
PORTO AS A TOURISM DESTINATION

COORDENAÇÃO

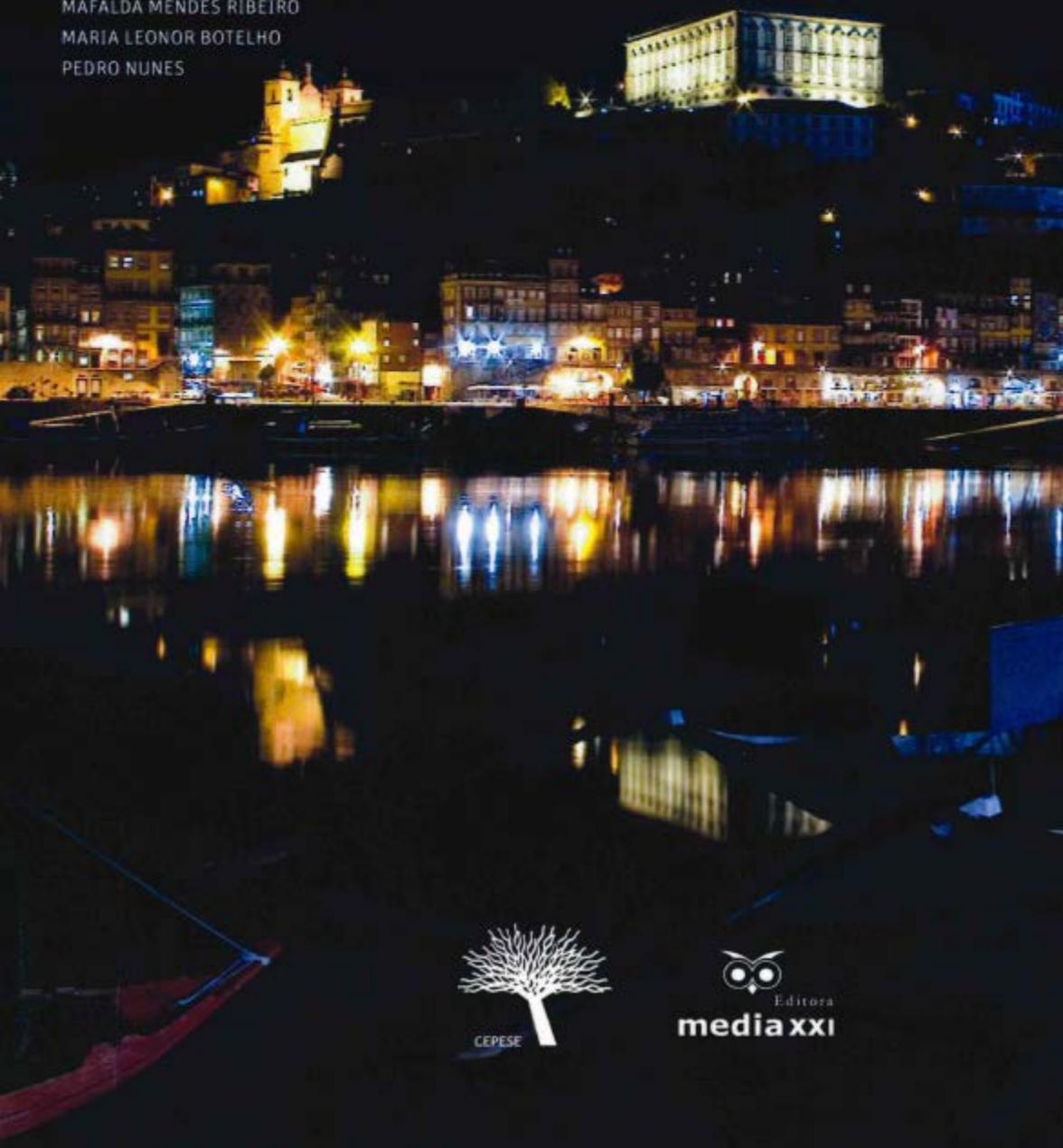
ALEXANDRA MATOS PEREIRA

ISABEL ANDRÉS MARQUES

MAFALDA MENDES RIBEIRO

MARIA LEONOR BOTELHO

PEDRO NUNES



PORTO

**AS A TOURISM
DESTINATION**

FICHA TÉCNICA ___

Título: **PORTO AS A TOURISM DESTINATION**

Coordenadores: Alexandra Matos Pereira, Isabel Andrés Marques, Mafalda Mendes Ribeiro, Maria Leonor Botelho, Pedro Nunes.

Layout e Design: Susana Lopes | Formalpress

Publicado por: Mediaxxi | Formalpress

Reservados todos os direitos de autor. Esta publicação não pode ser reproduzida, nem transmitida, no todo ou em parte, por qualquer processo electrónico, mecânico, fotocópia, gravação ou outros, sem prévia autorização da Editora e do Autor.

Agradecimentos à "Pion Ltd, London", pela cedência dos direitos de tradução para Português do artigo: Larsen J. & Urry J. (2011). Gazing and Performing. *Environment and Planning D: Society and Space* **29**(6) 1110 – 1125. Ver mais em www.pion.co.uk e www.societyandspace.com

Todos os textos em Português foram escritos conforme o Acordo Ortográfico - convertido pelo Lince.

Centro de Estudos da População, Economia e Sociedade

Rua do Campo Alegre, 1020 (Ed. CEPESE) | 4169-004 Porto | Portugal

Telefone: 22 607 37 70 | Fax: 22 607 37 78

www.cepese.pt | cepese@cepece.pt

1.ª Edição – 2014

ISBN: 978-989-8434-26-5

Formalpress – Publicações e Marketing, Lda.

Av. 25 de Abril N.º8 B C/V Drta | 2620-185 Ramada

Telefone: 217 573 459 | Fax: 217 576 316

mediaxxi@mediaxxi.com

Praça Marquês de Pombal, n.º 70 | 4000-390 Porto

Telefone: 225 029 137

1.ª Edição – 2014

ISBN: 978-989-729-128-9

Depósito legal:

O PAPEL DO TERCEIRO SETOR _____ na promoção do Turismo Social*

VASCO ALMEIDA

Resumo | Este capítulo pretende analisar o papel do terceiro setor na promoção do turismo social. Partindo da análise do projeto Turicórdia, criado pela União das Misericórdias Portuguesas, mostra-se que o terceiro setor deve ser encarado como uma forma de governação da atividade socioeconómica com uma lógica de funcionamento própria e que pode desenvolver formas inovadoras de organização da produção, contrariando algumas tendências de isomorfismo institucional, já evidenciadas na literatura. A análise da experiência Turicórdia permite, ainda, salientar algumas vantagens que o terceiro setor apresenta na provisão de bens e serviços sociais, em relação a outros setores da economia. Assim, defende-se que o projeto Turicórdia pode constituir um exemplo que deve ser aproveitado por outras organizações do terceiro setor, de forma a promover o desenvolvimento do turismo social em Portugal e, em particular, na região metropolitana do Porto.

