

**Câmara de Lobos: estudo das potencialidades de  
desenvolvimento e promoção turística do concelho.**

**Marco Paulo Barbosa Teles**

**Dissertação de Mestrado em Gestão do Território**

**Abril de 2013**

**Câmara de Lobos: estudo das potencialidades de  
desenvolvimento e promoção turística do concelho.**

**Marco Paulo Barbosa Teles**

**Dissertação de Mestrado em Gestão do Território**

**Abril de 2013**

Dissertação apresentada para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Gestão do Território realizada sob a orientação científica do Professor Doutor Nuno Pires Soares.

*Este trabalho de investigação teve o apoio financeiro do CITMA*



## Os melhores RUMOS para os Cidadãos da Região



REGIÃO AUTÓNOMA DA MADEIRA



REPÚBLICA PORTUGUESA



UNIÃO EUROPEIA  
Fundo Social Europeu

*Para a melhor equipa de sempre... ACT*

## AGRADECIMENTOS

A conclusão deste projeto de investigação não teria sido possível sem o contributo de algumas pessoas e instituições que corresponderam prontamente às solicitações que lhes foram apresentadas.

A nível pessoal, não posso deixar de manifestar o meu reconhecimento pelo trabalho desenvolvido pelo meu orientador – Professor Doutor Nuno Soares e à minha co-orientadora – Doutora Gilda Dantas que esteve sempre presente em todas as etapas do trabalho, colocando à disposição a sua sabedoria e experiência, em prol do enriquecimento desta dissertação.

Aos meus amigos com que diariamente tenho o prazer de trabalhar, manifesto também o meu agradecimento pelo apoio dado ao longo desta etapa: ao Ilídio Sousa pelas muitas reflexões e divagações científicas (e outras menos técnicas mas igualmente importantes...) que diariamente realizamos, ao Vitor Martins pela boa disposição que incute na equipa de trabalho e ao Uriel Abreu pela colaboração técnica na produção da cartografia desta dissertação.

Mas principalmente expresso o meu sentido reconhecimento à Diana, à Anabela e ao Artur, verdadeiro “trio maravilha” por toda confiança que em mim depositaram, e sobretudo, pela paciência que tiveram durante este último ano e meio, privando-se muitas vezes dos seus projetos pessoais.

Não posso, também, deixar de referir algumas instituições que foram decisivas na concretização da tese. Agradeço o apoio institucional e as entrevistas que me foram concedidas pelos presidentes da Junta de Freguesia e da Câmara Municipal do concelho de Câmara de Lobos, à Direção Regional de Turismo, na pessoa do seu Diretor – Dr. Bruno Freitas pelos lúcidos esclarecimentos sobre o sector turístico na Região Autónoma da Madeira e à Quinta do Estreito Vintage House, pela aplicação de alguns inquéritos junto dos seus hóspedes. E por último, mas seguramente não menos importante, à Associação Insular de Geografia, entidade responsável pela organização na Madeira deste mestrado em Gestão do território, iniciativa inédita que permitiu a

um grupo significativo de geógrafos insulares a concretização do seu projeto de mestrado na Universidade Nova de Lisboa.

Um bem-haja a todos, sem exceção, até para aqueles cujo nome não foi aqui referenciado, mas que de forma indirecta também contribuíram para que a concretização desta dissertação chegasse ao seu *terminus*.

# **CÂMARA DE LOBOS: ESTUDO DAS POTENCIALIDADES DE DESENVOLVIMENTO E PROMOÇÃO TURÍSTICA DO CONCELHO**

**Autor: Marco Teles**

## **[RESUMO]**

**PALAVRAS-CHAVE:** Câmara de Lobos, turismo, promoção local, roteiro turístico.

O turismo tem representado para a Região Autónoma da Madeira (RAM), um sector de atividade de inegável importância estratégica no desenvolvimento socioeconómico deste arquipélago atlântico.

Dadas as suas reduzidas dimensões, os concelhos enquanto parcelas do território regional, não constituem por si só motivos de atração de turistas à RAM, mas antes integram um todo regional que apresenta-se ao mundo com uma identidade particular capaz de fixar anualmente cerca de um milhão de hóspedes nas unidades hoteleiras regionais.

Câmara de Lobos não é exceção à regra, possuindo um conjunto de atrativos que convidam o turista a uma passagem pelo concelho. A sua única cidade - Câmara de Lobos, recebe diariamente centenas de turistas que constituem uma significativa mais-valia no tecido económico local. A definição de uma estratégia de promoção local, devidamente enquadrada com a política regional definida para o sector revela-se pertinente.

Neste sentido, a produção de um roteiro turístico pedestre poderia representar uma importante ferramenta de diferenciação e valorização da cidade face à restante oferta turística regional.

# **CÂMARA DE LOBOS: STUDY OF THE DEVELOPMENT POTENTIALITIES AND TOURIST PROMOTION OF THE COUNCIL**

**Author: Marco Teles**

## **[ABSTRACT]**

**KEYWORDS:** Câmara de Lobos, turism, local promotion, tourist guide.

Tourism has represented for the Autonomous Region of Madeira (ARM), an industry of undeniable strategic importance in the socio-economic development of this Atlantic archipelago.

Given its small dimensions, the municipalities, while portions of the regional territory, do not constitute by themselves grounds for attracting tourists to the ARM, but rather part of a regional whole that presents itself to the world with a particular identity able to annually fixate about a million guests in regional hotels.

Câmara de Lobos is no exception to the rule, having a set of attractions that invite tourists to a passage by county. Its unique city - Câmara de Lobos, daily receives hundreds of tourists who constitute a significant added value to the local economy.

The definition of a local promotion strategy, adequately framed with the defined regional policy for the sector is pertinent.

In this sense, the production a sightseeing pedestrian tour could represent an important tool of differentiation and enhancement of the city against the remaining regional tourism offer.

## ÍNDICE

<b>Introdução</b> .....	1
i. Tema, objectivos e hipóteses de investigação.....	2
ii. Estrutura metodológica .....	4
<b>Capítulo I – Conceptualização e enquadramento teórico</b> .....	7
1.1 Turismo mundial .....	12
1.2 Turismo em Portugal .....	19
1.3 Turismo na Região Autónoma da Madeira.....	30
1.3.1 A evolução da atividade turística na Região Autónoma da Madeira .....	32
1.3.2 O perfil do turista - caracterização geral .....	38
1.3.3 Turismo na RAM - enquadramento estratégico.....	41
<b>Capítulo II – Enquadramento regional do concelho de Câmara de Lobos</b> .....	46
2.1 Localização geográfica e caracterização geomorfológica .....	50
2.2 Estrutura administrativa.....	52
2.3 Caracterização socioeconómica .....	54
2.4 O sector turístico.....	61
<b>Capítulo III - Estudo de caso: apresentação dos resultados</b> .....	67
3.1 Inquéritos por questionário .....	67
3.1.1 Caracterização dos turistas (identificação) .....	68
3.1.2 Caracterização da estadia.....	71
3.1.3 Preferências e práticas turísticas .....	72
3.2 Cidade de Câmara de Lobos: proposta de um roteiro .....	82
3.2.1 Valências dos pontos assinalados/sugeridos no roteiro .....	90
3.2.2 Outros pontos de interesse turístico no concelho .....	100

3.3 Promoção e valorização dos destinos turísticos.....	102
3.3.1 Promoção regional vs. promoção municipal .....	105
3.4 Potencialidades e constrangimentos no desenvolvimento.....	
do turismo no concelho .....	111
3.4.1 Análise swot .....	113
3.4.2 Orientações futuras .....	115
<b>Notas finais</b> .....	120
i. Discussão do trabalho.....	120
ii. Limitações do estudo .....	122
iii. Sugestões de trabalhos futuros.....	122
Referências bibliográficas.....	124
Lista de figuras .....	131
Lista de quadros.....	133
Anexos .....	134

## LISTA DE ABREVIATURAS

- APRAM... Associação de Promoção da Madeira
- DRAC..... Direção Regional dos Assuntos Culturais
- DREM..... Direção Regional de Estatística da Madeira
- DRT..... Direção Regional do Turismo
- INE..... Instituto Nacional de Estatística
- IPDT..... *Institute for Tourism Planning and Development* (Instituto de Planeamento e Desenvolvimento do Turismo)
- IVBAM... Instituto do Vinho, Bordado e do Artesanato da Madeira
- NTIC's.... Novas Tecnologias de Informação e Comunicação
- OMT..... Organização Mundial do Turismo
- PDM..... Plano Diretor Municipal
- PENT..... Plano Estratégico Nacional do Turismo
- PIB..... Produto Interno Bruto
- POT..... Plano de Ordenamento Turístico da Região Autónoma da Madeira
- RAM..... Região Autónoma da Madeira
- RevPAR... *Revenue per Available Room* (Receita por Quarto Disponível)
- SRTT..... Secretaria Regional da Cultura, Turismo e Transportes
- UNWTO.. *World Tourism Organization* (Organização Mundial do Turismo)

## INTRODUÇÃO

O turismo na Região Autónoma da Madeira (RAM) representa um sector de manifesto valor estratégico no desenvolvimento económico da Região e, por conseguinte, a captação e a fidelização de turistas exige a definição de uma estratégia de actuação regional, devidamente enquadrada com a política nacional definida para o sector através do Plano Estratégico Nacional do Turismo (PENT).

Na RAM, o Plano de Ordenamento Turístico (POT) traça as linhas mestras de acção e orientação para o sector, cabendo à Direcção Regional do Turismo (DRT), a execução da política definida pela tutela através da Secretaria Regional da Cultura, Turismo e Transportes (SRTT). Contudo, a crescente competitividade dos mercados, agravada pelos rápidos avanços tecnológicos que modificaram por completo os tradicionais processos de promoção dos destinos turísticos, despoletou a necessidade de criar uma entidade que, em colaboração estreita com a DRT, trabalhasse exclusivamente na promoção do destino Madeira, assim surgindo a Associação de Promoção da Madeira (APRAM). Todavia, a criação de uma estrutura vocacionada directamente para a vertente da promoção, não impede a participação activa dos municípios neste esforço comum de valorização do destino e da marca Madeira.

A envolvência dos municípios requer em primeiro lugar, o pleno conhecimento das suas valências em matéria de oferta de produtos turísticos (consistentes), proporcionando ao turista uma experiência positiva e tão distinta quanto possível, o que implica conhecer igualmente a realidade regional no seu todo, de modo a alcançar uma diferenciação positiva.

É neste contexto que nos propomos analisar as mais-valias turísticas do concelho de Câmara de Lobos, identificando as suas potencialidades e as suas limitações, no contexto regional em que este concelho se integra, não descurando que, em matéria de oferta de camas, Câmara de Lobos representa atualmente pouco mais

de 2% da oferta regional, um valor residual que contrasta com a afluência de turistas que diariamente percorrem o concelho e, em particular, a sua cidade.

A criação de um programa de promoção municipal poderá constituir uma importante alavancagem na dinamização do sector, num mercado regional cada vez mais competitivo e exigente. A própria dimensão geográfica (reduzida) do concelho e as particularidades decorrentes da sua localização na franja da *área metropolitana* do Funchal sugerem a necessidade de estratégias de intervenção muito bem delineadas, assumindo a promoção turística um factor importante para o desenvolvimento local.

Neste sentido, definiu-se um plano de trabalho assente em cinco etapas específicas (fig. 1).

Figura 1 Etapas da realização do projecto de tese



## **i. TEMA, OBJECTIVOS E HIPÓTESES DE INVESTIGAÇÃO**

O tema que intitula a presente dissertação de mestrado surge de uma vontade pessoal em aprofundar os conhecimentos sobre um território e uma cidade em particular – Câmara de Lobos, conhecida e promovida habitualmente como “vila piscatória” e que recebe diariamente um apreciável número de visitantes.

Definiu-se como objectivo central a análise do potencial turístico do concelho de Câmara de Lobos, enquanto parte de um todo (regional) que poderá dar o seu contributo na promoção do produto “Madeira”. A outra escala de análise foram definidos três objectivos específicos:

1 – O desenvolvimento de um programa de promoção turística para o concelho de Câmara de Lobos. Para a prossecução deste objectivo específico definiram-se as seguintes medidas prioritárias:

- *identificação dos principais pontos de interesse turístico no concelho;*
- *elaboração de um roteiro turístico pedestre para o centro urbano do concelho;*
- *clarificação da tipologia do destino “Câmara de Lobos”;*
- *idealização de uma marca capaz de afirmar o concelho no mercado, disponibilizando um conceito “umbrella” para as entidades promotoras do concelho.*

2 – A identificação das potencialidades e constrangimentos associados ao desenvolvimento do sector turístico no concelho;

3 – A definição de estratégias que conduzam à operacionalização da promoção turística, garantindo o alinhamento com a visão estratégica regional e nacional.

Com base nos objectivos do trabalho foram igualmente delineadas algumas hipóteses de investigação, nomeadamente:

Hipótese 1 – O concelho de Câmara de Lobos encerra no seu território um conjunto de particularidades susceptíveis de dinamização ao nível da atividade turística;

Hipótese 2 – O concelho de Câmara de Lobos e a sua cidade, em particular, representa um ponto de interesse turístico referencial no contexto regional;

Hipótese 3 – As características da cidade de Câmara de Lobos sugerem a criação e implementação de um roteiro pedestre, como meio de promoção e rentabilização turística local.

## ii. ESTRUTURA METODOLÓGICA

A metodologia desenvolvida para este projeto pressupôs a utilização de diferentes ferramentas de recolha e de análise de informação.

Objetivando a constituição de uma base de sustentação teórica à investigação, procedeu-se numa primeira etapa à revisão bibliográfica e à recolha e interpretação de dados secundários: estatísticas, estudos efetuados ou promovidos por entidades públicas e privadas ligadas ao sector, bem como, as habituais fontes documentais consultadas num trabalho desta natureza (artigos científicos, comunicações em congressos, estudos, revistas e periódicos científicos, jornais regionais e outras publicações de carácter local).

