nova classe média (v. gráfico n.º 2).

Profissão
(em percentagem)

[GRÁFICO N.º 2]

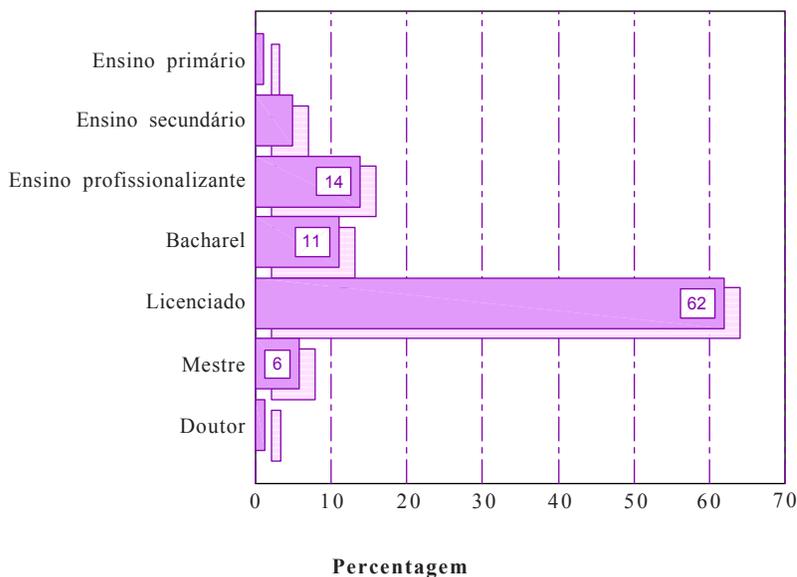


A repartição profissional espelha também o alto nível de escolarização (v. gráfico n.º 3). Os participantes com nível escolar primário (1%) e secundário (5%) têm uma expressão muito diminuta, seguindo-se, com uma maior participação, os turistas com formação profissional (13,8%), embora a grande distância da eloquente maioria de visitantes com um índice de escolarização de nível superior (80%), nos seus graus de bacharel (11,0%), licenciado (61,9%), mestre (5,7%) e doutor (1,3%). O elevado grau de edu-

cação formal dos visitantes de Faro nos meses de Julho, Agosto e Setembro do ano de 2001 comprova um dos apanágios da nova classe média cultural, reflectindo, desse modo, os efeitos da democratização do ensino e da cultura. O número de membros da «nova classe média cultural» que possuem formação superior é, por norma, muito elevado, quer as pesquisas se realizem no domínio dos estudos culturais, quer da geografia económica, quer da geografia da habitação, quer ainda do turismo.

Educação

[GRÁFICO N.º 3]



Os visitantes do centro histórico de Faro que responderam ao inquérito residiam na Alemanha (36,0%), na Grã-Bretanha (26,1%) e em Portugal (16,5%), seguidos, a alguma distância, pelos que provinham da Espanha (4,7%), dos Estados Unidos da América (4,4%) e da Holanda (3,8%). A percentagem de participação do público interno (16%) indiciava uma alteração dos padrões da procura turística em função do crescimento do capital cultural. Com efeito, se tivermos em conta as percentagens de frequência do ensino superior de que se partiu na década de 60 do século passado (1%), verifica-se que o crescimento do número de alunos no ensino superior (10%) conduziu a um aumento assinalável da procura interna de turismo cultural.

Os visitantes, de acordo com os dados recolhidos, residiam, predominantemente, em cidades. Os turistas portugueses, por exemplo, provinham, na

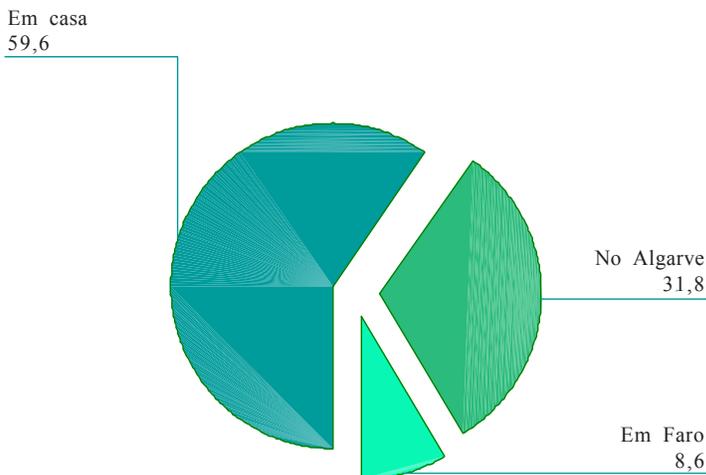
sua grande maioria, de cidades pequenas e médias, demonstrando que a crescente participação no turismo cultural não é apenas apanágio dos residentes das grandes, como Lisboa ou Porto. O aumento de capital cultural que resultou da descentralização do ensino superior permitiu uma distribuição mais harmoniosa do saber, diminuindo, desse modo, a distância entre as várias regiões do país em termos de acesso ao ensino e à cultura.

A maioria dos inquiridos declarou residir nos centros históricos das cidades de origem (58,5%), facto que corroborava a preferência desta nova classe média cultural por habitar na zona antiga das cidades. Esta predisposição comprovava a ligação que estabelecemos, a partir dos autores consultados nas áreas da geografia da habitação e do turismo, entre a reabilitação da função residencial dos centros históricos e o interesse pela prática do turismo cultural.

Uma grande parte dos respondentes tomou a decisão de visitar o centro histórico da cidade antes de sair do seu país ou área de residência (59,6%), enquanto um conjunto apreciável fez a sua escolha quando já se encontrava na região (31,8%). Só um número muito reduzido (8,6%) tomou essa opção quando chegou a Faro, como pode ser aferido através da leitura do gráfico n.º 4.