Palavras-chave | Turismo social; Terceiro setor; Turicórdia

1. Introdução

A partir do século XX, o turismo tem vindo a consolidar-se como uma das principais atividades económicas, a nível internacional. No entanto, existem ainda largos estratos da população que não têm acesso ao repouso, aos lazeres e a férias periódicas, embora sejam direitos institucionalmente consagrados, desde 1948, na Declaração Universal dos Direitos do Homem. Assim, o turismo social, ao combinar integração social, sustentabilidade e regeneração económica tem merecido cada vez mais atenção, por parte de académicos e decisores políticos.

Ao mesmo tempo, a passagem de governos de estrutura hierárquica para formas mais horizontais de governação tem contribuído para o papel crescente das organizações do terceiro setor** (OTS) na promoção do bem estar social. Embora sob um ponto de vista histórico, o desenvolvimento do turismo social tenha partido, principalmente, da iniciativa de um conjunto de OTS, nomeadamente, sindicatos, cooperativas, associações de jovens e outras organizações não lucrativas (Bélanger e Jolin, 2011), a presente conjuntura socioeconómica e a retração do Estado, têm contribuído para que o terceiro setor assuma um papel cada vez mais ativo na provisão de bens e serviços sociais, designadamente, na área do turismo social.

A partir da análise de um projeto de turismo social, a Turicórdia, desenvolvido pela União das Misericórdias Portuguesas (UMP) a partir de 2007, este capítulo pretende discutir o papel do terceiro setor na promoção do turismo social. Os objetivos da Turicórdia estão principalmente direcionados para a gestão da rede de turismo social nas misericórdias portuguesas, o que implica a coordenação da sua estrutura e o desenvolvimento de ações de formação e apoio técnico. Porém, o desenvolvimento das atividades de turismo tem sido, igualmente, estendidos a outras entidades, nomeadamente, câmaras municipais, juntas de freguesia e

* A elaboração deste capítulo não teria sido possível sem a colaboração da Dr^a Natália Gaspar, responsável técnica do Projeto Turicórdia, a quem expressei os meus sinceros agradecimentos, não só pelas informações pacientemente transmitidas, como também pela cedência de diversa documentação. As afirmações contidas neste capítulo são, naturalmente, da minha inteira responsabilidade.

** Para os objetivos deste texto, adopta-se a definição europeia de terceiro setor que inclui o conjunto de organizações de carácter associativo, cooperativo e mutualista.

universidades sêniores. Ao longo dos seus vários anos, a Turicórdia organizou e coordenou dezenas de programas turísticos, principalmente, na área do turismo sénior e na organização de eventos para a UMP e para diversos tipos de entidades públicas e privadas.

Neste capítulo, defende-se que o projeto Turicórdia constitui um exemplo que pode ser aproveitado por outras organizações do terceiro setor, de forma a promover o desenvolvimento do turismo social em Portugal e, em particular, na região metropolitana do Porto. O capítulo está organizado da forma que seguidamente se expõe. No primeiro ponto, aborda-se a história do turismo social que, embora seja relativamente longa, ainda é mal compreendida, por parte de académicos, políticos e do público em geral. Apesar do turismo social se constituir como um movimento internacional, enfatiza-se, no segundo ponto, a diversidade de sistemas de turismo social caracterizados por uma enorme diferenciação nas suas formas de organização. No terceiro ponto, analisam-se os antecedentes, a implantação e desenvolvimento do projeto Turicórdia, sendo depois retiradas, nas considerações finais, várias ilações, de caráter teórico, prático e político sobre as potencialidades do terceiro setor na promoção do turismo social.

2. Breve história do turismo social

As primeiras experiências de turismo social remontam ao século XIX, muito embora a maioria dos autores situe as suas origens somente no século XX*. Todavia, nos países com um sistema social mais desenvolvido, tais como França, Bélgica, Alemanha, Itália e mesmo em alguns países do Leste Europeu surgiram, na segunda metade do século XIX, as primeiras manifestações de turismo social, geralmente realizadas através de iniciativa privada. Por exemplo, em França e na Suíça, os movimentos cristãos organizaram os primeiros campos de férias para crianças portadoras de deficiência. Em Inglaterra, a classe média criou alguns clubes para a prática de desportos e, na Alemanha, apareceram as primeiras estalagens para jovens criadas pelos movimentos juvenis (Diekman et al, 2009).

No primeiro quartel do século XX, alguns dos regimes ditatoriais europeus começaram a incluir, nos seus projetos sociais, programas de férias para os trabalhadores. Apesar do seu cunho marcadamente doutrinário e dos seus objetivos específicos, designadamente, a propagação da ideologia corporativa e dos valores dominantes (Rosas, 2001), tratam-se já de ações de turismo social com uma dimensão internacional. A primeira iniciativa surge na Itália de Mussolini, em 1925, altura em que é incorporada na Carta do Trabalho a Obra Nacional dos Tempos Livres (Opera Nazionale Dopolavoro), tendo como principal objetivo a organização do tempo de lazer dos trabalhadores, principalmente das suas férias. Rapidamente, estas iniciativas estendem-se a outros países vindo a constituir o designado Movimento Internacional de Alegria no Trabalho. Em 1933, é criada na Alemanha a Força pela Alegria (Kraft Durche Freude), em Portugal, o Estado Novo cria a Federação Nacional de Alegria no Trabalho (FNAT), em 1935, na Grécia, surge a Saúde dos Trabalhadores (Ergatixi Estia), em 1937, e finalmente, em 1940, aparece em Espanha o projeto “Educação e Descanso” (Educación y Descanso) (www.inatel.pt).

Não deixa de ser algo surpreendente observar o facto do Movimento Internacional de Alegria no Trabalho estar praticamente ausente da literatura sobre a história do turismo social, tanto

* Neste capítulo, adota-se uma visão integrada de turismo social, seguindo a perspectiva seguida por vários autores e diversos organismos internacionais. Assim, o turismo social pode ser definido como o “turismo que possui um valor moral acrescentado cujo primeiro objetivo é beneficiar quer o hóspede quer o visitante” (Minnaert et al, 2011). É, aliás, dentro de uma perspetiva integradora que se enquadram, igualmente, as concepções da Organização Mundial do Turismo (ISTO) (Bélanger e Jolin, 2011: 477), do Comité Económico e Social da União Europeia (EESC, 2006) e de outros autores (ver, por exemplo, Haulot, 1982).

mais que ele viria a influenciar não só o próprio percurso histórico do turismo social nos países referidos, como igualmente o seu presente. Por exemplo, no caso português, mais à frente desenvolvido, não é possível entender, na verdade, a configuração institucional do setor do turismo social, na atualidade, sem atender às suas raízes e à sua evolução histórica.