Numa segunda etapa, foi feita a recolha primária de dados, focada numa metodologia qualitativa, com base na realização de entrevistas a personalidades/entidades com diferentes responsabilidades no sector: o Director Regional do Turismo, o Presidente da Câmara Municipal de Câmara de Lobos, o Presidente da Junta de Freguesia de Câmara de Lobos e a gerente da representação regional da operadora TUI Portugal. O cruzamento das informações obtidas revelou-se importante para uma melhor perceção da importância que localmente se atribui ao sector turístico no arquipélago da Madeira. Pela natureza do tema, optou-se pela utilização de entrevistas semiestruturadas entendidas como *“uma série de perguntas – guias, relativamente abertas, a propósito das quais é imperativo receber uma informação da parte do entrevistado”* (QUIVY e CAMPENHOUDT, 1992:194). Seguindo a sugestão do autor, as questões não se colocaram necessariamente pela ordem pré-definida, assegurando-se total liberdade de resposta ao entrevistado.

Complementarmente, optou-se também por outra técnica de observação não participante, entendida por ALMEIDA e PINTO (1990:103) como *“o mais estruturado e rígido tipo de entrevista”* - o inquérito por questionário. Dirigido aos turistas em visita à cidade de Câmara de Lobos, com o intuito de procurar as respostas a algumas questões colocadas nas hipóteses de investigação, o inquérito foi aplicado entre os meses de janeiro a abril de 2012, tendo-se obtido 253 inquéritos válidos. Desta

amostra, uma pequena parte (13%) foi obtida por autopreenchimento em unidades hoteleiras e de restauração do concelho e os restantes 87% decorreu por via de entrevista direta nas ruas da cidade de Câmara de Lobos. Esta amostra probabilística (cada elemento da população tem uma probabilidade real de ser incluído na amostra) foi do tipo aleatória simples.

Por último, foi dado alguma primazia ao trabalho de campo, apoiado na observação *in loco* das diversas realidades, tendo-se criado grelhas de observação para registo e sistematização da informação em determinados pontos de interesse turístico. Complementarmente a esta atividade, neste processo empreenderam-se igualmente conversas informais e efectuaram-se inúmeros registos fotográficos.

Para uma análise objectiva e concisa da problemática do turismo a nível concelhio, optou-se pelo desenvolvimento de uma análise SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats*) articulando dois campos de análise: o ambiente interno (as forças e as fraquezas) e o ambiente externo (oportunidades e ameaças). Com base nos resultados desta aplicação metodológica, concluiu-se o trabalho apresentando um conjunto de propostas e recomendações para o desenvolvimento futuro do sector turístico no concelho em estudo.

Em termos estruturais, a dissertação encontra-se organizada em 3 capítulos:

- O primeiro capítulo contempla uma abordagem teórica ao fenómeno do turismo, partindo de uma escala macro (internacional), focando as grandes tendências de evolução e de comportamento dos turistas, para numa segunda fase, proceder a uma análise centrada no panorama nacional. Posteriormente, partiu-se para a escala regional, com o enquadramento e a análise da evolução mais recente do sector turístico na RAM;
- O segundo capítulo é dedicado exclusivamente ao concelho de Câmara de Lobos e procura dar seguimento à análise efectuado no capítulo anterior, ou seja, reduz-se a escala de análise, procedendo-se ao enquadramento genérico do concelho de Câmara de Lobos no contexto regional,

procurando avaliar as suas potencialidades em matéria de oferta de produtos turísticos diferenciadores;

- O terceiro capítulo contempla toda a componente prática do estudo. São apresentados os resultados das entrevistas realizadas, dos inquéritos por questionário e da observação directa efetuada no terreno. Com base nesses resultados (e na informação obtida por via das diversas consultas documentais), é proposto uma base de trabalho para um futuro roteiro turístico que se pretenda implementar na cidade, identificando os pontos de interesse que poderão/deverão ser rentabilizados localmente.

Por fim, é feita uma análise de verificação das hipóteses levantadas no início do estudo e são apresentadas as notas finais, onde são incluídas algumas propostas para desenvolvimento futuro.

## CAPÍTULO I

### CONCEPTUALIZAÇÃO E ENQUADRAMENTO TEÓRICO

*“Para quem quer escrever sobre o turismo, o mais difícil é defini-lo...”*

Marc Boyer, 1972

Outrora marginal e ao alcance de poucos, o turismo é hoje um sector da atividade económica dinâmico, mutável e particularmente sensível às vicissitudes do mundo moderno e globalizado. O turismo tornou-se um facto consumado da vida moderna, constituindo um importante indicador de desenvolvimento económico e que abrange hoje, muito mais do que a restrita elite a quem estava inicialmente reservado.

Considerando a sua contribuição na criação de emprego e de riqueza, bem como, os efeitos multiplicadores diretos e indiretos noutros sectores da economia, a indústria turística assume um papel cada vez mais importante no desenvolvimento socioeconómico dos diferentes países e regiões recetoras. Não raras vezes, o turismo representa mesmo a principal fonte de rendimento, funcionando como motor de funcionamento da economia local e/ou regional e como janela de oportunidade para o desenvolvimento. Ao referirmo-nos ao sector turístico como uma atividade económica, definimo-lo desde logo como uma espécie de “produto dos movimentos turísticos”. Todavia, há outros aspectos a considerar em torno deste conceito.

Uma das primeiras definições de turismo surge por Hunziker e Kraf em 1942, considerando-o como *“o conjunto das relações e fenómenos originados pela deslocação e permanência de pessoas fora do seu local habitual de residência, desde que tais deslocações e permanências não sejam utilizadas para o exercício de uma atividade lucrativa principal, permanente ou temporária”* (CUNHA, 1997:8). Trata-se de um conceito com enfoque na componente económica que aponta para a existência de um conjunto de relações e fenómenos mas que não contempla a dimensão social do turismo. CUNHA (1997), referindo-se à visão dos sociólogos sobre esta matéria, considera não serem contemplados aspectos fundamentais como os recreativos,

educativos e culturais, pois *“o turista é, antes de tudo, o Homem que se desloca para satisfazer a sua curiosidade, o desejo de conhecer, para se cultivar e evadir, para repousar ou se divertir num meio diferente do que lhe é habitual”*.

Todavia, já no início do século XX se havia assistido a outras tentativas de clarificação deste conceito: em 1910, Von Shullard referia-se ao turismo como *“a soma das operações, especialmente as de natureza económica, diretamente relacionadas com a entrada, a permanência e o deslocamento de estrangeiros para dentro e fora de um país, cidade ou região”* (IGNARRA, 2003:23); em 1929, Robert Glucksmann, de forma mais simplista, considerava turismo como *“uma ocupação do espaço por pessoas que afluem a determinada localidade, onde não possuem residência fixa”* (REJOWSKI, 1999:16); e em 1930, Schwink apresentava o turismo como *“o movimento de pessoas que abandonam temporariamente o local da sua residência permanente, levadas por algum motivo, relacionado com o espírito, o corpo ou a profissão”* (ANDRADE, 2002:35).

Ainda que partilhem aspectos em comum, todos estes conceitos pecam de algum modo pela visão algo limitada daquilo que o fenómeno turístico representa, mesmo considerando o contexto temporal em que foram apresentadas. Em 1977, por exemplo, e numa altura em que começa a ser possível falar-se de um turismo de massas mas ao mesmo tempo de ecologia e de poluição, Jafar Jafari surge com uma visão mais holística do conceito, ao considerar turismo como *“o estudo do homem longe do seu local de residência, da indústria que satisfaz suas necessidades e dos impactos que ambos, ele e a indústria, geram sobre os ambientes físico, económico e sociocultural da área recetora”* (IGNARRA, 2003:12).

A nível governativo, e no que concerne ao nosso país, o turismo encontra-se definido como *“o movimento temporário de pessoas para destinos distintos da sua residência habitual, por motivos de lazer, negócios ou outros, bem como as atividades económicas geradas e as facilidades criadas para satisfazer as suas necessidades”*<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Diário da República, 1.ª série — N.º 158 — 17 de Agosto de 2009, Decreto-Lei n.º 191/2009 de 17 de Agosto, Ministério da Economia e da Inovação.

A multiplicidade de definições em torno deste conceito, faz do turismo uma área concetual de alguma complexidade, quer em função do contexto temporal em que nos situamos para analisar o fenómeno, quer também, em função do enfoque que é dado à sua análise, sobretudo de considerarmos o variado leque de ciências que se dedicam ao estudo desta área do conhecimento, como sejam, a antropologia, a sociologia, a economia, a história ou a geografia, representando esta última, segundo IGNARRA (2003:10) *“a que mais se interessou pelo fenómeno turístico”*.

Por outro lado, e embora o turismo esteja fortemente associado ao processo de apreensão do ambiente natural e cultural das regiões de destino, envolvendo o consumo e a transação de bens, na sua essência é sobretudo um conjunto de prestação de serviços diversificados (informação, transporte, alojamento, animação, alimentação, entre outros), e portanto, *“o que verdadeiramente o caracteriza, valoriza e diferencia é o desempenho dos recursos humanos que lhe dão corpo e/ou suporte”* (UMBELINO, J. e PAIS, A., 2006:215). Com efeito, a componente humana torna-se decisiva na caracterização e no potencial sucesso de um qualquer destino turístico.

Mas outros conceitos, como o de “turista”, “visitante”, “viajante”, entre outros, tornaram-se igualmente comuns nas diversas abordagens desta temática, embora as organizações intergovernamentais definam claramente o significado destes conceitos. Sendo uma expressão de uso corrente, o conceito de “turista” é na verdade um conceito relativamente recente, surgido nos inícios do séc. XIX, inicialmente para designar um tipo de deslocação associada unicamente ao prazer de viajar, de conhecer novas paragens<sup>2</sup>.

Referindo-se aos navegadores do Infante D. Henrique que no século XV alcançaram as ilhas do Porto Santo e da Madeira, ESTUDANTE (2011:16) fala dos *“primeiros turistas que chegaram às nossas ilhas! Na altura, tratava-se de uma espécie de turismo de negócios ou talvez científico e os clientes eram navegadores,*

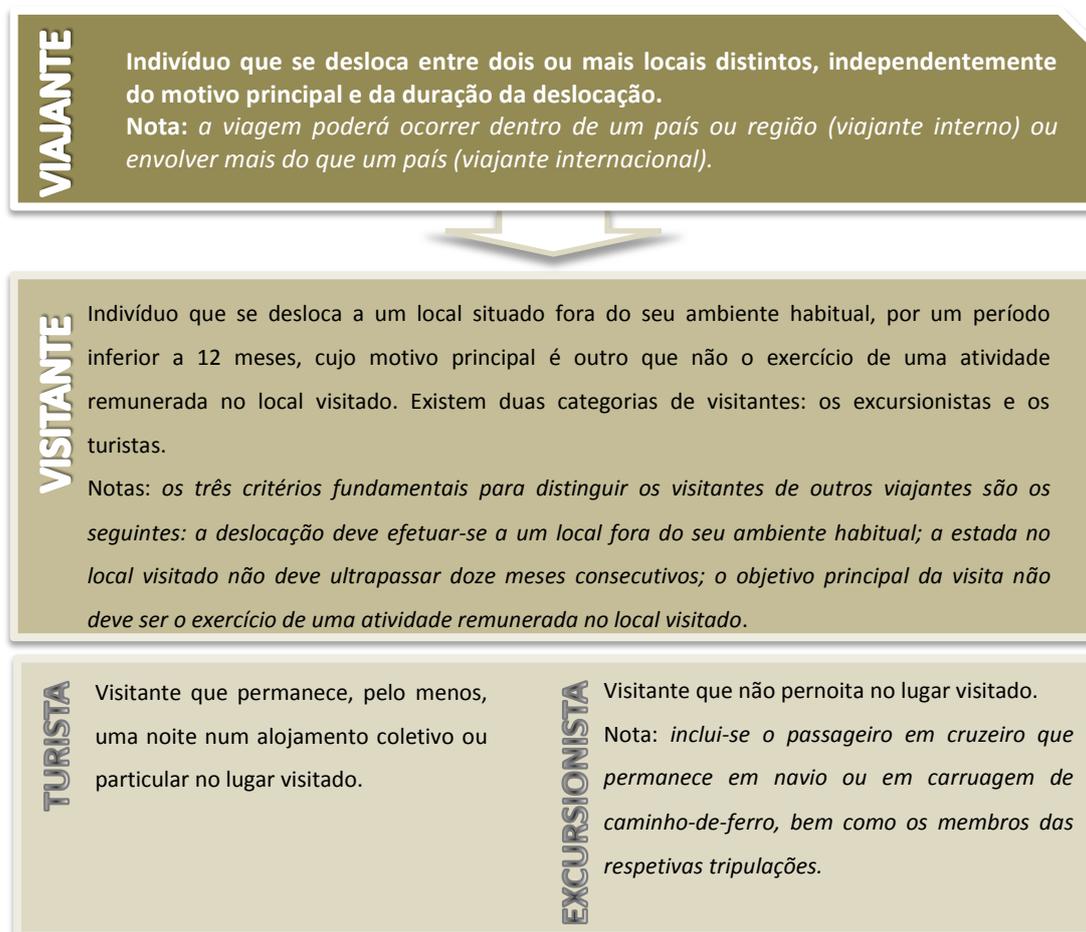
---

<sup>2</sup> O conceito terá tido origem nas classes sociais inglesas mais abastadas, pois nesta altura era frequente os jovens complementarem a sua formação académica com uma viagem ao continente europeu, designada em Inglaterra pela expressão “Grand Tour”, como tal, designando-se por *touristes* os que realizavam essa viagem. Posteriormente, esta expressão foi introduzida em França por Stendhal (Henry Beyle) em 1838, no seu livro *Mémoires d'un Touriste*. Estas palavras – *tourist* e *tourism*, foram gradualmente adotadas noutras línguas, referindo-se ao sentido de uma viagem por distração, repouso ou procura de novos conhecimentos.