Decisão de visita à cidade
(em percentagem)

[GRÁFICO N.º 4]



O conhecimento tinha sido recolhido em guias e roteiros (59,2%) (v. quadro n.º 6), escolha que confirma a declaração feita por 59,6% dos interrogados no sentido de terem tomado a decisão de percorrerem a cidade antes de saírem do seu país de origem. Os esclarecimentos dos funcionários dos postos de turismo ocupam o segundo lugar nas escolhas dos visitantes (31,0%). Estas consultas foram realizadas, provavelmente, pelos respondentes que afirmaram ter tomado a decisão de visitar a cidade quando já se encontravam na região, conjunto que atinge 31,8%. O papel de familiares e amigos (27,7%) salienta o crédito atribuído à imagem positiva transmitida pelos antigos visitantes. Seguem-se as sugestões dos representantes (26,9%), sublinhando, desta forma, a tradicional função de conselheiro deste funcionário do operador turístico que acompanha os clientes durante a sua estada no destino. A experiência anterior pouco influenciou (14,1%) a decisão tomada, na medida em que a maioria nunca tinha visitado a urbe. Os meios de informação informáticos foram pouco utilizados (7,5%), enquanto a promoção realizada através da comunicação social não atingiu o público-alvo, dado o seu peso diminuto nas deliberações dos entrevistados (3,8%), razão pela qual as instituições, nomeadamente a Região de Turismo do Algarve, necessitam de rever a sua estratégia de promoção e comunicação.

Fontes de informação para planear a visita

[QUADRO N.º 6]

Fontes de informação para planear a visita	Frequência absoluta	Frequência relativa
Amigos e familiares	108	27,7
Visita anterior	55	14,1
Internet	28	7,2
Rádio, TV, imprensa	15	3,8
Guias e roteiros	231	59,2
Representante do operador turístico (REP)	105	26,9
Posto de turismo	121	31,0
Recepção do hotel	35	9,0
Outra (sem mencionar)	4	1,0
É sempre bom voltar	2	100
<i>Total</i>	390	100

Pergunta de respostas múltiplas.

Os visitantes interrogados patenteavam o comportamento dos novos turistas culturais, porque, do mesmo modo que os seus antepassados do século XIX, também os actuais se socorrem de fontes escritas, como guias e roteiros, para prepararem e acompanharem a visita, denotando a apropriação das atitudes das antigas elites.

A questão que procurava averiguar os motivos da visita à região (v. quadro n.º 7), uma pergunta de escolha múltipla, evidenciou dois grandes grupos de pretextos que se prendiam com o sol e a praia (87,9%) e o turismo cultural (73,8%).

Motivos da visita ao Algarve

[QUADRO N.º 7]

Motivos da visita ao Algarve	Frequência absoluta	Frequência relativa (em percentagem)
Sol e praia	342	87,9
Turismo cultural	287	73,8
Visita a familiares e amigos	47	12,0
Circuitos	23	5,9
Golfe	5	1,3
Actividade profissional	4	1,0
Saúde	51	13,1
Desporto	53	13,6
Outro	10	2,6
<i>Total</i>	389	100

Pergunta de respostas múltiplas.

As actividades culturais que os visitantes pretendiam fruir na cidade (v. quadro n.º 8) manifestavam outro dos traços da nova classe média cultural porque evidenciavam não só a visão inclusiva da cultura, liberta das barreiras entre alta e baixa, mas também o domínio, por parte deste grupo social, de códigos de decifração das duas, ilustrado pela sequência dos itens mais votados. A gastronomia surge como primeira preferência (74,7%), embora seguida de perto pelos monumentos (73,1%) e pelos museus (64,9%), enquanto as outras alternativas se classificaram a grande distância destas. Apesar disso, as eleições menos seleccionadas, que abarcam festivais (39,5%), galerias de arte (35,7%) e artes do espectáculo (30,2%), reforçam essa pluralidade de gostos.

Actividades culturais que desejam fruir

[QUADRO N.º 8]

Actividades culturais	Frequência absoluta	Frequência relativa	Média	Desvio padrão
Museus	251	64,9	1,35	0,48
Monumentos	283	73,1	1,27	0,44
Galerias de arte	138	35,7	1,64	0,48
Gastronomia	289	74,7	1,25	0,44
Artes do espectáculo	117	30,2	1,70	0,46
Festivais	153	39,5	1,60	0,49
Nenhuma	14	3,6	1,96	0,19
<i>Total</i>	387	–	–	–

Pergunta de respostas múltiplas.

Motivos de visita a Faro

[QUADRO N.º 9]

Motivos da visita à cidade	Frequência absoluta	Frequência relativa	Média	Desvio-padrão
Passear	280	71,6	1,33	1,09
Compras e lojas	197	50,4	1,50	0,50
História e cultura (visita a monumentos)	279	71,4	1,29	0,45
Clima ameno, sol e paisagem natural	222	56,8	1,43	0,50
Eventos culturais	81	20,7	1,79	0,41
Negócios/incentivos	2	0,5	1,99	7,14E-02
Para acompanhar amigos	35	9,0	1,91	0,29
Para descontrair e usufruir da paisagem	130	33,2	1,67	0,47
Seminários/convenções	—	—	2,00	0,00
Para me divertir	167	42,7	1,57	0,50
Para melhorar os meus conhecimentos	93	23,8	1,76	0,43
Pelo ambiente humano, pelas pessoas	106	27,1	1,73	0,45
Nada em particular	2	0,5	1,99	7,14E-02
Estou de passagem	17	4,3	1,96	0,20
Para conhecer coisas novas	160	40,9	1,59	0,49
Outros	7	1,8	1,98	0,13
<i>Total</i>	391	—	—	—

Pergunta de respostas múltiplas.

As motivações da visita à cidade evocadas pelos turistas, de novo uma pergunta de respostas múltiplas, cujos resultados podem ser consultados no quadro n.º 9, confirmaram a tendência encontrada em questões anteriores para a fruição não só de produtos culturais, reflectida na percentagem de respostas afirmativas à escolha «história e cultura» (71,6%), mas também ambientais, revelada na pontuação obtida pelo item «clima ameno, sol e paisagem natural» (56,8), apesar de esta última não ter sido seleccionada com idêntica frequência. Por outro lado, as escolhas feitas pelos inquiridos testemunharam ainda o novo conceito de cultura. As percentagens obtidas pelos itens mais seleccionados — passear (71,6%), história e cultura (71,4%), clima ameno, sol (56,8%), compras e lojas (50,4%) — são reveladoras de uma atitude da nova classe média e, por consequência, do novo turista cultural.