De uma forma geral, a maioria dos autores situa apenas as origens do turismo social em 1936, data em que a Organização Internacional do Trabalho adota a Convenção das Férias Remuneradas (Holiday with Pay Convention), em resultado da pressão dos movimentos de trabalhadores. A convenção que estipulava que cada trabalhador tinha direito a férias pagas, no mínimo de seis dias, acabou por ser ratificada por um pequeno número de países. Porém, a fase de maior desenvolvimento do turismo social verifica-se a partir do final da IIª Guerra Mundial, quando a Declaração Universal dos Direitos do Homem, em 1948, reconhece no seu artigo 24 que “toda a pessoa tem direito ao repouso e aos lazeres e, especialmente, a uma limitação razoável da duração do trabalho e a férias periódicas pagas”. A expansão do turismo social é, então, maioritariamente apoiada pela formação crescente de um conjunto diverso de organizações, designadamente, sindicatos, cooperativas, organizações não lucrativas e associações de jovens que, através da criação de redes nacionais e internacionais, começaram a alargar a oferta de férias à população em geral. Nessa época, as políticas de turismo social assentavam, essencialmente, em dois pilares: a *criação de infraestruturas*, consistindo na construção, renovação e modernização dos equipamentos turísticos, e a *ajuda à pessoa* com o fim possibilitar a todos os cidadãos o gozo às férias (Bélanger e Jolin, 2011). Foi, sobretudo, na Europa que as experiências de turismo social mais significativas se desenvolveram, se bem que mais tarde se estenderam a outros continentes.

O movimento do turismo social ganha uma dimensão mais internacional com a criação, por parte de várias organizações, em 1963, da ISTO na altura ainda designado por BITS (Bureau International du Tourisme Social). O objetivo principal do BITS era servir de plataforma internacional para discussão de vários temas sobre turismo social. Atualmente, o ISTO agrupa 130 membros espalhados por 35 países, em quatro continentes. Os seus membros são fundamentalmente associações, cooperativas e algumas organizações públicas (Bélanger e Jolin, 2011). Ao longo sua existência, o ISTO tem abordado uma grande diversidade de assuntos, nomeadamente, o financiamento das férias, aumento das taxas de participação de férias, turismo juvenil, turismo e cultura, turismo familiar, turismo e ambiente, sazonalidade, turismo rural e turismo como catalisador do desenvolvimento e da integração (Jolin e Proulx, 2011: 476). Ao mesmo tempo, o ISTO vai adquirindo maior visibilidade e influência internacional, por exemplo, junto da Organização Mundial do Turismo (UNWTO), a agência das Nações Unidas responsável pela promoção de um “turismo responsável, sustentável e universalmente acessível” (<http://www.unwto.org>) e, não menos importante, na União Europeia através da sua associação ao Projeto Calypso.

Em 2008, o Parlamento Europeu votou a adoção de uma ação preparatória, tendo em vista o desenvolvimento do turismo social. Abre-se, assim, a iniciativa Calypso que tem por fim assegurar o acesso universal ao turismo ou, para utilizar a expressão da Comissão Europeia, construir “um mercado interno de turismo para todos” (Comissão Europeia, 2011). Foi definido para quatro grupos alvo: jovens com idades entre os 18 e 30 anos, famílias com dificuldades financeiras, pessoas com deficiência e idosos. Durante os seus dois primeiros anos, a iniciativa Calypso promoveu um estudo comparativo internacional com a participação de 21 países com o objetivo de divulgar as melhores práticas, estabelecer um conjunto de perfis de turismo social, a nível internacional, analisar os grupos alvo, propor mecanismos para intercâmbios turísticos e, ainda, procurar envolver os países que não participaram (Comis-

são Europeia, 2011). Entre as conclusões retiradas, o estudo apontava para a necessidade de existência de uma plataforma que funcionasse como ponto de encontro entre a procura e a oferta de turismo. Para colmatar essa necessidade, acabou por ser criada, em 2012, a STEEP (The Social Tourism European Exchange Platform), uma plataforma web que, para além do objetivo atrás referido, tem ainda em vista abrir a possibilidade de cooperação entre diferentes fornecedores turísticos.

Em relação ao caso português, como se depreende por aquilo que atrás se referiu, existe uma longa tradição no fenómeno do turismo social, apesar de só muito recentemente assim ser designado. A criação da FNAT, em 1935, marca a institucionalização do turismo social em Portugal. Inserida no sistema corporativo do Estado Novo, tinha por objetivo, de acordo com os seus estatutos, "aproveitar o tempo livre dos trabalhadores, de forma a assegurar-lhes o maior desenvolvimento físico e elevação do seu nível intelectual e moral" (D.L. 25495, artigo 2º).

Na sequência da instalação da democracia em Portugal, a FNAT veio a dar origem ao Instituto Nacional dos Tempos Livres dos Trabalhadores (INATEL) "com a missão de recriar, prosseguir e renovar" a sua herança (Filipe, 2008). A partir de 2008, no âmbito do PRACE (Programa de Reestruturação da Administração Central do Estado), o INATEL deixa de fazer parte da administração central do Estado e constitui-se como fundação privada de utilidade pública, assumindo todos os direitos e obrigações do anterior instituto público (Decreto-lei nº 106/2008). Segundo o decreto lei que institui a Fundação INATEL, esta tem como fins principais a promoção de melhores condições para a ocupação dos tempos livres e de lazer dos trabalhadores, no ativo e reformados, desenvolvendo e valorizando o turismo social, a criação e fruição cultural, a atividade física e desportiva e a inclusão e solidariedade social.

As principais atividades de turismo social desenvolvidas, nas últimas décadas, pelo INATEL, quer enquanto instituto público, quer enquanto fundação situam-se, essencialmente, na área do turismo sénior, destacando-se dois programas: o *Turismo Sénior*, dirigido a todos os cidadãos portugueses com idade igual ou superior a 60 anos e *Saúde e Termalismo Sénior*, destinado a todos os cidadãos portugueses com idade igual ou superior a 60 anos que necessitem de tratamento específico aconselhado por médicos, em estabelecimento termais portugueses.

Em suma, desde 1935 até muito recentemente, a FNAT e depois o INATEL foram, de facto, as únicas organizações promotoras do turismo social institucionalizado em Portugal*. Porém, a partir de 2007, surge uma nova estrutura com um carácter inovador criada pela União das Misericórdias Portuguesas (UMP) que veio a ser designada por Turicórdia, mais à frente abordada.

Em consonância com o que se afirmou atrás, esta breve resenha histórica confirma que, na verdade, o turismo social é já um movimento internacional que se estende para além da curiosidade intelectual de alguns académicos, fazendo já parte da agenda política de diversos países e da própria União Europeia, o que se tem materializado na organização de inúmeras conferências, projetos de investigação e estudos sobre as melhores práticas. Ao mesmo

tempo, multiplicam-se os trabalhos académicos que, através de um largo suporte empírico, demonstram os benefícios do turismo social, a nível individual, social e económico com

* Isto não significa, porém, que não existam algumas iniciativas pontuais que possam ser consideradas de turismo social. São, por exemplo, os casos do projeto *Praia - Acessível, Praia para Todos* que, através de uma parceria entre várias entidades, procura promover a acessibilidade de todos os cidadãos às zonas balneares, do site *Portugal Acessível*, desenvolvido pela Associação Salvador, que disponibiliza informação sobre a acessibilidade física em diferentes espaços de Portugal ou, ainda, das *Pousadas da Juventude*, apoiadas pelo Turismo de Portugal, I.P. (Varona, 2010).

reflexos, igualmente na questão do desenvolvimento sustentável (ver, por exemplo, Griffin e Stacey, 2011; McCabe et al, 2010; Jolin e Proulx, 2005; Minnaert et al, 2010, Eusébio et al, 2012).