*aventureiros, nobres, homens e mulheres da gleba, todos eles munidos de sonhos por concretizar.”*

Tratando-se de um conceito jovem e utilizado numa área de estudo de características multidisciplinares, é normal que surjam diferentes pontos de vista sobre esta matéria. Todavia não obstante toda a evolução que o conceito sofreu, em particular ao longo do último século, decorrente das profundas alterações a que se assistiu no sector, ao longo desta dissertação cingir-nos-emos aos conceitos estatísticos utilizados pelo Turismo de Portugal<sup>3</sup> (fig. 2).

Figura 2 Clarificação de conceitos



Fonte: Turismo de Portugal (adaptado).

<sup>3</sup> Decisão 1999/34/CE da Comissão, de 09-12-98 (in Jornal Oficial das Comunidades Europeias nº L 9, de 15-01-1999); OMT - Organização Mundial do Turismo - Recommendations on Tourism Statistics.

Pese embora a existência de diferenças significativas entre estes conceitos, podemos também encontrar elementos comuns, nomeadamente:

- A constatação de que há sempre uma deslocação;
- Essa deslocação não implica necessariamente alojamento no destino;
- A estadia no destino nunca é permanente;
- Para além das viagens, são também consideradas as atividades no decorrer da estadia.

## 1.1 O TURISMO MUNDIAL

*“Perante os custos ambientais e sociais do turismo de massas, convencional, gregário, quase popular, próprio de uma sociedade de consumo, organizado “industrialmente”, afirmam-se procuras diferentes, novas, responsáveis e sustentáveis, selectivas em termos económicos e em valores e comportamentos pessoais, preferencialmente no próprio país e em regiões não muito distantes, prefigurando, talvez, o turismo do futuro...”*

Carminda Cavaco (1996:104)

A nível mundial, o contributo que o turismo representa para o desenvolvimento económico e social é muito significativo. As motivações e o desejo pela descoberta de novas culturas ou a simples fuga às rotinas, as facilidades de deslocação proporcionadas pelos modernos meios de transporte, a própria diversificação dos destinos (associados em grande parte aos mercados emergentes) e a permanente evolução dos meios de comunicação, fazem com que o número de turistas em trânsito atinja anualmente proporções consideráveis.

Segundo a OMT - Organização Mundial do Turismo (2012)<sup>4</sup>, nas últimas seis décadas a atividade turística sofreu um crescimento praticamente contínuo, tornando-se num dos maiores (e de mais rápido crescimento) sectores económicos mundiais.

Apesar de algumas oscilações, o número de turistas internacionais tem evidenciado uma evolução apreciável: de 25 milhões em 1950, para 675 milhões na mudança do século, alcançando-se já os 983 milhões em 2011. No final de 2012, as previsões iniciais apontavam para um valor acima dos mil milhões de turistas, o que constitui um marco estatístico de referência.

Referindo-se à década de 50 quando eram "apenas" 25 milhões de turistas à descoberta do mundo, o secretário-geral da OMT - Taleb Rifai dizia no seu discurso de abertura da ITB Berlim 2012 que hoje, *“apenas uma geração depois, um bilião de pessoas estão em movimento. No final de 2012, um sétimo da população mundial terá atravessado as fronteiras internacionais. Outros quatro biliões terão viajado dentro das*

---

<sup>4</sup> Dados publicados no *Tourism Highlights*, 2012 edition.

*fronteiras nacionais com recurso aos voos domésticos*". Por tudo isto, enfatiza: "o turismo é um sector que pode dar um impulso fundamental para as nossas economias, e deve ser reconhecido/valorizado como tal"<sup>5</sup>.

Em termos económicos, segundo a OMT (2012), este dinamismo representou no ano transato, uma receita estimada de 740 mil milhões de euros e 6 a 7 % do total de empregos (diretos e indiretos) à escala mundial, o que coloca este sector, por exemplo, entre os patamares alcançados pela indústria automóvel e o dinâmico sector da banca, sendo o turismo recreativo e de lazer responsáveis por 51% destes movimentos de turistas à escala planetária, enquanto que a visita a familiares e amigos representa 27%, cabendo ao turismo de negócios cerca de 15%.

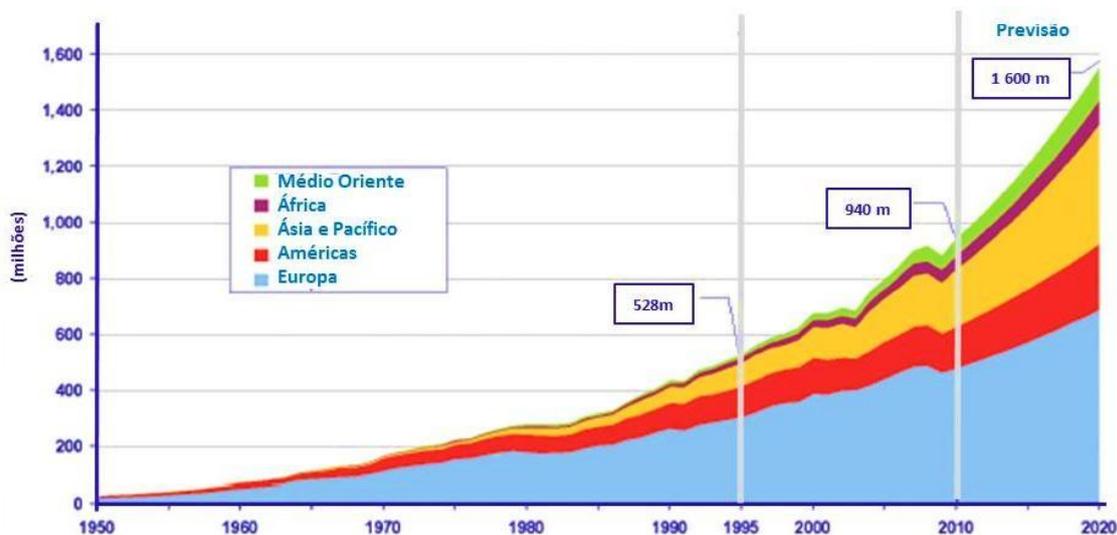
Uma análise à escala regional evidencia-nos o continente europeu como um destino de eleição, pois 51% destes movimentos registam-se precisamente neste espaço geográfico, seguido pelo continente asiático e respetivos mercados emergentes, com aproximadamente 22%. Segue-se o continente americano com 16%, África com 5% e o Médio-Oriente com 6%.

Mas também nesta matéria, o dinamismo do sector conduz a uma competitividade cerrada entre destinos turísticos. As previsões para 2020 continuam a evidenciar o território europeu como destino turístico prioritário (mais de 700 milhões de turistas nas chegadas internacionais), mas o crescimento do mercado asiático ameaça a longo prazo esta hegemonia europeia com uma previsão de 400 milhões para 2020, o que representa um aumento superior a 100% face aos valores apurados no ano de 2010 (fig. 3).

---

<sup>5</sup> Discurso de abertura do secretário-geral da OMT na ITB Berlim realizada em 2012 (Fonte online: [http://dtxqt4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/sg\\_itb\\_2012\\_final\\_0.pdf](http://dtxqt4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/sg_itb_2012_final_0.pdf))

Figura 3 Chegadas dos turistas internacionais por regiões



Fonte: UNWTO, Tourism Highlights, 2011 Edition (adaptado).

Na recente Cimeira do G20<sup>6</sup>, a declaração de líderes incluiu uma (inédita) referência explícita ao papel do turismo na economia mundial, destacando “o papel das viagens e do turismo como um veículo para a criação de emprego, crescimento económico e desenvolvimento”, assumindo o compromisso de “desenvolver iniciativas de facilitação das viagens, como apoio à criação de emprego, ao crescimento trabalho de qualidade, a redução da pobreza e o crescimento global”<sup>7</sup>.

Mas se o peso e a importância estratégica do turismo, torna-o à data, num dos sectores de atividade mais pujantes, não podemos ignorar a responsabilidade que também lhe está associada, o que implica o reconhecimento de novos desafios, nomeadamente, o da sustentabilidade, isto é, “ter a capacidade de dar resposta às necessidades dos turistas atuais e das comunidades que os recebem mas criando as

<sup>6</sup> A Cimeira do G20 realizou-se entre os dias 18 e 19 de Junho de 2012 na cidade de Los Cabos – México, juntando os 19 países membros e a União Europeia, representando no seu conjunto as economias mais desenvolvidas e outras em desenvolvimento que pela sua importância estratégica no plano político e económico mundial, reúnem-se anualmente para tentar encontrar novas formas de cooperação para enfrentar os desafios financeiros que se colocam à escala global e que requerem respostas conjuntas devidamente articuladas, entre um grupo de países que representam à escala mundial cerca de 90% do PIB e 80% do comércio mundial.

<sup>7</sup> Declaração dos líderes do G20 realizada no México (Fonte on-line: [http://www.g20.org/images/stories/docs/g20/conclu/G20\\_Leaders\\_Declaration\\_2012.pdf](http://www.g20.org/images/stories/docs/g20/conclu/G20_Leaders_Declaration_2012.pdf))

*condições para construir o futuro que queremos – um futuro de economia, ambiente e sociedade sustentável” (RIFAI, 2012).*

O turismo, quando desenvolvido de forma não estruturada, não planeada, tem impactos negativos sobre os territórios e, por conseguinte, sobre as populações locais que nele habitam. Como tal, o conceito de sustentabilidade faz todo o sentido numa abordagem a um sector de atividade que envolve uma multiplicidade de intervenientes (institucionais e privados) e que abarca domínios paralelos, como o ambiente, o património ou as próprias cidades, enquanto territórios privilegiados do desenvolvimento turístico.

Segundo OLIVEIRA, E. e MANSO, J. (2010:239), referindo-se à posição da OMT, *“o desenvolvimento sustentável do turismo é um meio para diminuir as assimetrias regionais existentes entre os países e no interior dos países, na medida em que este vai de encontro às necessidades das regiões turísticas, já que protege e aumenta as oportunidades de desenvolvimento dessas mesmas regiões”*. Visto por este prisma, a sustentabilidade do turismo, mais que uma mera exigência ecológica, remete para a articulação entre os três pilares do desenvolvimento sustentável -ambiente, economia e sociedade, de modo a proteger as oportunidades de desenvolvimento das regiões com potencial turístico.

No âmbito dos recentes trabalhos da Cimeira Rio+20<sup>8</sup>, Gastão Vieira, ministro do turismo do Brasil, afirmou que *“a definição de competitividade em turismo está intimamente ligada a três objetivos: desenvolvimento, inclusão e conservação”*<sup>9</sup>, numa alusão clara à ideia de não poder haver qualquer crescimento económico no turismo sem considerar a sustentabilidade e a conservação dos recursos naturais.

Segundo SILVA, J. e FLORES, A. (2006:231), *“sendo o turismo uma actividade económica complexa e transversal mas acima de tudo utilizadora de recursos públicos e naturais, sociais e culturais, a consciencialização e busca de soluções sustentáveis*

---

<sup>8</sup> A Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável, a Rio+20, realizou-se entre os dias 13 e 22 de Junho de 2012, na cidade do Rio de Janeiro e marcou os vinte anos de realização da 1ª Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (Rio-92). À margem deste evento, teve lugar a agenda "Green Innovation in Tourism", numa organização conjunta entre UNEP (United Nations Environment Programme), OECD (Organization for Economic Co-operation and Development) e WTO (World Tourism Organization).

<sup>9</sup> Consulta em: [http://www.oecd.org/document/2/0,3746,en\\_21571361\\_44315115\\_50638978\\_1\\_1\\_1\\_1,00.html](http://www.oecd.org/document/2/0,3746,en_21571361_44315115_50638978_1_1_1_1,00.html)

*equilibradas para a sua gestão, surge como condição básica e desafio para um turismo que queira propiciar experiências enriquecedoras e autênticas”* e que, em última instância, serão fundamentais à própria competitividade dos destinos. Dito de outra forma, é no destino que se ganha ou se perde a batalha da competitividade, com base no grau de organização, mas também na criatividade e sofisticação da oferta dos recursos, produtos, serviços e/ou experiências.

Mas também pela sua transversalidade, o turismo acaba de algum modo por assumir uma posição de charneira na economia mundial (e também na nacional) razão pela qual, não pode (ou não deve) ser visto de forma redutora e tradicional, mas como um todo, isto é, na sua complexidade, o que implica considerar toda a sua cadeia de valor. Por outras palavras, *dever-se-á evitar a subalternaização do turismo* (CUNHA, 1997), ou seja, a abordagem horizontal onde são privilegiadas as relações de interdependência entre os diferentes sectores de atividade associados ao turismo, em que o desenvolvimento e o sucesso deste decorrem apenas da atribuição de uma *“dimensão turística”* aos referidos sectores (transportes, cultura, infraestruturas, ambiente, entre outros).

COSTA E BUHALIS (2006:205) reforçam esta ideia, alertando para a necessidade de articular os *“elementos estáticos”* (alojamento e restauração) com os *“elementos dinâmicos”* (eventos/experiências turísticas), lembrando que *“successful destinations will then be those with capacity to stage diverse, quality, unique and authentic experiences”*.

Por outro lado, também não podemos ignorar que o turismo é uma atividade que implica uma capacidade de (re)adaptação constante, pois trata-se de um sector dinâmico e que se encontra muito dependente de um grande número de variáveis que acabam por definir novas tendências no comportamento dos movimentos turísticos mundiais, nacionais ou mesmo regionais. A primeira década do séc. XXI, por exemplo, fica marcada pela ocorrência de diversos acontecimentos, na área económica, mas também ao nível dos avanços tecnológicos, daí resultando novos desafios.