A avaliação da imagem do meio construído e do espaço público do centro histórico de Faro (v. quadro n.º 10) feita pela maioria dos visitantes revelou-se positiva. Este grupo de interpelações apresentava, porém, um grau de dificuldade relativamente elevado para o turista menos familiarizado com os aspectos distintivos dos meios urbanos pré-modernistas. A pergunta que acusava maior hesitação por parte dos inquiridos tentava averiguar a existência de equilíbrio entre a cidade antiga e a moderna. O cômputo das respostas dadas atingiu uma média de 3,41, numa escala de 1 (discordo inteiramente)

a 5 (concordo absolutamente), o que corresponde a uma atitude menos favorável. Esta questão registou, simultaneamente, o valor mais elevado de não-respostas de todo o inquérito. O tema exigia uma visita demorada e um sentido de observação relativamente desenvolvido, apesar de as hesitações e as não-respostas poderem denunciar igualmente a tentativa de evitar uma atitude claramente negativa (numa manifestação de deferência por quem os acolhia).

Imagem do espaço público e do meio construído do centro histórico de Faro

[QUADRO N.º 10]

Imagem do espaço público do centro histórico	Frequência absoluta	Média	Desvio-padrão
O centro histórico possui marcos que se destacam (muralhas, monumentos, panoramas)	356	4,49	0,80
O centro histórico contém um conjunto construído harmonioso	352	4,31	0,84
A cidade moderna tem uma relação equilibrada com o centro histórico	336	3,41	1,04
O património está bem preservado	345	4,03	0,83
No centro histórico a orientação é fácil	351	4,57	0,85
No centro histórico é possível encontrar percursos interessantes e variados	342	3,94	1,14
O centro histórico dispõe de ruas economicamente activas e animadas pela presença de pessoas	352	3,72	1,24
As ruas do centro histórico têm várias utilizações (habitação, lojas, empresas, lazer)	345	4,04	1,26
A arte pública (estátuas e fontes) e o mobiliário urbano (bancos, caixas de telefone) do centro histórico enriquecem a cidade	351	4,16	1,26

Escala de 1 a 5, sendo 1 discordo inteiramente e 5 concordo absolutamente.

A facilidade com que discorrem sobre a qualidade do espaço urbano (construído e não construído) deve-se ao à-vontade com que se socorrem do seu capital cultural, do cosmopolitismo estético e do envolvimento emocional com esses lugares. A apreciação feita da qualidade da imagem do centro histórico de Faro (v. quadro n.º 10) pode não possuir o rigor dos juízos emitidos por especialistas, não deixando, contudo, de revelar, mesmo na sua condição de amadores, grande capacidade de análise de uma zona que lhes é tão grata quanto familiar.

A imagem do centro histórico da cidade feita pelos visitantes era claramente positiva. Destacavam, de forma progressivamente descendente, a facilidade de orientação nas suas ruas (média = 4,57), a presença de marcos que se destacam (média = 4,49), a harmonia do seu conjunto (média = 4,31),

a valorização da arte pública e do mobiliário urbano (média = 4,16), a manutenção de utilizações mistas, ou seja, habitação, comércio, empresas e lazer (média = 4,04), o cuidado na preservação do seu património (média = 4,03), o facto de ser possível encontrar percursos interessantes e variados (média = 3,94).

O aspecto menos positivo, a relação entre a cidade antiga e a cidade moderna, merece a atenção das autoridades locais. Apesar de ter sido possível manter espaços, no centro, com todas as características positivas das cidades tradicionais, se não forem tomadas medidas urgentes, estes locais podem acabar completamente obstruídos e minimizados por uma verdadeira muralha de betão que lhes retire toda a atracção para os novos turistas que, actualmente, os procuram e apreciam. A perda das funções múltiplas, devido ao envelhecimento da população e ao crescimento anárquico das grandes superfícies em volta da cidade, afastando da competição o comércio tradicional, constitui outra ameaça que aguarda actuações em conformidade com os desafios.

Os inquiridos foram ainda convidados a traçar o perfil do centro histórico ideal para as suas práticas culturais. O estudo dos dados recolhidos referentes a esta questão mostrou as seguintes preferências (v. quadro n.º 11):

Características de um centro histórico atractivo para os visitantes de Faro

[QUADRO N.º 11]

Características de um centro histórico atractivo	Frequência absoluta	Média	Desvio-padrão
Com museus e monumentos interessantes	378	4,67	0,80
Limpo	381	4,55	0,82
Com serviços e produtos culturais de qualidade	371	4,58	0,84
Que proporcione a participação em espectáculos variados	370	4,43	0,88
Jardins com plantas da região	378	4,08	1,06
Com uma zona ribeirinha activa	374	4,29	0,95
Com vida nocturna intensa	366	3,75	1,24
Com parques ou zonas temáticas	371	3,95	1,16
Com pessoas simpáticas e hospitaleiras	375	4,74	0,74
Com comércio que valorize a produção artística e o artesanato local	376	4,63	0,81
Seguro	374	4,52	0,96

Escala de 1 a 5, sendo 1 discordo inteiramente e 5 concordo inteiramente.

Os respondentes apreciavam, acima de tudo, a presença de pessoas que se mostrassem simpáticas e acolhedoras (média = 4,74). A cultura era encarada, nesta perspectiva, na sua definição mais antropológica, razão pela qual o poder local, se deseja captar e manter este tipo de turistas, deve

salvaguardar a pluralidade de funções, nomeadamente a manutenção da função residencial, no centro histórico. Os visitantes não buscavam um museu morto, mas antes um património vivo, em que os residentes desempenham o importante papel de manterem esse fulgor, como se afirmou.

A segunda opção, pelos museus e monumentos (média = 4,67), acusava a importância dada às manifestações tradicionalmente conotadas com a alta cultura ou cultura erudita, que exigem maior capital cultural para as apreciar. No entanto, como se tratava da nova classe média, esta segunda escolha surge logo imediatamente após uma alternativa que pode ser incluída nas manifestações de interesse popular, mais presa às pessoas, aos sentimentos e às sensações do que ao conhecimento racional, que caracteriza a cultura erudita.