Convém, ainda, referir que, apesar do movimento do turismo social estar presente na história da maior parte dos países europeus, o seu percurso histórico foi muito diferente e desigual, o que veio a resultar em diversos sistemas de turismo social.

3. Diversidade de sistemas de turismo social

As especificidades das diversas formas de turismo social nos vários países encontram-se naturalmente embutidas nas diferentes configurações, lógicas e dinâmicas que os sistemas socioeconómicos aí assumem. Posta a questão noutros termos, existem diferentes modalidades de sistemas socioeconómicos com articulações muito particulares entre os vários setores institucionais da economia, designadamente, entre o Estado, o mercado e o terceiro setor. Desta forma, as organizações que promovem o turismo social emergem dentro de uma determinada configuração institucional específica, através de lógicas distintas de complementaridade que vão conectando os diferentes setores da economia.

Quando se pretende diferenciar os vários sistemas de turismo social, existem vários critérios passíveis de serem utilizados, designadamente, o tipo de financiamento, os grupos alvo e as características da oferta (Diekman e Macbee, 2011). Porém, o critério que permite definir, de forma mais clara, as diferentes configurações que o turismo social assume a nível internacional é, sem dúvida, o tipo de financiamento. Podem distinguir-se três diferentes formas de financiamento, consoante o turismo social seja suportado i) pelas organizações do terceiro setor ii) diretamente pelo Estado ou ainda iii) indiretamente pelo Estado (Diekman e Macbee, 2011).

Na primeira situação, tem-se o caso único do Reino Unido onde o turismo social está essencialmente a cargo das *Charities*, tais como a Family Day Association, a Family Fund e a Youth Hostel Association e outras centenas de OTS que, em pequena escala e ao nível regional, operam no setor do turismo social (Diekman et al, 2009). Embora as *Charities* sejam as responsáveis diretas pela oferta do turismo social, podem obter financiamento para o conjunto das suas atividades através do Estado ou através de filantropia (Hunter-Jones, 2011), seja ela individual ou empresarial. Uma outra característica importante do turismo social no Reino Unido é o tipo de relações que se estabelecem entre *Charities* e o turismo comercial que podem assumir as mais diversas formas (Turnet et al., 2001). Devido à importância da tradição liberal e ao tipo de capitalismo que marcou a história do Reino Unido, as *Charities* estão, na verdade, mais orientadas para o mercado do que as suas congéneres europeias, não porque as relações com o Estado não tenham sido importantes, mas porque enraizam numa tradição ideológica diferente (Almeida, 2011). Por outro lado, devido à sua maior orientação para o mercado, as *Charities* apresentam um grau mais elevado de competitividade. De facto, elas não só concorrem entre si na obtenção do financiamento, como, também, com outras organizações do setor privado lucrativo. De forma a competirem mais eficientemente na obtenção de fundos, muitas delas adotam uma perspetiva de marketing, estando a sua utilização bastante difundida e tendo a grande maioria das organizações uma atitude favorável em relação às técnicas de publicidade comercial (Arbuthnot e Horne, 1997).

Em outros países, o turismo social é diretamente financiado pelo Estado (ou pela região), podendo o financiamento ser dirigido aos operadores ou aos próprios beneficiários (Diekman, 2009). Por exemplo, na Alemanha o turismo social é financiado por um ministério dos

assuntos sociais da região (Länder) que, através de um organismo líder que inclui três organizações (católica, protestante e secular), distribui fundos para os cerca de trezentos centros de férias familiares espalhados pela Alemanha. Ao longo das últimas cinco décadas, o Ministério Federal para a Família, Séniores, Mulheres e Juventude apoiou financeiramente a construção dos centros de férias familiares que se destinam aos cidadãos que têm dificuldades em encontrar no turismo comercial produtos que se adequem à sua situação particular, como é o caso das famílias muito numerosas ou com um membro deficiente e, ainda, as de baixo rendimento (European Commission, 2010). Em alguns países do leste europeu, o turismo social é, também, diretamente financiado pelo Estado, pese embora o seu diferente percurso histórico. Por exemplo, na Polónia, existem três diferentes ministérios responsáveis pela área do turismo social. O Ministério dos Desportos e Turismo, responsável pelo desenvolvimento do turismo social, financia organizações não governamentais e sociais, o Ministério da Educação Nacional financia o turismo para crianças e jovens e o Ministério das Finanças concede apoio financeiro às atividades dos governos locais, tendo como objetivo o desenvolvimento do desporto e do turismo (Diekman et al, 2009).

Finalmente, encontra-se um grupo de países onde o Estado financia indiretamente o turismo social (o caso da França), podendo nalguns casos existirem, ao mesmo tempo, formas de financiamento público direto como, por exemplo, na Bélgica e em Espanha. Na Bélgica, um dos primeiros países onde se desenvolveu o turismo social (Ramboll, 2010), este é financiado diretamente pelo Estado através dos governos regionais, mas também indiretamente, através dos sindicatos (Diekman et al, 2009), das associações ou das organizações não governamentais (Ramboll, 2010). Como a Bélgica está dividida em estados federais, as estruturas de turismo social apenas existem ao nível regional. É o caso do Commissariado Geral do Turismo da Valónia, do Gabinete de Turismo da Flandres e da Comissão Comunitária Francesa (Ramboll, 2010). Em Espanha, o principal programa de turismo social, o IMSERSO, é parcialmente financiado pelo Estado, através do Instituto de Séniores e de Serviços Sociais, dependente do Ministério do Trabalho e dos Assuntos Sociais. O IMSERSO financia 30% dos custos totais dos programas turísticos, sendo os restantes 70% financiados pelos utilizadores (Diekman e Macbee, 2011). Um subprograma do IMSERSO prevê um intercâmbio específico com Portugal de quatro mil séniores por ano, para cada país. Cada organização de ambos os países (o IMSERSO, em Espanha, e o INATEL, em Portugal) financia o transporte, a acomodação e despesas diárias dos viajantes (Rodríguez, 2010).

Observe-se que a situação do turismo social em Portugal, pelo menos até muito recentemente, enquadra-se na segunda categoria de financiamento acima distinguida. De facto, tal como na Alemanha, em Portugal o turismo social foi, também, diretamente financiado pelo Estado, através da Fundação INATEL. Porém, como se irá ver em pormenor, a partir de 2007 o Projeto Turicórdia, suportado pela UMP, ou seja, uma organização do terceiro setor, vem a introduzir um novo ator na área do turismo social. Se bem que a Fundação INATEL tenha uma dimensão significativamente maior, quer em termos da população abrangida quer em termos financeiros, o aparecimento da Turicórdia vem alterar a configuração institucional do turismo social em Portugal.