Segundo a WTTC – *World Travel & Tourism Council* (2011) há que destacar cinco aspectos fundamentais que marcaram esta última década:

- ***O enfoque na proteção e segurança*** – Tendo como ponto de partida os acontecimentos ocorridos a 11 de Setembro de 2001, alterações significativas foram sendo gradualmente introduzidas nos aeroportos e nos sistemas de vigilância e controlo dos passageiros, conduzindo a novas práticas que nalguns casos se traduziram em prejuízos económicos consideráveis<sup>10</sup>.
- ***Reforço das ligações low-cost*** – Com uma nova forma de operar, muito alicerçada nas facilidades proporcionadas pelas novas tecnologias, o aparecimento das companhias de baixo custo, para além do reforço do número de passageiros, trouxe consigo alguma prosperidade económica a regiões mais pequenas dotadas de aeroportos secundários, em detrimento dos aeroportos principais, situados nas grandes áreas urbanas. A este aspeto, há a considerar o efeito de competitividade que a entrada destas companhias trouxeram para o mercado da aviação comercial, com reflexos diretos nos preços, com claros benefícios para os consumidores/turistas.
- ***O crescimento da Internet e das ligações móveis*** – As facilidades proporcionadas pelas novas tecnologias, oferece aos turistas muita e diversificada informação, o que lhes permite desde logo, uma melhor planificação das suas viagens. Essa mesma informação torna-se decisiva no momento da escolha do destino. O turista deixa de ser um consumidor passivo para se tornar num elemento mais ativo, capaz de, por exemplo, definir os seus próprios trajetos, ou até mesmo, negociar os melhores preços para a sua estadia.

---

<sup>10</sup> Veja-se, por exemplo, no caso do Aeroporto da Madeira, as implicações que as restrições de bagagem de mão na cabine representaram para o sector da comercialização de vinhos e flores. Com efeito, a compra deste tipo de artigos, como lembrança ou oferta, dinamizava substancialmente o comércio do próprio aeroporto. As rigorosas medidas de restrição ao transporte de bagagem na cabine, obrigou estas empresas de venda de artigos típicos regionais a adotar diferentes estratégias de comercialização para superar estes impedimentos legais, nomeadamente, ao nível da conceção de novas embalagens de transporte mais adequadas à circulação nos porões das aeronaves, assegurando com eficácia o seu transporte, garantido a entrega dos produtos no seu destino em perfeitas condições.

- **A evolução dos *social media*** – com a chegada da Web 2.0<sup>11</sup>, mais do que um consumidor de conteúdos, o turista passou ele próprio a poder pronunciar-se na Internet sobre as suas viagens, os seus trajetos ou o alojamento utilizado. O *Tripadvisor* é um bom exemplo desta nova forma de utilizar a Internet, fornecendo avaliações sobre os locais visitados que, além de válidas, são potencialmente decisivas no processo de escolha de futuros turistas, considerando-se que, em muitos casos, as informações obtidas por esta via, são mais genuínas do que aquelas que nos são oficialmente divulgadas.
- **Novos comportamentos e estratégias** - Particularmente expressivo na Europa, verifica-se a tendência para privilegiar os *short-breaks* em detrimento das tradicionais férias de longa duração. Por razões económicas, laborais ou outras, a tendência para a dispersão do período de férias por diferentes momentos ao longo do ano é atualmente uma opção para muitas turistas. De resto, a atenção que hoje se dá, por exemplo, ao mercado das *city breaks*<sup>12</sup>, comprova essa tendência, sendo naturalmente um sector a explorar.

---

<sup>11</sup> Não sendo um conceito que gere consensos, a expressão “web 2.0” remete-nos para uma segunda geração de internet onde o utilizador destaca-se pela possibilidade que tem nos domínios da produção e consumo de conteúdos na rede. Criado pela empresa O’Reilly Media em 2004 e refere-se a uma segunda geração de serviços na Internet com ênfase na colaboração e partilha de informação. Também conhecida por Web Social, o “novo” utilizador deixa de ser um mero recetor (passivo) da informação para passar ao papel de emissor (veja-se por exemplo, o caso do *Youtube*, *Twitter*, *Wikipédia*, *Flickr*, entre muitos outros).

<sup>12</sup> Identificado com um dos dez produtos estratégicos definidos pelo PENT, o conceito de “*City break*”, segundo o Turismo de Portugal, remete-nos para os turistas que viajam para uma determinada cidade com o objetivo de visitar atrações relacionadas com uma variedade de temas (histórico, cultural, social, etc.). Durante a sua estada, ficam alojados em hotéis confortáveis de 2-3 estrelas e procuram produtos e serviços com preços acessíveis (*city break standart*), ou então, procuram serviços personalizados de alta qualidade, boutique hotéis, hotéis de 4-5 estrelas e com charme, menus de degustação e provas de vinho, etc. (*city break upscale*). Acresce também uma terceira variante deste modalidade - *city breaks temáticos*, em que os turistas viajam para uma cidade com o objetivo de visitar atrações e de viver experiências relativas a um tema específico, como por exemplo, assistir a um evento musical, teatral, cinematográfico, desportivo, de moda, etc.

## 1.2 O TURISMO EM PORTUGAL

*“Cremos que não haverá em Portugal quem duvide de que o turismo é uma grande, talvez a maior, oportunidade para o País. Para esta conclusão concorrem argumentos de natureza absoluta que favorecem a oferta – como sejam o clima ameno, a beleza e diversidade das paisagens, a quantidade e qualidade do património, a localização europeia, a tradição do mercado e o nível de segurança pública -, mas também outros, de natureza relativa, que decorrem da frágil competitividade internacional da generalidade da nossa economia”*

UMBELINO, J. e PAIS, A. (2006:223)

Enquanto atividade económica, o turismo é entendido como um sector estratégico prioritário para o País que *“contribui para a melhoria da qualidade de vida dos Portugueses e para a promoção da coesão territorial e identidade nacional enquanto recurso indutor de inúmeras atividades com ele relacionadas, contribuindo para o desenvolvimento sustentado em termos ambientais, económicos e sociais”* (Conselho de Ministros n.º53, 2007). No atual quadro político, as referências ao sector confirmam a sua importância estratégica, apresentando-se como medida a implementar, o *“reforço da atratividade do Turismo, nomeadamente pela articulação de políticas com o ordenamento do espaço, o ambiente, os transportes, a saúde, o mar e a cultura”* (Programa do XIX Governo Constitucional, 2011).

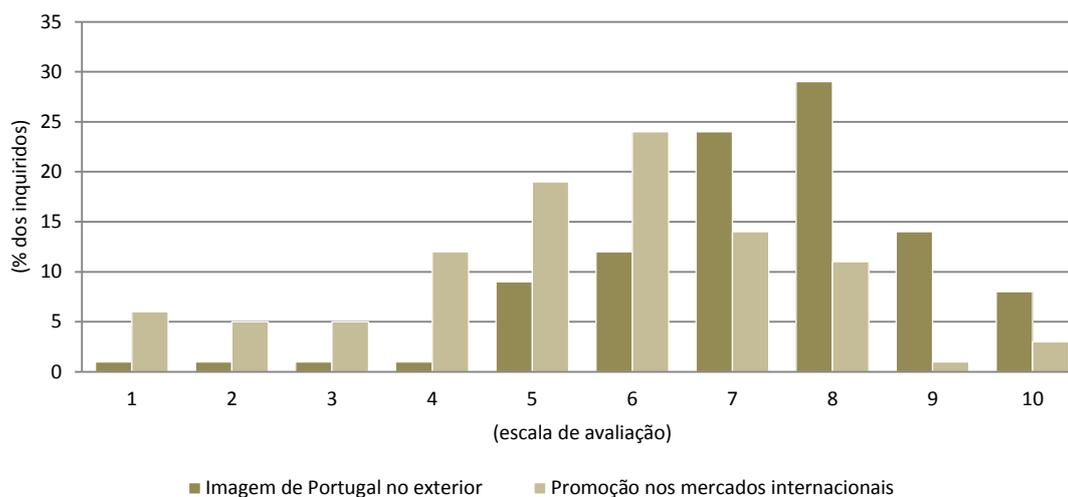
Segundo a OCDE (2010) e com base na Conta Satélite do Turismo, o consumo turístico representava em 2008, cerca de 10,5% do PIB e aproximadamente 8% do emprego direto/indireto, ilustrando bem a importância relativa desta atividade na economia nacional.

Na *newsletter* digital de janeiro (2013), o Turismo de Portugal referia-se ao sector turístico como *“um dos mais inovadores e dinâmicos da economia mundial, com um peso económico e social muito relevante em Portugal e que dá um contributo fundamental para a captação de divisas e para as exportações, tornando-nos num dos principais destinos turísticos mundiais”*. Este sector é atualmente o mais representativo ao nível da exportação de serviços, alcançando cerca de 43% do total em 2011, valor esse que em julho de 2012, de acordo com os valores do Banco de Portugal, haviam aumentado cerca de 8% face ao período homólogo de 2011. E em 2010, o turismo representava já cerca 9% do PIB nacional.

Outro organismo mundial, o Fórum Económico Mundial (2011) reporta os avanços que Portugal tem realizado na consolidação das suas estruturas de apoio ao turismo, facto que lhe permite alcançar o 18º posto entre 139 países, ao nível do índice TTCI – *Travel and Tourism Competitiveness Index*<sup>13</sup>, destacando-se entre diversos itens, a componente dos recursos humanos, os culturais e ainda, os naturais.

Em relação ao exterior, o IPDT - *Institute for Tourism Planning and Development*<sup>14</sup> refere que Portugal goza de uma "imagem muito positiva". Numa escala de avaliação que varia entre 0 e 10, cerca de 22% dos inquiridos atribuíram classificação máxima (entre 9 e 10) e 53% atribuíam classificação entre 7 e 8. Seguindo a mesma escala de avaliação, o estudo revela ainda que em matéria de promoção turística nos mercados internacionais ainda há muito a fazer: apenas 4% atribuem nota máxima (entre 9 e 10), 25% atribuem classificação entre 7 e 8 e 43% entre 5 e 6 (fig. 4).

Figura 4 A imagem do destino Portugal



Fonte: IPDT - Institute for Tourism Planning and Development, 2011 (elaboração própria).

<sup>13</sup> Este índice é composto por uma análise de três áreas-chave: quadros regulamentares, ambientes de negócio e infraestruturas e, por último, recursos humanos, culturais e naturais. Para cada uma destas três áreas existem sub-índices mais específicos, sendo a avaliação de cada um deles feita numa escala de um a sete. No total são avaliados individualmente catorze sub-índices, contendo cada um deles diversos parâmetros específicos de análise.

<sup>14</sup> O IPDT é um membro da UNWTO- World Tourism Organization, tendo realizado em 2010 o estudo sobre a Imagem do Turismo Português, com base na opinião de 80 especialistas internacionais na área do turismo, de origens muito diversas (32 países). Os resultados do estudo foram apresentados na VII Conferência Internacional sobre Hospitalidade e Turismo.

Ainda no mesmo estudo, procurou-se perceber que atributos se associam à imagem de Portugal. O binómio "sol & mar" reúne a preferência de 45% dos inquiridos, 15% ao "vinho/gastronomia", 13% associam o país ao conceito "citybreak", seguido pelo "golf" com 9%. Quando questionados sobre o produto-chave no qual se deveria incidir ao nível da comunicação externa, a oferta "sol & mar" reúne 20% das sugestões, mas é o conceito de "good value for money" que gera mais consensos - 42%.

Este conjunto de dados, remete-nos para a seguinte reflexão: sendo um sector de manifesta importância na economia nacional, com implicações ao nível do ambiente, da sociedade e do território, com particular ênfase ao nível do desenvolvimento de determinadas regiões (de que a RAM é seguramente um bom exemplo), como poderemos potenciar esta atividade que prima pela transversalidade? Que estratégia(s) seguir no sentido de reforçar o potencial turístico do país? Que áreas de intervenção deverão ser privilegiadas para dar uma resposta mais adequada à procura, mantendo os pressupostos da desejada sustentabilidade? Que importância se reveste o turismo como instrumento de desenvolvimento regional?

De facto, "sol e praia" representam já cerca de cinco décadas de atividade turística, de que o Algarve será naturalmente o melhor exemplo, mas novos segmentos de mercado emergem com relativa rapidez, merecendo toda a nossa atenção: o turismo residencial, urbano, de negócios, desportivo, saúde, ecoturismo, entre outros. Em paralelo, surgem novos perfis de turistas, particularmente sensíveis aos valores ambientais, bem como, à genuinidade do produto oferecido, baseado na preservação das culturas e das tradições.

Claro que, a atual situação do sector turístico, não pode ser desligada do seu passado histórico. Enquanto atividade organizada e com carácter empresarial, podemos afirmar que o turismo constitui um fenómeno recente. A primeira Repartição de Turismo em Portugal surge em 1911 e só passados dez anos se assistiu à abertura da primeira representação do turismo nacional no estrangeiro, mais concretamente em Paris, gerido pelo Estado português e pela Companhia Portuguesa dos Caminhos-de-ferro. Nesta altura, as estâncias termais eram o mote para a promoção do turismo

interno, cabendo à RAM e a Lisboa, o ónus da oferta nacional, no que concerne ao turismo internacional.

A primeira década do séc. XX foi também profícua em inovações que mudaram significativamente a forma como comunicávamos, aproximando pessoas e facilitando os contactos, acompanhada por um crescimento sem paralelo na área dos transportes. Por outro lado, o desenvolvimento industrial e a melhoria dos níveis de vida conduziram à crescente democratização do direito de viajar por lazer e rapidamente o turismo tornou-se um fenómeno social que se faz acompanhar de uma dimensão económica sem precedentes.