A terceira escolha destacava o apreço pela produção artística e pelo artesanato local (média = 4,63), o que deixa afirmar que o desenvolvimento de uma produção cultural local, além de colocar a cidade na vanguarda das escolhas actuais, em termos de desenvolvimento económico, para os centros das cidades, contaria com um apoio considerável por parte do consumo dos turistas de expressão cultural, condição muito favorável ao sucesso da melhoria da economia de índole cultural.

A quarta opção reforça a terceira, devido à exigência de qualidade nos serviços e produtos oferecidos (média = 4,58), o que significa que qualquer oferta para este segmento de mercado turístico nunca deve deixar de preencher esses critérios.

As questões que se ligam à limpeza (média = 4,55) e à segurança (média = 4,52) também são muito valorizadas, o que está de acordo com as afirmações dos autores consultados na revisão de literatura. Se a segurança em Faro não parece por enquanto descuidada, já a limpeza nem sempre é objecto de grande atenção.

A existência de uma zona ribeirinha activa (média = 4,29) e de jardins com espécies da região (média = 4,08) representavam, igualmente, importantes contributos, segundo a óptica dos visitantes, para a atracção dos centros históricos. Estes constituem grandes pontos fracos da cidade, na medida em que os espaços verdes são diminutos, as espécies plantadas não são representativas da região e os projectos para a zona ribeirinha têm vindo a ser sucessivamente adiados.

A alternativa menos escolhida, ou seja, o desejo de uma oferta de animação nocturna intensa (média = 3,75), manifesta, de novo, os gostos desta nova classe média. Embora a cultura da noite tenha vindo a ser defendida por alguns investigadores, os resultados não são, em muitos casos, animadores porque algumas dessas actividades acabam por chamar ao centro da cidade pessoas com o fito de atingirem de modo célere o estado de embriaguez e particularmente turbulentas, o que contribui para o afastamento de todos os outros grupos.

Os parques e as zonas temáticas constituem outras das opções que reuniram menos apoio entre os visitantes do centro histórico de Faro, sendo, por essa razão, a segunda alternativa menos escolhida, do mesmo modo que já o fora no grupo de perguntas sobre a utilização de audiovisuais como métodos de acolhimento e informação.

A capacidade de avaliar as qualidades dos centros históricos como locais de fruição cultural foi confirmada pelas perguntas abertas colocadas com a intenção de aferir a faculdade destes turistas em emitirem juízos sobre valores estéticos, sociais e históricos. Esta «função de administração de prova» dava credibilidade aos resultados obtidos nas questões fechadas sobre o ambiente construído e o espaço público, a apresentação e as qualidades de um centro histórico apelativo. As questões abertas colocadas solicitavam a referência de três adjetivos que exprimissem as qualidades mais notáveis do centro histórico de Faro e três das suas vantagens competitivas.

As perguntas abertas autorizam afirmar que os turistas que visitaram o centro histórico de Faro forneceram respostas credíveis às perguntas fechadas mais difíceis do questionário, relacionadas com a avaliação do meio construído e do espaço público da cidade e as qualidades de um centro histórico ideal para práticas culturais (v. quadro n.º 12). Os atributos concedidos ao centro histórico de Faro evidenciam uma clara opção pelas características estéticas na sua componente positiva, num total de 177, que representam 34,2% do total de itens, que ascende a 567. Os adjetivos usados revelam também que o seu gosto pela cidade supera algumas características negativas, identificando-a, na sua grande maioria, como linda, bonita, harmoniosa, ou através de expressões equivalentes, como encantadora ou atractiva. Esta categoria é também a que reúne maior número de itens com elevada intensidade, que ascendem a 17, em expressões como muito bonito, único, espectacular ou grandioso.

A segunda opção confirma a preferência dos inquiridos para valorarem a componente humana e social (97 itens), ao salientarem qualidades como calmo, tranquilo, acolhedor, com pessoas simpáticas, acolhedoras, boas. No entanto, esta quietude corre o risco de se transformar em aborrecimento, que alguns inquiridos atribuem à falta de pessoas (13 itens), registando, por essa razão, o valor mais elevado de palavras plenas negativas.

A categoria que engloba os aspectos patrimoniais, históricos e monumentais ocupa o terceiro lugar, com 89 palavras plenas, nas quais se incluem 5 de grande intensidade, como monumentos muito bem preservados, belos monumentos e igrejas. A maioria das expressões contém palavras como história, bem preservado, centro histórico e cidade velha. Os itens que revelam insatisfação prendem-se com o facto de os monumentos se encontrarem fechados. A sequência do número de palavras plenas atribuído à categoria anterior (97) e à actual (85) demonstra, de novo, que estes turistas tanto apreciam manifestações culturais relativas ao passado da comunidade

como ao presente. As pessoas, a sua hospitalidade e a tranquilidade de que impregnam o meio urbano do centro histórico são tão apreciadas como a história, os monumentos e a sua preservação.

Resultados do tratamento das perguntas abertas através do método da análise de conteúdo

[QUADRO N.º 12]

	Codificação	5	4	3	2	1	Palavras plenas mais frequentes
Categorias	Estéticos	17	177	4	-	3	5-Muito bonito, único, grandioso. 4-Bonito, lindo, harmonioso. 2-Descolorido. 1-Agreste.
	Patrimoniais, históricos e monumentais	5	80	-	-	-	5-Muito bem preservado, belos monumentos, calçada belíssima. 4-História, bem preservado, centro histórico. 2-Mal preservado, monumentos e igrejas fechadas.
	Paisagem e clima	3	17	-	-	-	5-Paisagem muito bela, muito bom clima. 4-Bom tempo, beleza da zona ribeirinha.
	Qualidades do espaço público	-	16	-	-	-	2-O tempo podia estar melhor. 4-Boa orientação, fácil localização.
	Sinalização e interpretação	-	10	-	-	1	4-Boa sinalização e informação. 1-Falta de informação.
	Indústrias e serviços culturais	11	5	-	-	-	5-Artesanato, exposições em museus. 4-Galerias de arte, doçaria.
	Características humanas e sociais	-	97	-	-	13	4-Calmo, tranquilo, pessoas simpáticas/acolhedoras, boas. 1-Aborrecido, falta de pessoas.
	Actividade comercial	5	16	8	-	4	5-Lojas de qualidade, lojas de artesanato muito boas. 2-Poucas lojas. 1-Muito poucas lojas.
	Entretenimento e lazer	5	16	2	-	1	5-Bares muito bons. 4-Bares e vida nocturna. 2-Pouca animação nocturna. 1-Nenhuma animação nocturna.
	Limpeza	1	48	-	-	-	5-Muito limpa. 4-Limpa.
	<i>Total parcial</i>	<i>47</i>	<i>482</i>	<i>16</i>	<i>-</i>	<i>22</i>	<i>Total global - 567.</i>

792 A limpeza, tal como já se constatará em perguntas anteriores, reúne 49 citações, de carácter positivo e muito positivo, o que apoia e incentiva as

autoridades camarárias a continuarem a desenvolver esforços no sentido da manutenção de um elevado grau de limpeza no centro histórico e de o alargarem a toda a cidade.