4. O Projeto Turicórdia

A estrutura de turismo social que veio a ser criada pela UMP tem, como se irá ver, características completamente diversas da Fundação INATEL. Para além da natureza jurídica das duas organizações e da sua missão serem diversas, a conceção de turismo social, o público alvo, as linhas orientadoras, as características da oferta, os atores sociais envolvidos são também

diversos, o que acaba por determinar diferentes modalidades institucionalizadas de turismo social.

O processo de desenvolvimento e implantação do projeto Turicórdia não pode ser compreendido sem ter em conta alguns acontecimentos que acabaram por desencadear a criação de uma nova estrutura de turismo social.

4.1. A génese da Turicórdia

Os antecedentes da Turicórdia podem encontrar-se em algumas experiências na área do turismo sénior que foram levadas a cabo pela Santa Casa de Misericórdia de Castelo de Vide (SCMCV). O desenvolvimento das atividades de turismo da SCMCV partiu da iniciativa de cerca três dezenas de séniores que, junto da própria misericórdia, fizeram sentir a necessidade de organização de alguns passeios e colónias de férias para os séniores de Castelo de Vide. Assim, de forma informal, alguns casais começaram por planificar antecipadamente algumas atividades de turismo que gostariam de ver desenvolvidas pela misericórdia, no ano seguinte. Mais tarde, a SCMCV resolveu avançar para a criação de uma estrutura associativa sem fins lucrativos dinamizada pela própria organização, em colaboração com a população sénior (SCMCV, 2006).

O Clube de Turismo Sénior, tal como veio a ser designado, destinava-se não só aos pensionistas da própria misericórdia, como também aos restantes membros da comunidade que estivessem interessados em participar. Desta forma, o número de séniores que, em Castelo de Vide, se envolveu nas atividades de turismo chegou a atingir as três centenas. Essas atividades, construídas através de parcerias locais com diversas entidades, consistiam, principalmente, no excursionismo, férias, animação sociocultural, relacionamento interpessoal e contatos intergeracionais* (SCMCV, 2006).

O Clube Turismo Sénior foi considerado, pela SCMCV, uma prática bem sucedida. Neste sentido, a SCMCV decidiu alargar o seu âmbito ao nível regional, nacional e transfronteiriço, através da proposta da criação de uma Rede de Turismo Sénior, incluída no Projeto Excelência pela Qualidade, cofinanciado pela Programa Equal. No manual elaborado pela SCMCV, no âmbito da iniciativa Equal (SCMVS, 2006), define-se que:

“A rede de turismo sénior está fundamentada numa conceção de criação de novos clubes, em resultado de um processo de incorporação do modelo desenvolvido em Castelo de Vide, permitindo assim o alargamento da área de atuação, a diversificação das atividades e abrangência de um número maior de séniores” (SCMCV, 2006, Cad. 01).

A conceção da Rede de Turismo Social assenta num conjunto de parcerias, envolvendo três tipos de atores sociais: os utilizadores, os prestadores de serviços e os facilitadores. Os utilizadores são a população sénior e os utentes das OTS que utilizam os serviços oferecidos; os prestadores de serviços são as entidades que, a preços reduzidos, fornecem os serviços em condições particularmente vantajosas, nomeadamente, alojamento, alimentação, animação sociocultural, serviços de saúde e de lazer, transporte, organização de eventos e atividades turísticas. Finalmente, os facilitadores são entidades e organizações que apoiam as atividades da rede, sob a forma de patrocínios ou através da disponibilização de meios diversos,

* O Clube de Turismo Sénior integrava, em 2006, cerca de 80% de idosos e 20% de jovens (SCMCV, 2006), facilitando desta forma o convívio intergeracional.

designadamente, divulgação, meios técnicos especializados, meios de transporte e apoios financeiros (SCMCV, 2006).

De forma a alargar a rede de turismo sénior, o provedor da SCMCV decide propor, ao então atual Presidente da UMP, a criação de uma estrutura de âmbito nacional vocacionada para a promoção do turismo social. Surge, assim, em 2007, o projeto Turicórdia.

4.2. Caracterização da Turicórdia

Enquanto projeto, a Turicórdia constitui uma linha de serviço criada e gerida pela UMP, tendo em vista o desenvolvimento das atividades de turismo não apenas para as misericórdias portuguesas, mas também para outras entidades, como será mais à frente explicado. A sua missão é norteada por cinco princípios:

“Assegurar a coordenação e a gestão da rede de turismo social nas misericórdias portuguesas; prestar apoio técnico às misericórdias na elaboração de produtos/pacotes turísticos; promover ações de formação e aconselhamento a todas as associadas que pretendam obter informações do projeto e integrar a rede; salvaguardar sempre os interesses das associadas à rede orientando-as para uma melhor gestão do seu património móvel, imóvel e sacro vocacionado para a atividade turística; promover o envelhecimento ativo no seio das misericórdias portuguesas e na própria comunidade local” (Turicórdia, 2012).

Observe-se que os vários objetivos definidos estão, essencialmente, direcionados para a gestão da rede de turismo social nas misericórdias portuguesas, o que pressupõe não só a coordenação da estrutura, como também o desenvolvimento de ações de formação e apoio técnico às associadas, tendo em conta as suas necessidades e os seus recursos*. Na verdade, estes sempre foram os fins principais da Turicórdia, apesar da diversificação de atividades que se tem vindo a verificar.

Quando foi criado, o programa operacional da Turicórdia previa cinco domínios da atuação: turismo sénior, turismo religioso, turismo juvenil, turismo cultural e turismo empresarial. A existência de várias condicionantes ligadas ao contexto socioeconómico e à evolução da procura dos serviços oferecidos, determinaram que a maioria das atividades desenvolvidas se concentrassem principalmente no turismo sénior e, em menor medida, no turismo empresarial, atualmente designado por *organização de eventos*.

A iniciativa de organização das atividades de turismo sénior pode partir da própria Turicórdia, das misericórdias associadas ou ainda de outras entidades. No primeiro caso, aquele que tem sido o mais frequente, é o gabinete de turismo social da Turicórdia que define o programa turístico, divulgando-o depois às misericórdias.

De uma forma geral, são programas cuja duração varia entre um e sete dias e que podem consistir em passeios a pé, autocarro, barco ou avião, visitas a museus, monumentos históricos, adegas, etc., jogos tradicionais, tertúlias, animação musical e dança, jogos tradicionais e atividades ao ar livre. Se bem que a escolha do equipamento dependa da capacidade económica dos destinatários, da oferta hoteleira e da época do ano, normalmente são utilizados como alojamento hotéis, apart-hotéis, casas de campo, turismo rural e centros comunitários,

* Atualmente, são cerca de cinquenta misericórdias que fazem parte da rede de turismo social criada e gerida pela Turicórdia.

entre outros*. No segundo caso, são as misericórdias associadas que propõem o programa turístico, cabendo ao gabinete da Turicórdia toda a sua organização, designadamente, contactos com agências de viagem, operadores hoteleiros, empresas de organização de eventos, instituições locais e elaboração dos orçamentos. Nestes “programas à medida”, como são designados, quer as atividades quer o tipo de alojamento não diferem daqueles que partem da iniciativa da estrutura da Turicórdia**. Por fim, a Turicórdia tem sido igualmente procurada por entidades externas à rede de turismo social, essencialmente, Câmaras, Juntas de Freguesia e Universidades Sêniore, para a organização de programas turísticos à medida.