As décadas de 50 e 60 trouxeram novo fôlego ao sector, após a estagnação causada pela II Guerra Mundial. A generalização da aviação comercial<sup>15</sup>, e posteriormente, do automóvel particular, foram factores decisivos na expansão do sector. Rapidamente, a fachada Mediterrânea reforça a sua (boa) imagem alicerçada no fascínio pelo mar aliado ao significativo número de horas de sol disponíveis durante praticamente todo o ano, convertendo-se assim num destino de eleição - *“a fachada do lazer da Europa”* (CRAVIDÃO e CUNHA, 1994), tornando-se Portugal um destino de referência, pela sua posição geográfica privilegiada e por mérito dos seus reconhecidos e apreciados atributos naturais (sol, praia e clima), o que conduziria a um rápido crescimento das entradas de turistas, obrigando à multiplicação de investimentos, sobretudo no Algarve, mas também na Madeira, nem sempre equilibrados ao nível das estruturas de acolhimento e, sobretudo, na sua relação com o território e o ambiente.

Hoje, em pleno século XXI, os desafios são compreensivelmente outros mas a importância e o entusiasmo que se dedicam ao sector não diminuiu, assumindo-se como uma atividade bem consolidada nos hábitos da vida moderna, ainda que a atual conjuntura económica nacional (e também internacional) esteja a condicionar o

---

<sup>15</sup> Ainda que inaugurado na década anterior, mais precisamente no ano de 1942, devido aos constrangimentos da Guerra em curso, só na década de 50 se assistiu à expansão do Aeroporto de Lisboa, obrigando à sua ampliação. A criação da TAP (Transportes Aéreos Portugueses) surge também em 1945 pela mão de Humberto Delgado (na altura, Diretor do Secretariado da Aeronáutica Civil), surgindo a primeira linha comercial um ano depois com a ligação Lisboa-Madrid. A década de 50 representaria ainda uma viragem técnica no mundo da aeronáutica, com a entrada na era do jacto, embora tal só se tornasse realidade para a TAP na década de 60. Todo este crescimento viria a ser reforçado com a abertura dos aeroportos da Madeira e de Faro em 1964 e 1965, respectivamente.

“normal” funcionamento do sector, conduzindo a um clima de maior adversidade, obrigando os diversos agentes turísticos à adoção de diferentes estratégias.

Neste sentido, é importante compreender a abrangência do sector, cujo sucesso passa desde logo, pela capacidade de compreender e reconhecer a importância da articulação entre os intervenientes públicos e os privados, bem como, pela eliminação da tradicional ideia redutora de um turismo circunscrito à infraestrutura hoteleira. O conceito de “*constelação do turismo*” (LOPES, 2010) alerta-nos para a existência de um sector muito mais vasto e complexo, com um potencial estratégico de crescimento que obriga, pela transversalidade que o sector desempenha na economia portuguesa, (assumindo de algum modo uma posição de charneira), à articulação direta com os restantes domínios estratégicos da sua “constelação”, tais como, o ambiente, as cidades e o desenvolvimento, os serviços de valor acrescentado e a economia do mar.

Em Portugal, o Plano Estratégico Nacional do Turismo (PENT) apresentado em 2006 e com um prazo de aplicação definido até 2015, constitui o documento de base em termos de visão estratégica pelas entidades governamentais, em torno do qual se definem as linhas mestras de atuação perante as características do nosso destino e as especificidades dos mercados emissores.

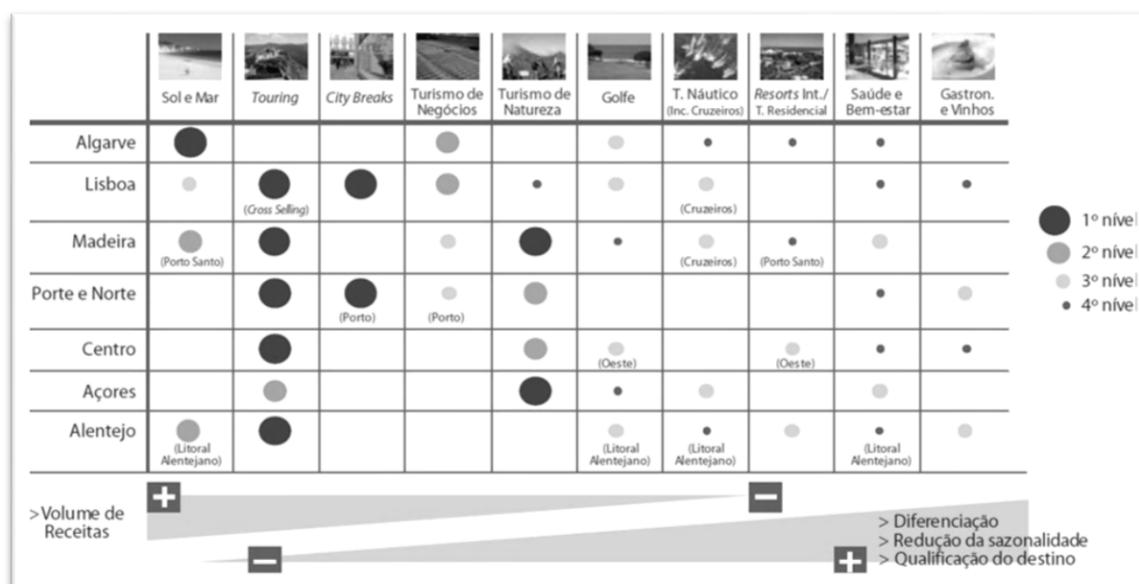
Em traços gerais, trata-se de um documento orientador da atividade turística, *"uma referência estável e enquadradora da atividade turística e das múltiplas vertentes onde a mesma interfere: no ordenamento e qualificação do território, no investimento público e privado, na dinamização das acessibilidades, na qualificação dos recursos humanos, no desenvolvimento dos produtos e dos destinos, na promoção externa"* (Turismo de Portugal, 2011:5).

Subjacente ao Plano, encontramos uma análise prévia da evolução das tendências dos turistas que à data da sua apresentação, apontavam para o crescimento do Turismo *"potenciado pelo desenvolvimento do short break, pelo aumento dos números dos adultos/seniores que viajam e pela procura de experiências diversificadas"*.

Mais que uma espécie de “descentralização”, o Plano aponta para a valorização não apenas das áreas ou regiões tradicionais, mas do país no seu todo, procurando alcançar o desenvolvimento de novos polos de atração turística, tais como, o Alqueva, o Litoral Alentejano, a região do Douro ou a ilha do Porto Santo, esperando-se uma maior contribuição do sector para o PIB, o aumento do emprego qualificado e o reforço do turismo interno<sup>16</sup>.

Com base nas características do nosso país, enquanto destino turístico, definiu-se no PENT dez produtos estratégicos que não apenas incentivam à diversificação da nossa oferta, mas também permitem enquadrar territorialmente as potencialidades mais evidentes de cada região (fig. 5)

Figura 5 Modelo de Implementação do PENT



Fonte: Plano Estratégico Nacional do Turismo, MEI.

SIRGADO (1994) formulou um exercício semelhante, ao efetuar uma avaliação qualitativa das atratividades da cada NUTS III, potencialmente geradoras de dinâmicas

<sup>16</sup> À data de apresentação do PENT, o turismo já representava um dos principais sectores da economia portuguesa. Segundo este documento estratégico, e de acordo com a evolução registada anteriormente, em 2015 Portugal deverá atingir os 20 milhões de turistas e 15 mil milhões de euros em receita, o que significa que estaremos perante uma contribuição económica significativa na ordem dos 15% do PIB e do emprego nacional.

de crescimento de produtos turísticos, identificando uma malha diversificada de produtos turísticos (quinze no total), agrupados em três conjuntos com valências económicas decrescentes<sup>17</sup>. Do trabalho efetuado, concluiu-se que, já na década de 90, “a estratégia de desenvolvimento turístico carece de uma adequação regional”, ideia que permanece perfeitamente atual, estando na base da definição dos produtos estratégicos definidos mais recentemente pelo PENT.

Para executar esta estratégia, foram definidas pelo PENT linhas de ação, conducentes à sua implementação, com base em cinco eixos prioritários que, por seu lado, seriam concretizados em 11 projetos mais específicos (quadro 1).

Quadro 1 Modelo de implementação do PENT

IMPLEMENTAÇÃO DO PENT	
ESTRUTURADA EM 5 EIXOS	CONCRETIZADA EM 11 PROJECTOS
- Território, Destinos e Produtos	- Produtos, Destinos e Pólos
- Marcas e Mercados	- Intervenção em ZIT's (urbanismo, ambiente e paisagem)
- Qualificação de Recursos	- Desenvolvimento de conteúdos distintivos e inovadores
- Distribuição e Comercialização	- Eventos
- Inovação e Conhecimento	- Acessibilidade Aérea
	- Marcas, Promoção e Distribuição
	- Programa de Qualidade
	- Excelência no Capital Humano
	- Conhecimento e Inovação
	- Eficácia no relacionamento Estado-Empresa
	- Modernização Empresarial

Fonte: Plano Estratégico Nacional do Turismo, MEI.

Em relação à RAM, reconhece-se o seu forte grau de dependência (70%), - apenas superada pelo Algarve, com destaque para os mercados britânicos e

<sup>17</sup> No seu estudo “Turismo nas Regiões Portuguesas, contributo para a modelação de um cenário de desenvolvimento e inovação para o final do século”, foram identificados os seguintes produtos estratégicos: Sol, Mar e Praia (integrado no Grupo I – “*muito forte valência económica*”); Negócios, Congressos e Feiras, Eventos, Cultural, Saúde e Repouso, Itinerante, Golfe, Ativo/Desportivo, Cruzeiros e Circuitos (integrados no Grupo II – “*forte valência económica*”); e por último, Espaço Rural, Cinagético, Religiosos, Natureza e Montanha e Estudos (integrados no Grupo III – “*razoável valência económica*”).

alemão que representavam 61% das dormidas de estrangeiros. A RAM é ainda identificada como *“um destino maduro e reconhecido internacionalmente”* prevendo-se que o seu crescimento seja *“baseado mais na qualificação da ilha da Madeira e no desenvolvimento do Porto Santo do que na massificação do destino”* (PENT, 2006).

Em síntese, identificadas as características estruturantes do destino Madeira, os seus principais recursos e os elementos diferenciadores (quadro 2), são apontados os seguintes conceitos/objetivos:

- *“Crescimento em valor da ilha da Madeira e posicionamento Premium do Porto Santo;*
- *Ilha atlântica com características tropicais e enorme diversidade;*
- *Lugar seleteo para férias de curta e média duração ao longo de todo ao ano;*
- *Aumento da atratividade através da oferta de novos produtos qualificadores”.*

**Quadro 2** Características estruturantes do destino Madeira

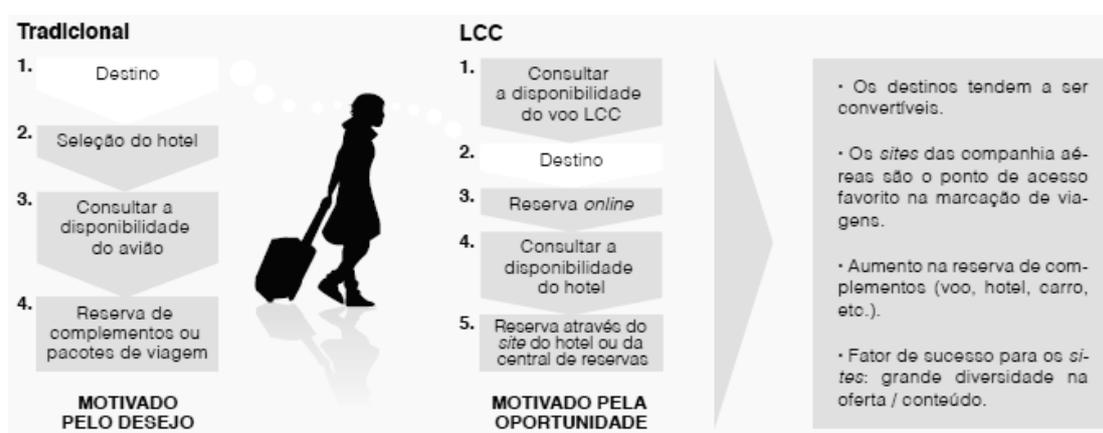
CARACTERÍSTICAS-CHAVE	RECURSOS PRINCIPAIS	FACTORES DISTINTIVOS
- Crescimento baixo do número de dormidas	Natureza - levadas	Concentração de recursos;
- Taxa de ocupação acima da média nacional	Cidade do Funchal	Beleza natural e flora;
- Redução do <i>RevPar</i> e da taxa de ocupação dos hotéis	Aldeias típicas (Camacha e Santana)	Condições para "Sol e Mar" em Porto Santo
- Taxa de ocupação baixa face às Canárias	Flora diversificada;	Arquitetura típica
- Oferta hoteleira de qualidade	Praia do Porto Santo;	Qualidade hoteleira
	Centros de Congressos;	Vinho Madeira
	Portos/Marinas;	
	Oferta hoteleira de qualidade;	
	Vinho Madeira.	

Fonte: Plano Estratégico Nacional do Turismo, MEI.

Todavia, desde o período de implementação do PENT até à atualidade, registaram-se vicissitudes imprevisíveis e/ou incontrolláveis, com significativos impactos diretos e indiretos na atividade turística. A crise financeira internacional de

2008 e 2009 (a que também podemos juntar o conseqüente aumento do desemprego e até a pandemia da gripe A), interromperam a trajetória de crescimento que se tinha vindo a verificar<sup>18</sup> e novas tendências, que já se manifestavam noutros mercados, também agora se refletem com mais intensidade no nosso país, como por exemplo, o recurso à internet no momento da programação e na compra do destino, mas acima de tudo, a mudança de paradigma, no que diz respeito ao comportamento do turista perante a aquisição do produto/destino turístico, baseado (ainda mais) na decisão pessoal, com base em critérios economicistas que aguçam o sentido de oportunidade do viajante. O “desejo” dá assim lugar à “oportunidade” no domínio das motivações dos turistas (fig. 6).

Figura 6 Modelo de organização das viagens



Fonte: PENT- Propostas para revisão no horizonte 2015. Análise Roland Berger.