A actividade comercial também foi destacada pelos inquiridos, com um total de 33 itens de elevada intensidade. Enquanto 5 a classificam com intensidade positiva máxima, contida nas expressões «lojas de qualidade» e «lojas de artesanato muito boas», 14 referem apenas a importância das lojas de artesanato no contexto global do comércio do centro histórico, 8 afirmam que existem poucas lojas e 4 que elas são mesmo muito poucas. A actividade comercial do centro histórico de Faro parece claramente diminuta para satisfazer os gostos destes visitantes, não por falta de qualidade, mas por falta de oferta. Não será por acaso que os inquiridos que responderam às perguntas abertas deram o segundo número mais elevado de referências negativas à falta de comércio nesta zona da cidade.

As actividades de lazer e entretenimento, nomeadamente as que se prendem com bares e com a vida nocturna, foram contempladas com 24 nomeações com intensidade muito variada. Cinco consideram que o centro histórico possui bons bares e muita vida nocturna, 16 que existem bares e vida nocturna, 2 que existe pouca e 1 considera-a inexistente.

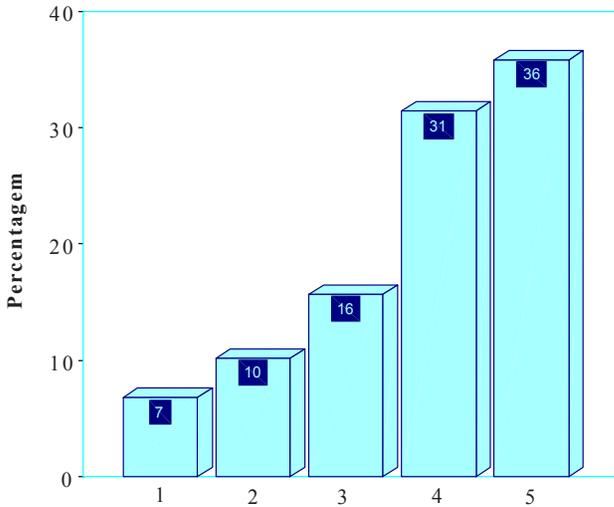
Os elementos paisagísticos e climáticos foram evocados em 21 citações, embora apenas com uma negativa. Destas, 16 aludem ao clima, à natureza e à beleza da zona ribeirinha.

No que concerne às qualidades do espaço urbano, as menções salientam a boa orientação e a facilidade de localização, enquanto as que se prendem com a interpretação, em número de 10, se centram na qualidade da sinalização e informação, registando-se apenas uma opinião desfavorável. O penúltimo lugar é ocupado pela categoria que foi denominada por serviços e indústrias culturais, com 15 referências apenas. A grande maioria fá-lo de uma forma muito positiva, sendo mesmo este o único caso em que a intensidade máxima (11 itens) supera, em termos numéricos, a imediatamente a seguir (5). As mais utilizadas referem-se a exposições em museus, artesanato, galerias de arte e doçaria. Um número tão reduzido de menções associadas a uma opinião tão favorável permite supor que a cidade deveria apostar mais nesses tipos de produtos, tanto mais que eles são muito cotados não apenas nas questões abertas, mas também na questão fechada sobre o modelo de centro histórico ideal para as suas práticas culturais (v. quadro n.º 11).

Quando foi pedido aos visitantes que classificassem a experiência vivida numa escala de 1 a 5 (v. gráfico n.º 5), a maioria atribuir-lhe o valor máximo (35,9%), enquanto um número significativo conferiu o imediatamente a seguir (31,4%), o que atesta, de novo, a importância da visita ao centro histórico como instrumento de satisfação.

Classificação da experiência vivida em Faro

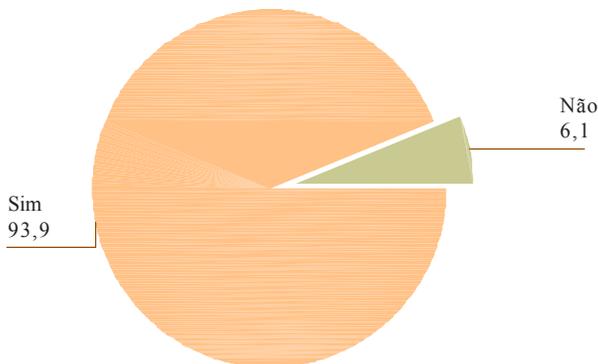
[GRÁFICO N.º 5]



A hipótese de a oferta cultural do centro histórico ser complementar da de sol e praia (v. gráfico n.º 6) é confirmada pelas respostas dadas à questão sobre o valor da visita realizada ao centro histórico da capital da região para o enriquecimento da estada no Algarve, cujo resultado evidencia uma quase unanimidade na escolha da resposta afirmativa (93,9%). Deste modo, é possível asseverar que os visitantes podem contribuir para a regeneração do centro histórico de Faro, na medida em que os consumos de bens e produtos culturais ajudam a apoiar a produção. Como a visita enriquece, simultaneamente, a experiência turística no Algarve, ajuda a rejuvenescer o turismo de sol e praia.

Contribuição para o enriquecimento da estada no Algarve (em percentagem)

[GRÁFICO N.º 6]



CONCLUSÃO

Os resultados da pesquisa empírica efectuada com base nos inquéritos aplicados aos turistas foram muito animadores no que concerne à relação favorável entre a regeneração do centro histórico, a cultura e o turismo, na medida em que comprovaram a presença em Faro, nos meses de Julho, Agosto e Setembro, em plena época alta do turismo de sol e praia, dos novos turistas culturais.