As pessoas que aderem aos programas são, geralmente, sêniore de baixo rendimento, ou seja, com reformas e apoios sociais reduzidos. Os preços sociais praticados assim o possibilitam. Convém, no entanto, distinguir várias situações. Nos programas destinados apenas às misericórdias, a Turicórdia suporta total ou parcialmente o custo do programa, dependendo da situação socioeconómica de cada utente. Nos programas abertos à comunidade, os custos são suportados pelos próprios beneficiados. Todavia, tratam-se, na verdade, de custos substancialmente mais reduzidos do que os praticados no turismo comercial. Embora a Turicórdia não seja financiada por qualquer tipo de entidade, a prática de custos baixos é possível devido a vários fatores. Em primeiro lugar, os programas turísticos oferecidos não tem como objetivo o lucro. O seu preço destina-se apenas a cobrir a margem técnica de funcionamento, isto é, os custos gerais do programa. Em segundo lugar, devido às parcerias estabelecidas entre a Turicórdia e diversas entidades públicas, privadas e unidades hoteleiras, os preços conseguidos são mais reduzidos. Por último, como os programas são normalmente realizados nas épocas baixas do turismo, conseguem-se melhores condições de negociação com a hotelaria e a restauração, mantendo-se o mesmo nível de qualidade dos serviços.

Assim, a missão da Turicórdia está, na verdade, voltada para os mais economicamente desfavorecidos. Está-se, assim, perante, uma conceção de turismo social centrada no critério da inclusão, ao encorajar a participação nas atividades turísticas das pessoas que se encontram em posição desfavorecida, sob um ponto de vista económico. Ao critério da inclusão junta-se, igualmente, o da adaptação, pois existe a preocupação na escolha dos equipamentos hoteleiros adaptados a algum tipo de incapacidade física. Refira-se, também, que a noção de turismo social como estímulo encontra-se presente não só nas próprias intenções da Turicórdia, ao definir como objetivo a sustentabilidade das economias locais (Gaspar, 2010), mas também nos efeitos diretos do turismo sénior, pois normalmente são utilizadas as épocas baixas do turismo para a realização dos programas, reduzindo assim o efeito da sazonalidade nas comunidades de acolhimento. Por último, é importante salientar, ainda, um aspeto original no Projeto Turicórdia: a sua dimensão cultural. Na verdade, uma das características dos programas turísticos disponibilizados é a inclusão de uma oferta de cultura e não apenas de lazer. A Turicórdia realizou um trabalho de levantamento do vasto património das misericórdias, dando assim maior visibilidade às cercas de quinhentas igrejas e cinquenta espaços museológicos que pertencem àquelas organizações.

Apesar dos preços sociais praticados nos programas turísticos oferecidos pela Turicórdia, tem havido um quebra acentuada na procura no turismo sénior, por parte das misericórdias associadas. A grave crise económica e financeira que o país atravessa parece ser, na verda-

*Sempre que no grupo de sêniore houver algum indivíduo portador de incapacidade física, são escolhidos equipamentos hoteleiros equipados para acolher pessoas com mobilidade reduzida.

** Há, no entanto, uma exceção. Nalguns programas de intercâmbio realizados entre as misericórdias, estas propõem a utilização dos seus equipamentos hoteleiros (ou que foram adaptados para tal), tendo por fim alojar sêniore em programas turísticos, aproveitando deste modo o seu património significativo.

de, a principal razão. Pelo lado das misericórdias, tal como na generalidade das Instituições Particulares de Solidariedade Social (IPSS), há dificuldades financeiras, devido às restrições nas comparticipações públicas e à diminuição das comparticipações dos utentes, fixadas de acordo o seu rendimento real que, devido às políticas de austeridade, tem diminuído. Este mesmo fator explica que, pelo lado dos utentes, à adesão aos programas turísticos tenha também diminuído. Por outro lado, apesar da organização dos programas turísticos caber ao gabinete da Turicórdia, é sempre necessário que haja algum técnico da própria misericórdia que faça a articulação necessária para a sua concretização. Isto pressupõe a disponibilidade de recursos humanos que, em contexto de contenção financeira, nem sempre se torna possível. Recorde-se, ainda, que a Turicórdia não recebe qualquer tipo de financiamento nacional ou europeu.

A organização de eventos tem sido, desde o seu início, outra das áreas de atuação da Turicórdia, embora ao longo dos anos não tenha tido a mesma dimensão do turismo sénior. A organização de reuniões, seminários, congressos nacionais e internacionais e de viagens profissionais dos técnicos da UMP têm sido as principais atividades nesta área. Aliás, a organização de todos os eventos que partem da iniciativa da UMP cabe ao Gabinete da Turicórdia. É o caso dos congressos da UMP realizados em vários locais geográficos, de dois em dois anos, e com uma dimensão bastante significativa*. De forma idêntica, as misericórdias, sempre que tiverem necessidade de realização de viagens, entregam a sua organização à Turicórdia que, deste modo, funciona como uma autêntica “agência de viagens das misericórdias”, para utilizar as palavras da técnica responsável do projeto. Porém, como já se referiu, diferentemente de uma agência de viagens tradicional, o seu objetivo não é o lucro.

Tal como no turismo sénior, também a organização de eventos tem conhecido uma redução na procura. Uma vez mais, é o contexto socioeconómico, ao afetar as câmaras municipais, juntas de freguesia e Universidades Sêniore que explica essa quebra.

Assim, devido às razões apresentadas, a intensidade dos programas turísticos desenvolvidos pela Turicórdia tem diminuído de forma significativa, principalmente, a partir de 2012**. No entanto, esta quebra não coloca, de forma alguma, a continuidade e a viabilidade da existência do projeto. Por um lado, como a Turicórdia não visa o lucro, a sua existência não é ameaçada pela evolução da conjuntura socioeconómica. Por outro lado, sendo uma estrutura leve, flexível não burocratizada, embora assuma um caráter profissional, é independente dos ciclos económicos. Como se salientará de seguida, estas são algumas das suas vantagens.

5. Considerações Finais

A análise realizada sobre o Projeto Turicórdia permite retirar várias ilações, algumas de caráter teórico, outras de índole mais prática e política.

A primeira observação está relacionada com a questão teórica acerca do lugar estrutural do terceiro setor. A teoria económica dominante sempre teve alguma dificuldade em lidar com um setor marcado por uma grande heterogeneidade e cuja dinâmica e lógica de atuação diferem das do mercado e do Estado. Utilizando as ferramentas conceptuais da ciência económica convencional, as principais teorias sobre o setor não lucrativo explicam a sua

* Por exemplo, o último Congresso da UMP envolveu cerca de seiscentas pessoas.