Face à conjuntura, a proposta de revisão do PENT continua estruturada em torno dos dez produtos estratégicos apresentados em 2006, considerando-se que os mesmos “*continuam válidos, devendo ser desenvolvidos com base em estratégias e planos de ação claros que permitam aproveitar todo o seu potencial*”.

Contudo, surgiu a necessidade de clarificar as finalidades de cada um destes produtos (quadro 3).

<sup>18</sup> Ao nível do número de hóspedes, em Portugal, entre 2006 e 2010, o crescimento registado foi de apenas 2,3% (12,4 milhões em 2006 para 13,6 milhões em 2010), enquanto que ao nível das dormidas o crescimento foi nulo, mantendo-se em 2010 os valores registados em 2006 - 37,5 milhões de dormidas. Embora ao nível dos turistas portugueses tenha-se registado um acréscimo muito ligeiro, a verdade é que tal não foi suficiente para colmatar a redução registada nos principais mercados emissores estrangeiros.

**Quadro 3** Orientação definida para os produtos turísticos estratégicos portugueses

PRODUTO TURÍSTICO	MEDIDAS A IMPLEMENTAR
<b>Sol &amp; Mar</b>	Qualificar o “Sol & Mar”, melhorando os recursos e assegurando a integração com outras ofertas complementares e alargando os serviços associados.
<b>Golfe</b>	Reforçar o posicionamento de Portugal como destino de golfe de classe mundial, proporcionando uma maior visibilidade de regiões emergentes neste produto e apostando no segmento da formação e na realização de eventos de grande notoriedade internacional.
<b>Turismo de Negócios</b>	Apostar na qualificação das infraestruturas de suporte, na captação proativa de eventos e em ofertas criativas que contribuam para proporcionar experiências memoráveis aos participantes.
<b>City Break</b>	Dinamizar o city break, integrando eventos, cultura e itinerários que atraiam turistas internacionais para Lisboa e Porto e turistas nacionais para cidades de média dimensão.
<b>Touring – Turismo Cultural e Religioso</b>	Reforçar o touring – turismo cultural e religioso formatando itinerários experienciais que sejam uma montra de diversidade do património histórico, cultural e religiosos e aproveitando celebrações religiosas como tema de promoção.
<b>Resorts Integrados e Turismo Residencial</b>	Garantir elevados padrões de qualidade em novos projetos de turismo residencial e melhorar a sua atratividade, assegurando que a construção se inicia pela componente hoteleira.
<b>Turismo de Natureza</b>	Estruturar a oferta de turismo de natureza, melhorando as condições de visitação dos recursos e a formação de recursos humanos.
<b>Saúde e Bem-Estar</b>	Qualificar a oferta de saúde e bem-estar, incentivando o investimento privado e a promoção conjunta das valências médicas e turísticas.
<b>Turismo Náutico e de Cruzeiros</b>	Desenvolver o turismo náutico e de cruzeiros aumentando a quantidade e qualidade das infraestruturas e dinamizando o desenvolvimento das atividades conexas.
<b>Gastronomia e Vinhos</b>	Promover a gastronomia e vinho nacionais como complemento da experiência turística, e como motivação primária em algumas regiões, no quadro do Programa Prove Portugal e seus desenvolvimentos regionais.

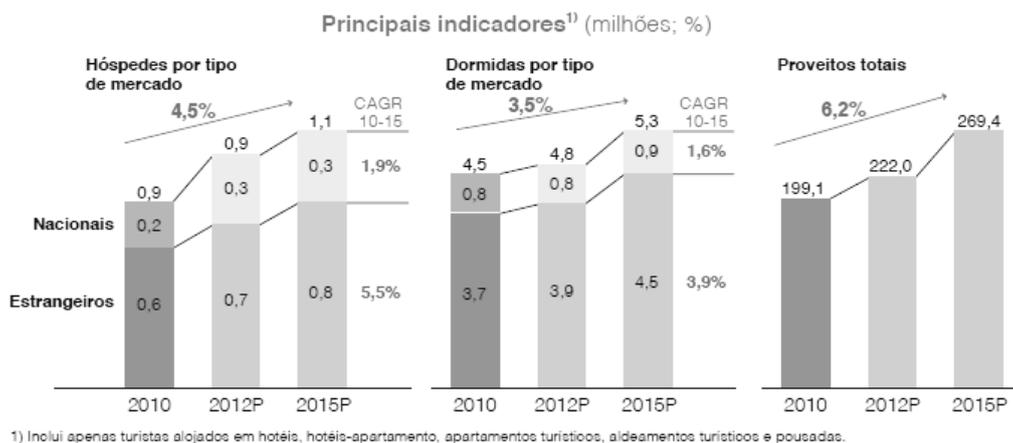
Fonte: PENT – Propostas para revisão no horizonte 2015. Análise Roland Berger.

No que diz respeito à RAM, a previsão continua a ser de crescimento nos principais indicadores - hóspedes, dormidas e proveitos totais (fig. 7), recomendando-se a aposta no “Touring” e nos “Turismo de Natureza” como produtos estratégicos prioritários. Também o “Sol & Mar” surge indicado como produto estratégico em desenvolvimento, considerando sobretudo a ilha do Porto Santo que, pela qualidade da sua praia<sup>19</sup> (uma “marca turística” desta pequena região), reúne desde logo um

<sup>19</sup> Ao contrário da ilha da Madeira que dispõe apenas de praias de calhaus rolados e areia preta (não considerando as praias artificiais de areia amarela existentes nas cidades de Machico e Calheta), a praia do Porto Santo caracteriza-se desde logo pela sua extensão - cerca de 9 km, sendo formado por areia carbonatada biogénica derivada da desintegração dos recifes coralígenos e outros recursos naturais da ilha durante a Última Grande Glaciação (SILVA, 2009). As suas propriedades físicas, químicas e térmicas têm sido alvo de aprofundados estudos científicos, reconhecendo-lhe mais-valias em processos de

potencial natural sem paralelo em todo o arquipélago, pese embora todas as dificuldades que advêm da situação isolamento decorrente da dupla insularidade que caracteriza esta ilha e que, de algum modo, condiciona a exploração turística, embora tal possa ser considerada uma vantagem para o desenvolvimento turístico (DANTAS, 2006).

Figura 7 Previsão dos principais indicadores económicos do turismo na RAM



Fonte: PENT- propostas para revisão no horizonte 2015. Análise Roland Berger.

Note-se que, para os indicadores considerados, as perspetivas de evolução são todas positivas, num horizonte temporal até 2015, sendo ao nível dos proveitos totais que se prevê alcançar a melhor valorização (cerca de 6% face aos valores registados em 2010).

naturoterapia, mas também, por exemplo, ao nível da sua utilização na agricultura biológica ou ao nível da cosmética, não podendo este produto ser dissociado das próprias qualidade e particularidades da água do mar da ilha. Decorrente das informações obtidas pelos estudos produzidos, empresários do ramo da hotelaria e turismo apostaram na criação de infraestruturas específicas (Centro de Geomedicina e Spas, por exemplo), desenvolvendo em paralelo, programas de turismo e saúde destinado a um nicho de mercado muito específico.

### 1.3 O TURISMO NA RAM

*“A hospitalidade dos madeirenses é a expressão dum sentimento e a força dum hábito. É uma manifestação de cortesia, cada vez mais rara em todo o mundo, e é também um prazer dos habitantes”.*

Henrique Galvão (1941)

O Turismo representa para a RAM um importante pilar da sustentabilidade económica e social, envolvendo direta e indiretamente um conjunto diversificado de atividades comerciais e de serviços, que representam uma componente significativa da oferta de emprego regional.

Com cerca de cinco séculos de história na “arte de (bem) receber”, o atual modelo de conceção e desenvolvimento da atividade turística não reúne consensos entre profissionais e investigadores ligados ao sector. Por exemplo, FREITAS (2010:165) aponta determinadas debilidades ao modelo turístico regional, assentes sobretudo na *“pouca diversificação da procura, contrariada por um aumento de competitividade focado em parte na redução dos preços, o que constitui aparentemente uma contradição, num destino que aposta na qualidade”*<sup>20</sup>.

De facto, factores tão díspares como, a conjuntura externa, a atual situação económica interna (difícil), a perda de poder de compra, o aparecimento de novos destinos turísticos, as calamidades naturais como os aluviões de 2010 ou, muito recentemente, os incêndios de 2011 e 2012, a forte dependência dos operadores turísticos e das ligações aéreas à Madeira, levam-nos a considerar que a definição de um modelo de desenvolvimento turístico para a RAM afigura-se como uma tarefa de difícil execução, pela quantidade de variáveis que obrigatoriamente têm de ser consideradas, mas também pelo facto de muitas delas não dependerem do controlo direto da tutela regional e dos agentes privados.

Além do mais, o dinamismo do sector obriga a mudanças permanentes, de forma a dar as respostas adequadas aos novos segmentos de mercado que vão

---

<sup>20</sup> Refira-se, a propósito de *qualidade*, tema sempre presente nos debates em torno do turismo, que se trata de uma expressão *“carregada de ambiguidades”* na opinião de CUNHA (1997), na medida em que, leva a privilegiar uma análise turística do lado da procura, quando deve ser dada primazia ao lado da oferta, considerada como *“o conjunto de todos os serviços de que o turista se utiliza e de todas as condições de receção e atrações internas”*.

surgindo e com eles, turistas com novas e diversificadas motivações para as suas viagens. Como refere FERREIRA (2005:139), *“a identificação dos diferentes tipos de turismo e o conhecimento das tendências internacionais, nomeadamente os novos segmentos de mercado, são importantes para o processo de planeamento estratégico de destinos turísticos na medida em que condicionam o desenvolvimento da oferta turística, principalmente no que diz respeito aos atrativos turísticos a desenvolver”*.

Neste sentido, NEVES (2010:38) fala de um Turismo Alternativo por oposição ao Turismo de Massas, *“associado às preocupações ambientais que a população em geral foi interiorizando e à crescente necessidade de contacto com a natureza e com diferentes culturas e Sociedades”* que nos remete para o Ecoturismo, o Turismo Verde ou o Turismo Ativo. Ainda segundo o autor, na RAM, o Turismo Alternativo é uma atividade emergente *“consustanciada na sua forte identidade paisagística e cultural”*, dando como exemplo, o Turismo de Aventura, um segmento turístico cujo atrativo principal é a prática de atividades de aventura de carácter recreativo.

Esta realidade alerta-nos contudo para a necessidade de acautelar o futuro, pois são vários os destinos que registaram quebras significativas no número de turistas, como resultado das alterações nos padrões de procura, e sobretudo, pela falta de capacidade de resposta (adequada) a essas mudanças, pelo que, para além do estado de monitorização permanente que deve estar presente à gestão de um destino turístico, é necessário que este seja suficientemente pró-ativo para identificar atempadamente os sinais que antecedem as mudanças.

Trata-se no fundo, de acautelar o que FERREIRA (2005) designa por *“variáveis da macro envolvente global de um destino turístico”* – o conhecimento dos fluxos turísticos, as mudanças nos comportamentos e nas motivações, os impactos do turismo, o planeamento turístico e o seu desenvolvimento sustentado, na medida em que estes cinco parâmetros acabam por ser determinantes para a própria sobrevivência dos destinos turísticos.

### 1.3.1 A evolução da atividade turística na RAM

Cinco séculos de história distam desde a descoberta ou achamento do arquipélago da Madeira até aos nossos dias. A sua localização geográfica privilegiada assegurou vitalidade ao desenvolvimento das rotas comerciais, tornando-se o Funchal um centro de comércio por excelência, frequentado por comerciantes de diversas nacionalidades motivados numa primeiro momento, pelas negociações do “ouro branco” – cana-de-açúcar, o motor da economia de exportação que vigorou nos séculos XV e XVI e que viria posteriormente a dar lugar a outro produto de referência – o vinho.

A história da Madeira encontra-se indissociável da sua condição atlântica. Ponto de passagem “obrigatório” nas rotas atlânticas, como tal, com entrada e saída de pessoas e bens durante centenas de anos, foram muitas as marcas deixadas no património, na paisagem e nas memórias de um povo que se afirmou pela capacidade de contornar as adversidades impostas pela natureza, moldando a orografia ao sabor das suas necessidades e abrindo canais (levadas) que lhe permitiam compensar as zonas mais desfavorecidas em termos hídricos, recorrendo às áreas onde este bem era mais abundante, fruto da condição climática.

Mas se numa primeira fase a Madeira se afirmou pelo açúcar, posteriormente foi a produção vinícola que prevaleceu. Mais recentemente, é o turismo que caracteriza vincadamente a economia insular. Como refere LEITE (2000:19), *“estes três ciclos de especialização da Madeira constituem marcas fortíssimas da sua cultura, que hoje podem e devem constituir elementos de formação de atrações turísticas”* e, curiosamente, à semelhança dos ciclos do açúcar e do vinho, também o turismo se desenvolve num suporte físico – o território, mas *“ao invés dos ciclos do açúcar e do vinho, cuja produção se realizava no território e o seu consumo noutra, o ato de produção e do consumo do serviço turístico realiza-se por inteiro no próprio território”*.

Em jeito de síntese, BAPTISTA (2009) refere a existência de duas grandes etapas na história do turismo madeirense: a colonial entre os séculos XV e XVII e a

terapêutica<sup>21</sup> nos séculos XIX e início do século XX, considerando-as associadas na sua origem a conjunturas externas distintas mas unidas pelos seguintes factores: a dependência da navegação marítima, a atracção exercida pela beleza natural da ilha e o clima. ESTUDANTE (2011:16) resume a quatro grupos distintos de turistas que então visitavam a Madeira: doentes, viajantes, turistas e cientistas, referindo que, *“enquanto os primeiros fugiam ao inverno europeu e encontravam na temperatura amena o alívio das suas maleitas, os demais vinham atraídos pelo gosto da aventura, de novas emoções, à procura do pitoresco e do conhecimento e descobrimento dos infindáveis segredos do mundo natural”*.