Os turistas culturais que visitaram Faro possuíam um elevado capital cultural, demonstraram deter uma capacidade de apreço das qualidades da cidade antiga notável (quer através dos resultados das perguntas abertas, quer das fechadas), manifestaram acentuados interesses culturais, sem estabelecerem diferenças entre alta e baixa cultura, e expressaram, sem dificuldade, o seu conceito de centro histórico ideal para práticas culturais, revelando, assim, a sua condição de nova classe média cultural

Os respondentes possuíam um perfil capaz de apoiar a regeneração do centro histórico de Faro através da cultura. Embora nem todos os inquiridos invoquem uma razão cultural para visitarem o Algarve, apenas 13 dos 391 inquiridos admitiam que a sua vinda à cidade não tinha por objectivo práticas desta natureza. Este facto vem reforçar os argumentos utilizados a favor da importância dos recursos culturais na diversificação da oferta de sol e praia.

BIBLIOGRAFIA

- A. A. (2002), «Reabilitação urbana em destaque», in *Público*, 22-11.
- AMBIFARO — AGÊNCIA DE DESENVOLVIMENTO ECONÓMICO DE FARO (2001), *Faro. Cidade de Oportunidades*, Faro, AMBIFARO.
- Anuário Estatístico da Região do Algarve*, 1995, 1996, 1997, 1998, 1999, 2000, 2001 e 2002, Faro, INE.
- AGUIAR, J., CABRITA, A., e APPLETON, J. (1997), *Guião de Apoio à Reabilitação de Edifícios Habitacionais*, Lisboa, DGOT/LNEC.
- AITCHINSON, C., MACLEOD, E., e SHAW, S. (2000), *Leisure and Tourism Landscapes. Social and Cultural Geographies*, Londres, Routledge.
- ALMEIDA, J., CAPUCHA, L., COSTA, A., MACHADO, L., e TORRES, A. (2000), «A sociedade», in A. Reis (coord.), *Portugal Anos 2000. Retrato de Um País em Mudança*, Rio de Mouro, Círculo de Leitores e Comissariado de Portugal para a Expo 2000 Hannover, Círculo de Leitores.
- ANDERSON, K. (1998), «Cultural hegemony and planning process in Chinatown, Vancouver, 1880-1980», in *Society and Space* (6), pp. 127-149.
- ANDREWS, M. (1990), *The Search of Picturesque*, Aldershot, Scoler Press (1.ª ed., 1989).
- APOSTOLOPOULOS, Y., e SOMMEZ, S. (2001), «Greek tourism on the brink. Restructuring or stagnation and decline?», in Y. Apostolopoulos, P. Loukissas e L. Leontidou, *Mediterranean Tourism. Facets of Socio-Economic and Cultural Change*, Londres, Routledge, pp. 72-88.
- BADCOCK, B. (1993), «Notwithstanding the exaggerated claims, residential revitalization really is changing the form of some Western cities: a response to Bourne», in *Urban Studies*, n.º 30, pp. 191-195.

- BAUM, S. (1999), «Social transformations in the global city: Singapore», in *Urban Studies*, 36 (7), pp. 1095-1117.
- BENJAMIN, W. (1997), «Paris, capital do século XIX», in C. Fortuna (ed.), *Cidade, Cultura e Globalização*, Oeiras, Celta, pp. 67-83.
- BERTZ, H. (1992), «Postmodernism and the new middle class», in *Theory, Culture and Society*, 9 (1), pp. 5-36.
- BIANCHINI, S. (1995), «Cultural considerations in inner city regeneration», in *Culture and Neighbourhoods*, Estrasburgo, Council of Europe Publishing, pp. 79-96.
- Boletim Municipal de Faro*, 1999, 2000 e 2001, Camara Municipal de Faro.
- BOURDIEU, P. (1984), *Distinction. A Social Critique of the Judgement of Taste*, Cambridge, Mass, Harvard University Press (1.ª ed. francesa, 1969).
- BOURDIEU, P. (1990), «Artistic taste and cultural capital», in J. Alexander e S. Seidman (eds.), *Culture and Society: Contemporary Debates*, Cambridge, MIT Press, pp. 205-215.
- BOURDIEU, P., e DARBEL, A. (1969), *L'Amour de l'art: les musées d'art européens et leur public*, Paris, Minuit (1.ª ed., 1966).
- BOVONE, L. (1997), «Os novos intermediários culturais. Considerações sobre a cultura pós-moderna», in C. Fortuna (ed.), *Cidade, Cultura e Globalização*, Oeiras, Celta, pp. 105-120.
- BROOKER, P. (1999), *A Concise Glossary of Cultural Theory*, Londres, Arnold.
- BRIZ, G. M. (1989), *A Arquitectura Hoteleira de Veraneio: Os Estoris 1880-1959*, dissertação de mestrado em História da Arte Contemporânea, Lisboa, FCSH/UNL.
- BUTLER, T., e ROBSON, G. (2001), «Social capital, gentrification and neighbourhood. Change in London: a comparison of three South London neighbourhoods», in *Urban Studies*, 38 (12), pp. 2145-2162.
- CÂMARA MUNICIPAL DE FARO (1997), *Plano de Estrutura Verde de Faro*, Faro, Pelouro do Planeamento Urbano, Câmara Municipal de Faro.
- CARRERAS, C. (1994), «Os novos espaços de consumo de Barcelona», in *Finisterra*, XXIX (57), pp. 103-117.
- CASANOVA, L. (1995), «Uma avaliação conceptual do habitus», in *Sociologia. Problemas e Práticas*, 18, pp. 45-68.
- CAZES, G., LANQUAR, R., e RAYNOUAR, Y. (1993), *L'Amenagement touristique*, Paris, PUF.
- CHARTTETON, P. (2000), «Will the real creative city please stand up?», in *City Analyses of Urban Trends, Culture, Theory, Policy, Action*, pp. 390-398.
- COSTA, P. (2000), «Centros e margens: produção e práticas culturais na Área Metropolitana de Lisboa», in *Análise Social*, XXXIV (154), pp. 957-983.
- COUCH, C. (1999), «Housing development in the city centre», in *Planning, Practice and Research*, 14 (1), pp. 69-86.
- CUVILIER, P., TORRES, E., e GADNEY, E. (1994), *Patrimoine, modèles de tourisme, et développement local*, Paris, L'Harmattan.
- CUVILIER, P. (1998), *Anciennes et nouvelles formes de tourisme. An approche socio-economique*, Paris, L'Harmattan.
- CYBRIWSKY, R., LEY, D., e WESTERN, J. (1986), «The political and social construction of revitalization neighbourhoods: Society Hill, Philadelphia and False Creek, Vancouver», in N. Smith e P. Williams, *Gentrification of the City*, Winchester Mass, Allen and Unwin.
- DELEVOY, R. (ed.) (1978), *Rational Architecture/Ractionnelle 1978. The Construction of the European City*, Bruxelas.
- ELLIN, N. (1999), *Postmodern Urbanism*, Nova Iorque, Princeton Architecture Press (1.ª ed., 1996).
- EVANS, G. (2001), *Cultural Planning an Urban Renaissance?*, Londres, Routledge.
- FEATHERSTONE, M. (1997), «Culturas globais e culturas locais», in C. Fortuna, *Cidades, Cultura e Globalização*, Oeiras, Celta, pp. 83-105.
- FEATHERSTONE, M. (1998), *Consumer Culture and Postmodernism*, Londres, Sage (ed. rev.).