** Segundo dados referidos pela responsável técnica da Turicórdia, entre 2007 e 2011, o número médio anual de programas turísticos realizados rondava os vinte e cinco. Em 2012, esse número baixou para cerca de uma dezena.

existência através de um conjunto de fracassos institucionais do mercado e do Estado (ver a este propósito, Anheier e Ben-Ner, 2003). Dito de outra forma, as OTS são encaradas com um subproduto das falhas do mercado e do Estado. Porém, esta perspetiva residual está em profundo contraste com a expansão impressionante que o setor tem conhecido nos últimos anos e com o seu papel crescente enquanto mecanismo de governação socioeconómico, com características únicas, uma dinâmica própria e princípios de funcionamento específicos. Há, assim, um profundo desfasamento entre a teoria e a realidade (Almeida, 2011).

Na verdade, as economias são configurações institucionais complexas, o que implica que a sua governação deva ser entendida como um problema de *coordenação de ordens relacionais diversas* (Reis, 2007) e não o resultado de uma lógica dicotómica, pois, para além do Estado e do mercado existem outras formas de coordenação como as *hierarquias empresariais, as redes, as comunidades e o terceiro setor* cada uma possuindo uma racionalidade própria (Hollingsworth e Boyer, 1997).

O estudo do Projeto Turicórdia é bastante elucidativo sobre a necessidade de adotar uma visão plural da governação e uma noção de terceiro setor que se afasta da perspetiva residual das teorias económicas convencionais. De facto, a configuração institucional do turismo social em Portugal permite constatar que o terceiro setor constitui uma das formas de governação do sistema socioeconómico, tal como o mercado ou o Estado. A nível internacional, a promoção e o desenvolvimento do turismo social coube, frequentemente, às OTS e, também, ao Estado. Em Portugal, como se viu atrás, o turismo social foi inicialmente promovido pelo Estado através da FNAT que mais tarde veio a dar origem ao INATEL, inicialmente incluído na administração central do Estado, e, mais tarde, constituído como fundação. A Turicórdia, como estrutura da UMP, faz parte do terceiro setor e veio a desenvolver um projeto de turismo social assente numa dinâmica própria, características únicas e princípios de funcionamento específicos. Se a lógica do mercado assenta no lucro e a do Estado na redistribuição, a do terceiro setor assenta na solidariedade.

A segunda observação, também de carácter teórico, remete para a dicotomia isomorfismo institucional versus inovação. O conceito de isomorfismo institucional traduz o processo segundo o qual uma unidade pertencente a uma determinada população se assemelha às outras unidades que enfrentam o mesmo ambiente institucional (DiMaggio e Powell 1983: 149). A forma como o ambiente institucional configura o funcionamento do terceiro setor tem sido já evidenciado nalguma literatura (ver, por exemplo, Ferreira, 2005). Por exemplo, em Portugal, o Estatuto das IPSS e as características dos acordos de cooperação assinados entre estas e o Estado tem acentuado a tendência para as organizações se concentrarem num número reduzido de serviços, limitando a sua capacidade de inovação (Ferreira, 2005). Porém, o caso da Turicórdia é, sem dúvida, uma das exceções à tendência de homogeneização que algumas OTS revelam. Trata-se, na verdade, de uma forma de inovação social.

Seguindo a perspetiva adotada pela OCDE (2003:299), uma inovação social procura novas respostas para os problemas sociais e económicos, identificando novos serviços que melhorem a qualidade de vida dos indivíduos e das comunidades. Uma inovação social pressupõe o aparecimento de novos processos e de novos tipos de associação e de mobilização de atores. O que distingue as inovações sociais das económicas é que estas últimas lidam com novos produtos de mercado ou com uma nova função de produção, enquanto as primeiras estão ligadas ao bem-estar dos indivíduos ou comunidades, através do emprego, do consumo e da participação (OECD; 2003). Na verdade, o projeto Turicórdia desenvolveu um novo produto em áreas não cobertas nem pelo Estado nem pelo mercado, até aí inacessível a

certas camadas da população sénior, contribuindo, deste modo, para a promoção do bem-estar social. Desenvolveu, também, novas relações sociais e económicas e novos métodos de organização da produção, através de parcerias entre diversas entidades, nomeadamente, misericórdias, agências de viagens, empresas organizadoras de eventos, unidades hoteleiras, câmaras municipais e juntas de freguesia.

A terceira observação, relacionada com esta última, remete para as vantagens próprias das OTS na provisão de certos bens e serviços sociais. Há uma vastíssima literatura que explica o aumento de funções de coordenação do terceiro setor na provisão de bens e serviços através das suas anunciadas vantagens, relativamente a outros setores da economia (cf. Almeida, 2011). Para além da sua capacidade de inovação, já atrás abordada, costuma ser salientado a diminuição de custos, a flexibilidade organizativa, a proximidade e a criação de redes de relações de confiança.

Todos estes aspetos surgem evidenciados na Turicórdia. De facto, a estrutura interna criada pelo Projeto Turicórdia é apenas constituída por uma responsável técnica e um coordenador. Isso permite que os custos de funcionamento sejam reduzidos, o que explica a continuidade do projeto sem qualquer tipo de financiamento, nacional ou europeu, e a existência de uma grande flexibilidade na estrutura organizativa. A diversificação da oferta, a capacidade de resposta a novas procuras, a adaptação às flutuações dos ciclos económicos são aspetos que decorrem de uma estrutura organizacional leve e não burocratizada. A *proximidade* é, também, apontada como uma das grandes vantagens das OTS. Assim, devido a uma maior proximidade ao meio local, as misericórdias e, consequentemente, a estrutura que as representa, são mais capazes de identificar e interpretar as necessidades da população. A sua capacidade de rapidez de resposta é, assim, mais elevada do que nas organizações públicas, mais centralizadas, mais burocratizadas e mais distantes do meio local (Almeida, 2011). Por último, a criação de redes de relações de confiança é também um resultado visível no Projeto Turicórdia. O setor turístico está inserido num mercado caracterizado por fortes assimetrias de informação, favorecendo por vezes o aparecimento de comportamentos oportunistas. Como nas misericórdias, assim como no conjunto do terceiro setor, existe a restrição na distribuição de lucros, a eventualidade do aparecimento de comportamentos oportunistas não se coloca. Deste modo, são criadas redes de relações de confiança. Por outro lado, como foi salientado, a Turicórdia tem assentado a sua atividade na criação de parcerias entre vários atores (públicos, privados) e as comunidades contribuindo, dessa forma, para uma maior coesão social dentro do território onde atuam.