O século XX daria continuidade à afirmação da Madeira no mundo como destino turístico, ainda que por razões distintas das verificadas no passado. O turismo afirmar-se-ia como o novo suporte da economia regional, atraindo a população (em crescimento) das áreas rurais para a cidade. E com este crescimento da cidade surge também a necessidade de criar novos serviços e equipamentos públicos, bem como, reforçar a rede viária existente.

A entrada de um cada vez maior número de turistas faz despertar a necessidade de edificar as primeiras infraestruturas hoteleiras, assegurando outra qualidade de acolhimento aos visitantes. Para este aumento de turistas contribuiu o reforço das linhas comerciais dos transatlânticos que passavam pelo porto do Funchal, trazendo aristocratas abastados e políticos ilustres como Winston Churchill e Bernard Shaw. Aliás, nesta época a Madeira dependia exclusivamente do transporte marítimo para desenvolver o turismo. A própria cidade do Funchal conhece neste período inúmeros melhoramentos na sua organização espacial apoiados no “Plano Geral de

---

<sup>21</sup> ESTUDANTE (2010) relembra a construção de um Sanatório na Madeira em 1859 - o primeiro construído em Portugal, para receber e tratar o crescente número de estrangeiros que então procuravam a Região, sendo que os registos da época falam, para esse período, de uma média de 300 a 400 doentes anuais, na sua maioria ingleses. É nesta altura que a Madeira viria a receber visitantes ilustres, como os escritores Júlio Dinis e António Nobre, ou os aristocratas Príncipe Alexandre dos Países Baixos e a Princesa D. Amélia do Brasil em 1848. Por outro lado, o debate científico e o desenvolvimento de estudos em torno das potencialidades terapêuticas da climatologia também contribuiriam para a divulgação da Região.

Melhoramento do Funchal”<sup>22</sup>, contribuindo para a implantação de novas unidades hoteleiras.

O clima ameno, a beleza natural da ilha, a riqueza da sua flora, mas também a segurança e paz que oferecia, continuavam a ser elementos que atraíam os visitantes (sobretudo ingleses e alemães) que procuravam fugir ao rigor dos seus invernos e também, nalguns casos, às adversidades causadas pelas duas Grandes Guerras.

A importância que o turismo para a Madeira assume nesta primeira metade do século XX torna-se irrefutável e as próprias autoridades reconhecem-no. Em 1930 foi criada a primeira Comissão de Turismo que acompanharia o desenvolvimento desta atividade e que viria posteriormente, em 1936, a dar lugar à Delegação de Turismo da Madeira.

Ainda no decorrer desta primeira metade do século XX são lançadas as primeiras tentativas no mundo da aviação comercial que teria a sua concretização numa primeira fase, com o recurso aos hidroaviões, datando de 1949 a primeira ligação aérea com recurso aos serviços da companhia *Aquila Airways*. A construção do Aeroporto do Porto Santo em 1960 e o de Santa Catarina em 1964 daria outro fôlego à Região, permitindo o surgimento de carreiras domésticas regulares, voos internacionais e *charters* que impulsionariam o sector.

Também a ampliação do porto do Funchal e a contínua ampliação da rede rodoviária regional, ligando de forma mais eficaz os diferentes pontos da ilha, permitiria o desenvolvimento das excursões que dariam a conhecer a ilha aos turistas mais curiosos e aventureiros.

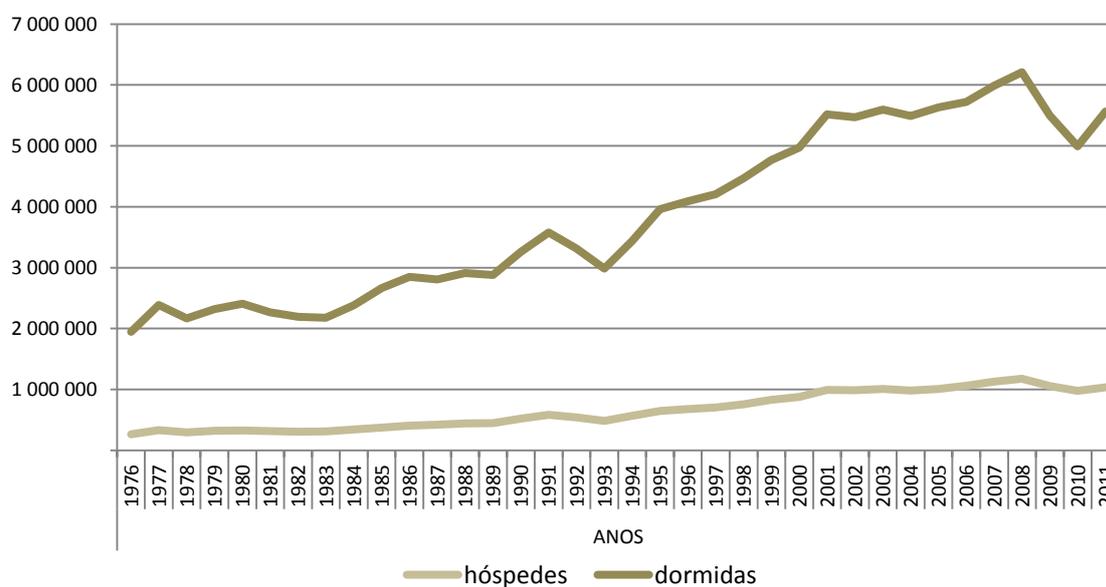
---

<sup>22</sup> Também conhecido como “Plano Ventura Terra” (arquiteto responsável pela conceção do projeto), este plano viria a transformar significativamente a cidade nos anos 30 do séc. XX e, ao contrário de outras cidades da época, não seria a indústria a dinamizar a mudança mas sim o desenvolvimento turístico. PERDIGÃO e VIRTUDES (2010:258) descrevem assim as implicações práticas do Plano a nível territorial: “(...)além das reformas viárias, a demolição da muralha libertou terreno para a criação de espaços públicos inseridos na política de melhoramentos, embelezamentos urbanos e salubridade, de acordo com os pressupostos das cidades modernas europeias. Estes espaços promoviam a desejada imagem do Funchal moderno e de representação da burguesia, uma vez que a cidade afirmava-se como destino turístico procurado pela burguesia europeia. Criou-se, então, um conjunto de espaços públicos de estadia e recreio concentrados no emergente centro urbano, preenchendo os requisitos de salubridade e “como contrapartida higiénica e visual à tendência para a aglomeração compacta”. Destinavam-se a colmatar as necessidades da burguesia residente e em viagem turística, pelo que as intervenções urbanas partiam, essencialmente, da iniciativa de estrangeiros abastados interessados na consolidação do centro urbano e da cidade enquanto estância de veraneio e destino da burguesia europeia”.

Não obstante todas as evoluções registadas ao nível das infraestruturas públicas e privadas, o factor político não pode ser esquecido. A conquista da autonomia político-administrativa consagrada na Constituição da República Portuguesa de 1976, mais que uma data assinalável, corresponde a um novo ciclo de gestão, onde o sector do turismo não ficou à margem e, associado a este novo panorama, surge a criação da Secretariaria Regional do Turismo em 1978.

Uma análise a este passado mais recente, após a consagração do regime autonómico, mostra-nos que o sector turístico na RAM tem demonstrado uma vitalidade considerável que não pode ser negligenciada (fig. 8). Ao nível do número de hóspedes, se em 1976 a RAM registava nos seus estabelecimentos hoteleiros 265 582 hóspedes, em 2010 esse número era já de 976 539, registando-se o valor mais alto em 2008 (1 176 437 hóspedes). Já no que concerne ao número de dormidas, a evolução foi igualmente positiva, sendo em 1976 de 194 7611 e em 2010 de 4 993 525. À semelhança do sucedido com o número de hóspedes, foi também em 2008 que se registou o ponto mais alto no número de dormidas – 6 208 144.

**Figura 8** Evolução do número de hóspedes e dormidas nos estabelecimentos hoteleiros da RAM

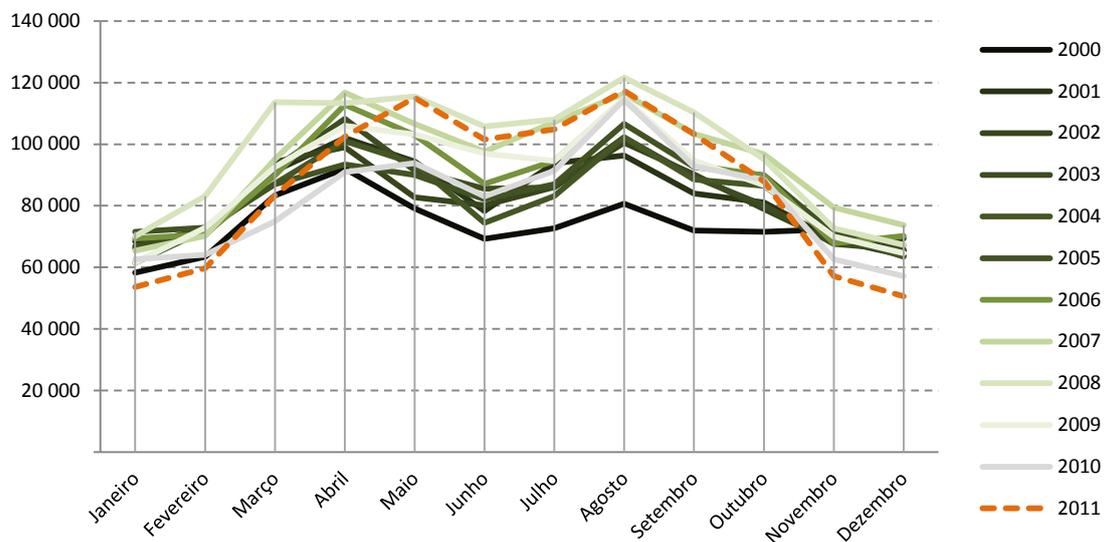


Fonte: Estatísticas do Turismo da RAM, DREM e Estatística do Turismo, INE (elaboração própria).

As quebras registadas nos dois últimos anos estão naturalmente associadas ao quadro económico mundial desfavorável, com o cenário de crise financeira a influenciar negativamente a evolução do sector. Todavia outros factores podem também ser considerados, como por exemplo, os temporais registados em 2010.

Outro aspeto relevante prende-se com a sazonalidade do fluxo turístico regional que, como se constata na figura seguinte, evidencia uma tendência de evolução regular, considerando o período compreendido entre 2000 e 2011 (fig. 9).

Figura 9 Número de hóspedes por mês nos estabelecimentos hoteleiros da RAM

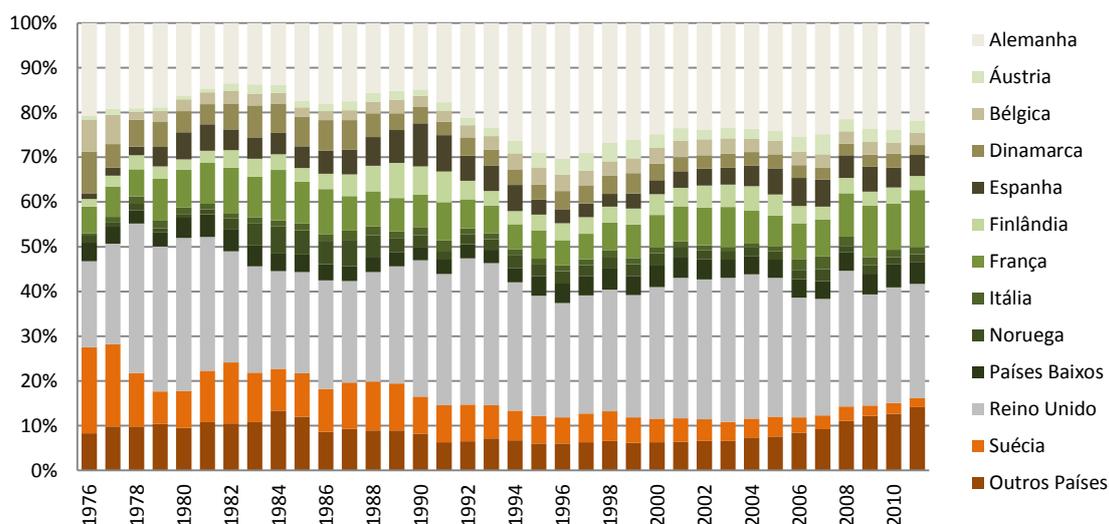


Fonte: Estatísticas do Turismo da RAM, DREM e Estatística do Turismo, INE (elaboração própria).

Assim, registam-se dois picos de afluência nos meses de abril/maio e agosto correspondentes aos períodos usuais/tradicionais de férias. Considerando o último registo (2010), destacado na figura com a linha tracejada, verifica-se que os valores são efectivamente muito dispares ao longo do ano, variando entre os 57 119 hóspedes registados em dezembro e os 114 454 registados em agosto.

Quanto à origem dos turistas estrangeiros, o Reino Unido e a Alemanha continuam a ser os líderes destacados sendo responsáveis por cerca de metade das visitas. Esta tendência pese embora algumas oscilações tem mantido uma relativa regularidade ao longo do período em análise (fig. 10).