- FERREIRA, V. (2000), «Das assimetrias territoriais às redes de cidades. Uma hipótese de desenvolvimento urbano», in *Actas do Colóquio Territórios Alternativos, Ciência e Desenvolvimento*, 9 e 10 de Outubro, Fundação para a Ciência e a Tecnologia, Câmara Municipal de Grândola, *Territórios Alternativos*, n.º 1, pp. 31-35.
- FILLION, P. (1999), «Rupture or continuity? Modern and post modern planning in Toronto», in *International Journal of Urban and Regional Research*, 23, Setembro, pp. 415-425.
- FINN, M., ELLIOTT-WHITE, M., e WALTON, M. (2000), *Tourism and Leisure Research Methods. Data Collection, Analyses and Interpretation*, Harlow, Pearson Education.
- GANAU, J. (1997), «Town planning and conservationist policies in the historic city centre of Barcelona (1860-1930)», in *Planning History*, 19, pp. 23-31.
- HAROUËL, J. (1981), *Histoire de l'urbanisme*, Paris, PUF.
- HEMEL HEMPSTEAD DEVELOPMENT CORPORATION (1952), *The Development of Hemel Hempstead*, HHDC, s. 1.
- HUAT CHAU, B. (1998), «Word cities, globalisation and the spread of consumerism: a view from Singapore», in *Urban Studies*, 35 (5-6), pp. 981-1000.
- INE, INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA (2002), *Atlas das Cidades de Portugal*, Lisboa, INE.
- KITCHEN, T. (1996), «The future of development plans. Reflections on Manchester's experiences 1945-1995», in *Town Planning Review*, 67 (3), pp. 331-355.
- LAMAS, J. (1993), *Morfologia Urbana e Desenho das Cidades*, Lisboa, FCG/JNITC.
- LE CORBUSIER (1929), «A contemporary city, from the city of tomorrow and its planning», in R. LeGates e F. Stout (1999), *The City Reader*, Londres, Routledge, pp. 336-344 (1.ª ed., 1896).
- LEONTIDOU, L. (1990), *The Mediterranean City in Transition. Social Change and Urban Development*, Cambridge, Cambridge University Press.
- LEONTIDOU, L. (1996), «Alternative to modernism in (Southern) urban theory: exploring in-between spaces», in *International Journal of Urban Regional Research*, vol. 20, n.º 2.
- LEY, D. (1996), *The Middle Class and the Remarking of the Central City*, Oxford, Oxford University Press.
- LILLEY, K. D. (1999), «Modern visions of urbanism in Europe: competing conceptions of urbanism in Europe area design», in *Environment and Planning B, Planning and Design*, 26, pp. 427-446.
- LOBO, M. (1993), *Duas Décadas de Planos de Urbanização em Portugal (1934-1954)*, dissertação de doutoramento em Planeamento Urbanístico, Universidade Técnica de Lisboa.
- LOVATT, A., e O'CONNOR, J. (1995), «Cities and night-time economy», in *Planning Practice and Research*, 10 (2), pp. 127-135.
- MACHADO, F., e COSTA, A. (1998), «Processos de uma modernidade inacabada. Mudanças estruturais e mobilidade social», in J. Viegas Costa (org.), *Portugal. Que Modernidade?*, Oeiras, Celta, pp. 17-43 (1.ª ed., 1998).
- MENDONÇA, C. (2001), *Políticas e Práticas Culturais e Públicos de Teatro do Algarve*, Lisboa, Edições Colibri.
- MELA, A. (1999), *A Sociologia das Cidades*, Lisboa, Editorial Estampa.
- MINISTRY OF TOWN AND COUNTY PLANNING (1947), *The Redevelopment of Central Areas*, Londres, M. T. C. P.
- MINISTRY OF HOUSING AND LOCAL GOVERNMENT, (1962), *Town Centres Approach Renewal*, Londres, M. H. L. G.
- MIRANDA, A. (2002), «Filhos das elites têm maiores probabilidades de entrar em cursos com boas saídas», in *Público*, 29.
- MONTGOMERY, J. (1995), «The story of Temple Bar: creating Dublin's cultural quarter», in *Planning, Practice and Research*, 10 (2), pp. 135-173.
- MONTGOMERY, J. (1995), «Urban vitality and culture of cities», in *Planning, Practice and Research*, 10 (2), pp. 101-109.