Uma quarta observação está ligada ao próprio tema de investigação onde se insere este trabalho, ou seja, o Porto como destino turístico. A adesão à Rede de Turismo Sénior bem como a criação de clubes de turismo sénior promovidos pela Turicórdia foi, justamente, mais significativa no Norte litoral, designadamente, na zona metropolitana do Porto. Este facto explica-se, pelo menos em parte, devido à concentração geográfica das misericórdias que é substancialmente maior nesta área do que em relação à média nacional. Aliás, foi essa razão que levou os responsáveis da UMP a transferir o Gabinete de Turismo Social de Lisboa para a Maia. Observe-se ainda que, olhando para a distribuição geográfica das respostas sociais desenvolvidas para a população sénior pela OTS, nomeadamente pelas IPSS, constata-se que uma percentagem significativa se concentra igualmente na área metropolitana do Porto (Carta Social, 2011). Cabem então duas observações. Por um lado, existe ainda um grande potencial de alargamento da rede turismo social da Turicórdia, para além das misericórdias associadas já existentes. Por outro lado, para todas as outras IPSS fora do universo das misericórdias que desenvolvem respostas sociais para a população sénior, o exemplo da Tu-

ricórdia poderia constituir um incentivo ao desenvolvimento de iniciativas de turismo social, adaptadas naturalmente às condições e ao contexto socioeconómico onde se insere cada organização. Existem, como se referiu atrás, limitações de ordem financeira que se colocam também às OTS, embora este argumento nunca tenha constituído um impedimento para que a Turicórdia continuasse a desenvolver os seus projetos, pese embora a quebra de atividade verificada.

Independentemente deste facto, é certo que a existência de financiamento público ou europeu ajudaria a desenvolver a rede de turismo social nas misericórdias e no conjunto da OTS que estivessem interessadas na sua implantação. Em relação ao financiamento público, não é de esperar que ele venha a acontecer nos próximos tempos, tendo em conta as políticas de austeridade em vigor. Caberia, então, às instâncias europeias um papel importante na promoção e no financiamento do turismo social, pois as iniciativas existentes, como é o caso do Projeto Calypso, parecem insuficientes. Para além do turismo ser um direito institucionalmente consagrado, os seus amplos benefícios individuais, sociais e económicos assim o justificaria.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS _____

- Almeida, V. (2011).** As Instituições Particulares de Solidariedade Social. Governação e Terceiro Sector, Almedina, Coimbra.
- Anheier, H.; Ben-Ner, A. (eds.) (2003).** The Study of Nonprofit Enterprise. Theories and Approaches, Kluwer Academic/Plenum Publishers, Nova Iorque.
- Arbuthnot, S. and Horne, S. (1997).** The Marketing Activities of UK Charities, *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 5 (1), 63-79.
- Bélanger, C.; Joulain, L. (2011).** The International Organisation of Social Tourism (ISTO): working towards a right to holidays and tourism for all, *Current Issues in Tourism*, 14(5), p. 475-482.
- Carta Social (2011).** Rede de Serviços e Equipamentos, Relatório 2011, Ministério da Solidariedade e da Segurança Social, Gabinete de Estratégia e Planeamento, Lisboa.
- Comissão Europeia (2011).** Calypso significa turismo para todos, (<https://bookshop.europa.eu/>), site acedido a 12 de abril de 2013.
- Diekmann, A., et al. (2009).** Employment in Social Tourism Setor in Europe, ULB-IGEAT- LIToTeS.
- Diekmann, A.; McCabe, S. (2011).** Systems of Social Tourism in the European Union: a critical review, *Current Issues in Tourism*, 14(5), p. 417-430.
- DiMaggio, P.; Powell, W. (1983).** The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality, *American Economic Review*, 48(2), p. 147-160.
- European Commission (2010).** Calypso Study. Final Report. http://ec.europa.eu/enterprise/setors/tourism/files/docs/calypso/calypso_study_annexes_en.pdf, site acedido a 10 de junho de 2013
- Eusébio, C. et al. (2012).** Programas de Turismo Social. Relatório I, Universidade de Aveiro, Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial.
- Filipe, R. (2008).** Os programas de Turismo Social do INATEL e a sua internacionalização, comunicação apresentada no Congresso Internacional de Inovação Social, organizado pelo NextRev, 29-30 de maio, 2008.
- Gaspar, N. (2010).** Estudo exploratório elaborado para Projeto Calypso, policopiado.
- EESC (2006).** Opinion of the European Economic and Social Committee on Social tourism in Europe, *Official Journal of the European Union*, 2006/C 318/12, p. C 318/67-C 318/77.
- Ferreira, S. (2005).** The places of the third setor in the Portuguese welfare regime: the case of social and family services, Comunicação apresentada na Primeira Conferência Europeia EMES/ISTR, Concepts of the Third Setor, The European debate: Civil Society, Voluntary Organizations, Social and Solidarity-Based

Economy, Paris, 27 a 29 de abril.

Griffin, K., Stacey, J. (2011). Towards a 'tourism for all' policy for Ireland: achieving real sustainability in Irish tourism, *Current Issues in Tourism*, 14(5), p. 431-444.

Haulot, A. (1982) Social tourism: Current dimensions of future developments, *Journal of Travel Research*, 20(3), p. 207–212.

Hollingsworth, R.; Boyer, R. (1997). Coordination of economic actors and social systems of production", in Hollingsworth, R. and Boyer, R., (eds.), *Contemporary Capitalism. The embeddedness of institutions*. Cambridge University Press, Cambridge, p. 1-47.

Hunter- Jones, P. (2011). The Role of Charities in Social Tourism, *Current Issues in Tourism*, 14(5), p. 445-458.

Jolin, L.; Proulx, L. (2005). L'ambition du tourisme social: un tourisme pour tous, durable et solidaire!, *Revue Interventions Économiques*, 32, p. 2-10.

Mcabee, S., et al. (2010). Understanding the benefits of social tourism: Linking participation to subjective well-being and quality of life, *International Journal of Tourism Research*, 12(6), p. 761-773.

Minnaert, L.; Maitland, R.; Miller, G. (2011). What is social tourism?, *Current Issues in Tourism*, 14(5), p. 403-415.

OECD (2003). *The Nonprofit Sector in a Changing Economy*, OECD, Bruxelas.

Ramboll, A. (2010). *Calyspo Study on Social Tourism*. Belgium.

http://ec.europa.eu/enterprise/setors/tourism/files/calypso/countryreports/belgium_en.pdf, site acedido a 16 de maio de 2013.

Reis, José (2007). *A Economia Impura*, Almedina, Coimbra.

Rodríguez, R. (2010). *Calyspo Study on Social Tourism*. Spain.

http://ec.europa.eu/enterprise/setors/tourism/files/calypso/countryreports/spain_en.pdf, site acedido a 20 de junho de 2013.

Rosas, F. (2001). O Salazarismo e o Homem Novo: ensaio sobre o Estado Novo e a questão do totalitarismo, *Análise Social*, vol. XXXV (157), p. 1031-1054.

SCMVD (2006). *Manual Rede Turismo Sénior*, Santa Casa de Misericórdia de Castelo de Vide, policopiado.

Turnet, R., et al. (2001). The role of UK charities and the tourism industry. *Tourism Management*, 22, 463–472.

Turicórdia. (2012). *Plano de Atividades, União da Misericórdias Portuguesas*, policopiado.

Varona, H. (2010). *Calyspo Study on Social Tourism*. Portugal.

http://ec.europa.eu/enterprise/setors/tourism/files/calypso/countryreports/portugal_en.pdf, site acedido a 16 de maio de 2013.