- MORGAN, M. (1994), «Homogeneous products: the future of established resorts», in W. Theobald (ed.), *Global Tourism: The Next Decade*, Oxford, Butterworth Heinemann.
- MORRIS, E. (1997), *British Town Planning and Urban Design. Principles and Policies*, Essex, Longman.
- MORRISON, P., e McMURRAY, S. (1999), «The inner city apartment versus suburbs: housing sub markets in New Zealand», in *Urban Studies*, 36 (2), pp. 375-397.
- PEIL, F. (1990), *Another Tale to Tell, Politics and Narrative in Post Modern Culture*, Londres, Verso.
- POON, A. (1989), «Competitive strategies for a new tourism», in C. Cooper (ed.), *Progress in Tourism and Hospitality Management*, Londres, Belhaven University.
- POON, A. (1993), *Tourism, Technology and Competitive Strategies*, Oxon, CAB International.
- RICHARDS, G. (1996), «Production and consumption of the European cultural tourism», in G. Wall e W. Nuryanti, *Heritage and Tourism, Annals of Tourism Research*, 23 (2), pp. 261-284.
- RICHARDS, G. (2001), *Cultural Attractions and European Tourism*, Oxon, CABI Publishing.
- RICHARDS, G. (2001b), «El desarrollo del turismo cultural en Europa», in *Estudios Turísticos*, 150, pp. 3-13.
- RICHARDS, G., GOEDHART, S., e HERRIGERS, C. (2001), «The distribution system», in G. Richards, *Cultural Attractions and European Tourism*, Oxon, CABI Publishing.
- ROBBINS, E. (1996), «Thinking space/seeing space. Thamesmead revisited from urban design international», in M. Miles, T. Hall e I. Borden (2000), *The City Culture Reader*, Londres, Routledge.
- RODRIGUES, W. (1999), «Globalização e gentrificação. Teoria e empiria», in *Sociologia. Problemas e Práticas*, 29, pp. 95-125.
- RUIVO, C., e CUNHA, J. (1998), *Ordenamento do Território e Gestão Municipal*, Braga, Editora Correio do Minho.
- SANTOS, M. (1998), *As Políticas Culturais em Portugal*, Lisboa, Observatório das Actividades Culturais.
- SCOTT, A. (2000), *The Cultural Economy of Cities, Essays on the Geography of Image-Producing Industries*, Londres, Sage.
- SCHNELL, I., e GRAICER, I. (1993), «Causes of in-migration to Tel Aviv inner city», in *Urban Studies*, 30 (7), pp. 1187-1207.
- SILVA, A., (1999), «A dimensão cultural da relação de Portugal com a União Europeia», in *Portugal na Transição do Milénio. Colóquio Internacional*, 5 a 8 de Novembro de 1997, pp. 205-215.
- SIMMEL, G. (1997), «A metrópole e a vida do espírito», in C. Fortuna (ed.), *Cidade, Cultura e Globalização*, Oeiras, Celta Editora, pp. 83-103.
- SOANE, J. (1993), *Fashionable Resort Regions: Their Evolution and Transformation*, Oxon, CAB International.
- SORIA y PUIG, A. (1995), «Ildefonso Cerdà's general theory of urbanization», in *Town Planning Review*, vol 66 (1), pp. 15-19.
- SWARTZ, D. (1997), *Culture and Power. The Sociology of Bourdieu*, Chicago, The University of Chicago Press.
- SULKUMEN, P. (1992), *The New Middle Class*, Ashgate, Avebury.
- TENGARRINHA, M. (1986), «Defesa do património histórico-artístico do Algarve», in *4.º Congresso do Algarve*, Vilamoura, pp. 243-248.
- TOWNER, J. (1996), *An Historical Geography of Recreation and Tourism in the Western World 1540-1940*, Chicester, Wiley.
- URFALINO, P. (1996), *L'Invention de la politique culturelle*, Paris, Comité d'Histoire du Ministère de la Culture, La Documentation Française.
- URRY, J. (1990) «Conclusions: places and policies, locality, local interests and local policy», in M. Harloe, C. Pickvance e J. Urry, *Place, Policy and Politics*, Londres, Unwin, pp. 187-204.

- URRY, J. (1996), «Tourism, culture and social inequality», in Y. Apostolopoulos, S. Leivadi e A. Yiannakis, *The Sociology of Tourism, Theoretical and Empirical Investigations*, Londres, Routledge.
- VARADY, D. (1994), «Middle-income housing programmes in American cities», in *Urban Studies*, 31 (8), pp. 1345-1366.
- WILLIAM, R. (1995), *The Sociology of Culture*, Chicago, Chicago University Press (1.ª ed., 1981).
- VEAL, A. (1997), *Research Methods for Leisure and Tourism. A Practical Guide*, Londres, Pitman (1.ª ed., 1992).
- WILLIAM, R. (1995), *The Sociology of Culture*, Chicago, Chicago University Press (1.ª ed., 1981).
- WYNNE, D. (1992) (ed.), *The Culture Industry*, Aldershot, Avebury.
- ZILHÃO, A., NOGUEIRA, C., e DUARTE, I. (1985), «Bairro Alto: contribuição para o estudo de uma comunidade em transformação», in *Sociedade e Território*, 2, pp. 14-29.
- ZUKIN, S. (1989), *Loft Living. Culture and Capital in Urban Change*, New Jersey, Rutgers University (1.ª ed. em língua inglesa, 1982).
- ZUKIN, S. (1996), «Space and symbols in an age of decline», in A. King (ed.), *Re-Presenting the City, Ethnicity, Capital and Culture in the 21st Century Metropolis*, Londres, MacMillan.
- ZUKIN, S. (1998), *The Culture of the Cities*, Oxford, Blackwell (1.ª ed., 1995).

Endereços informáticos

- BOVONE, L. (1999), «A quarter as a cultural laboratory», in *Proceedings of the Conference Cultural Industries and the City*, 13-14 de Dezembro, Manchester Metropolitan University, Manchester, <http://www.mmu.ac.uk/h-ss/mipc/iciss/news2.htm>, 30 de Agosto de 2001.
- CCR ALGARVE (2002), PROAlgarve. Lista de projectos aprovados, http://ccr-alg./proalgarve/investimento_list 31 de Março de 2002.
- DIRECÇÃO-GERAL DE EDIFÍCIOS E MONUMENTOS NACIONAIS (2002), *Restauro de Edifícios e Monumentos do Algarve, Notícias*, 15/1, http://monumentos.pt.7070/noticias/index_html, 4 de Abril de 2002.
- INSTITUTO PORTUGUÊS DO PATRIMÓNIO ARQUITECTÓNICO (IPPAR) (2002), *Património, Pesquisas Georeferenciadas*, http://www.ippar.pt/patrimonio/patrim_georeferenciado. 10 de Outubro de 2002.