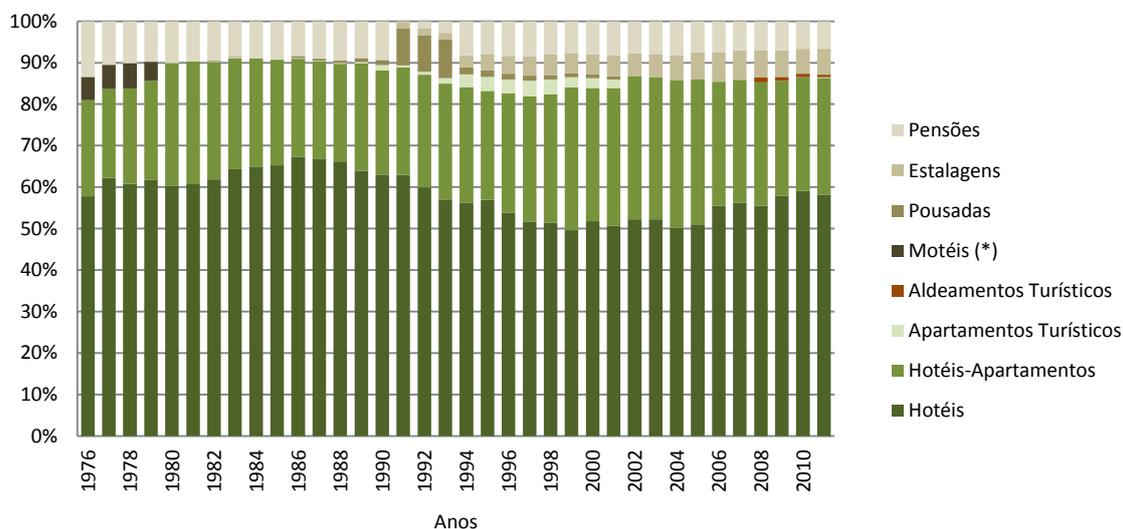
Figura 10 Hóspedes nos estabelecimentos hoteleiros por país de origem



Fonte: Estatísticas do Turismo da RAM, DREM e Estatística do Turismo, INE (elaboração própria).

Por último, e no que concerne ao alojamento, o regime de estadia assenta tendencialmente em hotéis (cerca de 58% no ano de 2010), seguido dos hotéis-apartamentos (fig. 11).

Figura 11 Hóspedes nos estabelecimentos hoteleiros da RAM (por categorias)



(\*) Só existe referência à existência de motéis na RAM entre 1976 e 1979

Fonte: Estatísticas do Turismo da RAM, DREM e Estatística do Turismo, INE (elaboração própria).

Segundo os dados definitivos apurados para 2011<sup>23</sup>, os hotéis, no conjunto dos meios de alojamento turístico coletivo, representam uma estadia média de 5,4 noites, superando o valor médio da RAM que é de 5,3 noites. Este valor é apenas superado pelos alojamentos tipo moradia turística – 5,6 noites em média. As estatísticas revelam ainda que os hotéis produziram 61,1% dos proveitos totais enquanto os hotéis-apartamentos foram responsáveis por 24,2%. O rendimento médio por quarto – *RevPAR*, foi de 33,85€, um pouco acima da média regional que se cifrou nos 30,27€. Refira-se apenas que são as categorias de quatro e cinco estrelas que prevalecem em matéria de oferta hoteleira, sendo responsáveis, respectivamente por 58,5% e 28,8% do número de hóspedes.

### 1.3.2 O perfil do turista - caracterização geral

Segundos os dados apurados pelo estudo encomendado pela Secretaria Regional da Cultura, Turismo e Transportes (ECAM, 2010), os turistas que visitam a RAM têm sobretudo a sua origem em dois mercados emissores tradicionais para a Região: o Reino Unido (22,7%) e a Alemanha (16,8%), seguido pelo conjunto dos países escandinavos (9,7%). Destaque igualmente para os turistas com origem no continente português que representam 22,8%.

Os motivos da deslocação à RAM prendem-se na esmagadora maioria dos inquiridos com razões pessoais/férias (85%), havendo uma percentagem reduzida que se desloca à Região por motivos profissionais (13%). Refira-se a este propósito que relativamente ao género, verifica-se um equilíbrio na caracterização dos visitantes (53% do sexo feminino e 47 % do sexo masculino), exceto no grupo específico dos visitantes que se deslocam por motivos profissionais em que a grande maioria são do sexo masculino (74%).

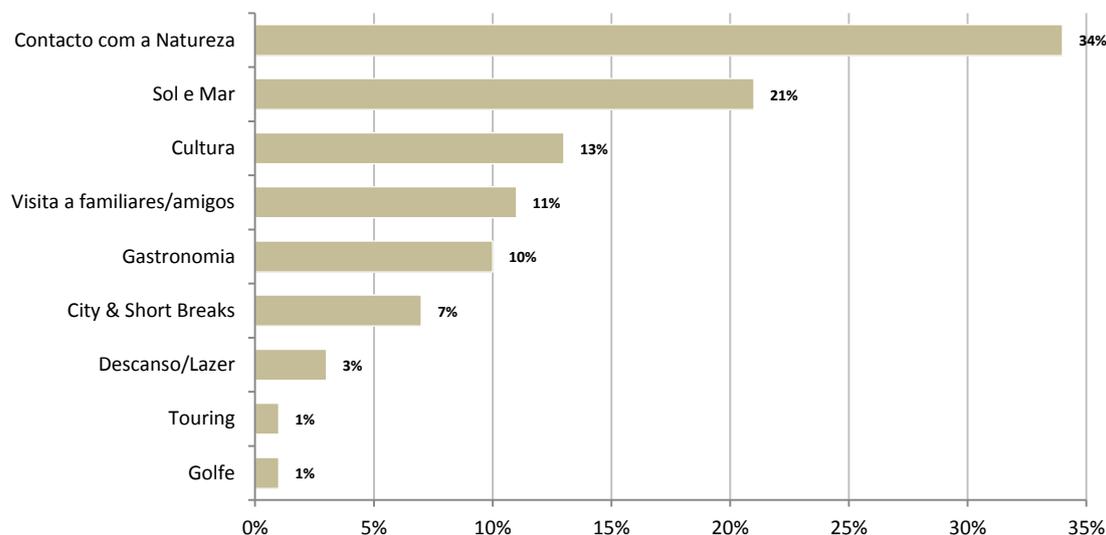
Deste primeiro grupo (deslocação por razões pessoais e/ou férias), são diversos os motivos que são evocadas para a visita à Região, destacando-se o “contacto com a natureza” como o factor preponderante (fig. 12). Quanto ao segundo grupo, as

---

<sup>23</sup> Fonte: <http://estatistica.gov-madeira.pt/visualwebPlus/publicacion.jsp?publicacion=TURI171764>.

“reuniões de negócios” surgem como a razão principal (32%), seguido pelas “vendas e outros serviços” e “seminários/congressos/ conferências” (22% e 19% respetivamente).

Figura 12 Motivo principal da viagem em férias

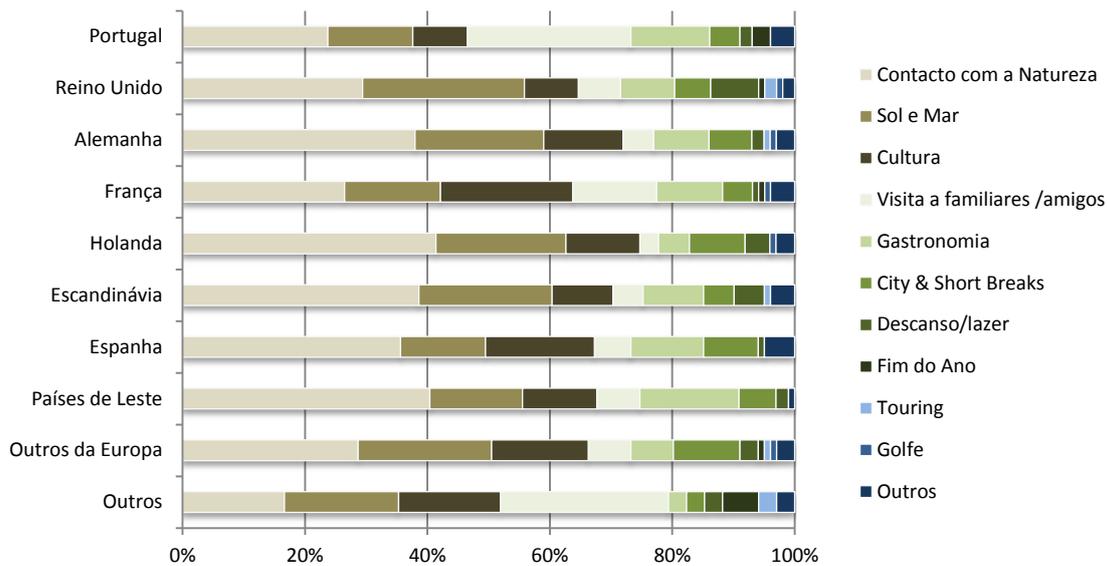


Fonte: ECAM, SRTT 2010 (elaboração própria).

Uma análise mais detalhada deste parâmetro, mostra-nos a existência de determinadas particularidades dos mercados emissores, nomeadamente o enorme peso que o "contacto da natureza" representa para mercados com origem nos países de leste<sup>24</sup> ou escandinavos (40% e 39%, respetivamente), ou o peso relativamente elevado da gastronomia (13%) e das visitas a familiares/amigos (27%) que o mercado português representa (fig. 13).

<sup>24</sup> Trata-se de um dado importante se pensarmos no peso dos chamados “mercados emergentes” para a o turismo da RAM onde se inclui a Europa de Leste e a Rússia (bem como, o Brasil). Segundo comunicado da SRCTT de 2012, a aposta ao nível da promoção nestes mercados tem-se materializado numa resposta de sucesso comprovada pelos resultados registados em 2011: “(...) no que toca aos mercados com maior número de turistas entrados, é a Rússia que lidera a tabela de crescimento, com uma variação de 55,7% comparativamente às entradas de 2010. Segue-se a República Checa, com um crescimento de 54,3% e a Polónia, com um aumento de 43,3%. Em termos absolutos, entraram na Madeira, em 2011, 19.700 turistas polacos, 15.480 russos e 10.521 checos” (fonte: [http://srtt.gov-madeira.pt/index.php?option=com\\_content&view=article&id=4374:mercados-emergentes-crescem-em-2012&catid=4:noticias&Itemid=10](http://srtt.gov-madeira.pt/index.php?option=com_content&view=article&id=4374:mercados-emergentes-crescem-em-2012&catid=4:noticias&Itemid=10)).

Figura 13 Motivo da viagem por mercado emissor



Fonte: ECAM, SRTT 2010 (elaboração própria).

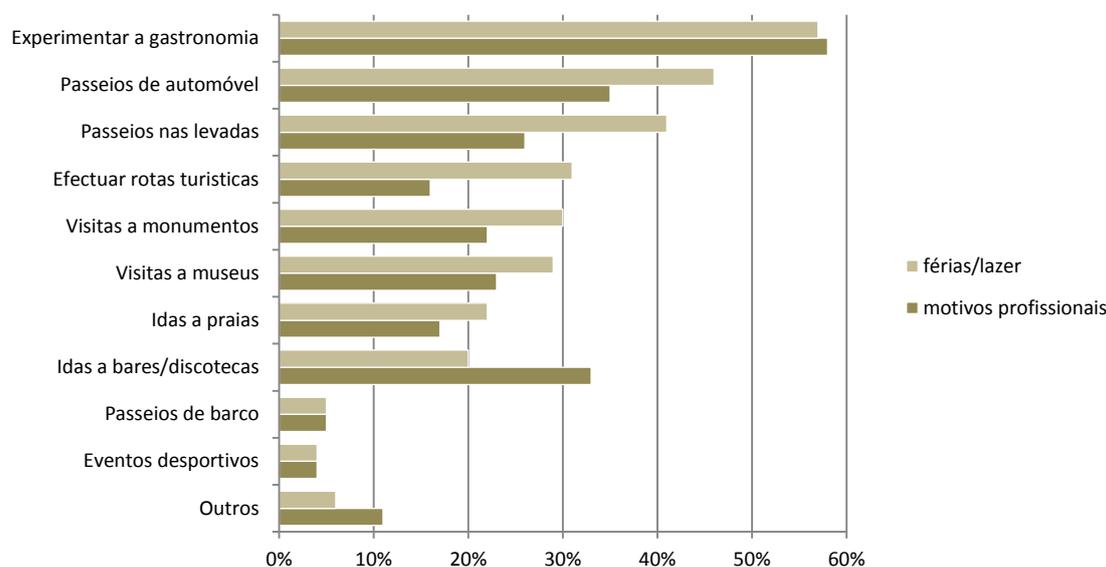
O comportamento do turista na preparação da sua viagem representa igualmente um dado de interesse nesta caracterização. O recurso às novas tecnologias de informação por cerca de 36% dos turistas, expressa este "novo" modelo de preparação (e também da aquisição) da viagem.

Não podemos ignorar, a este propósito, que o turismo enquanto produto/serviço apresenta características muito distintas de um qualquer bem de consumo. Como refere FREITAS (2010:168), "(...) o produto turístico é um serviço validado pelo consumidor apenas à posteriori". É igualmente um produto composto que decorre de combinação de elementos tangíveis e intangíveis que acabam por se traduzir numa experiência.

Neste sentido, o recurso à internet é uma prática cada vez mais comum entre turistas que procuram recolher informações prévias sobre o destino que procuram, o que poderá funcionar como um estímulo, pois essas mesmas informações raramente substituem o desejo e o consumo da viagem (MARUJO, 2008).

Segundo este mesmo estudo, podemos também observar a multiplicidade de atividades às quais os turistas dedicam o seu tempo (fig. 14).

Figura 14 Atividades praticadas, segundo o motivo da viagem



Fonte: ECAM, SRTT 2010 (elaboração própria).

A ideia do lazer associada aos passeios de automóvel pela ilha, o desfrutar da oferta gastronómica regional e ainda o contacto com a natureza, através dos passeios pelas levadas ou das idas às praias são os aspectos mais focados. Curiosamente, tratando-se de uma ilha, as idas às praias e os passeios de barco, acabam sendo experiências pouco valorizadas pelos turistas, embora tal possa ser explicado, em parte, no primeiro caso, pelo facto das unidades hoteleiras se encontrarem bem apetrechadas em matéria de piscinas, não sentindo o turista a necessidade de se deslocar a um praia específica para usufruir desse momento de lazer.

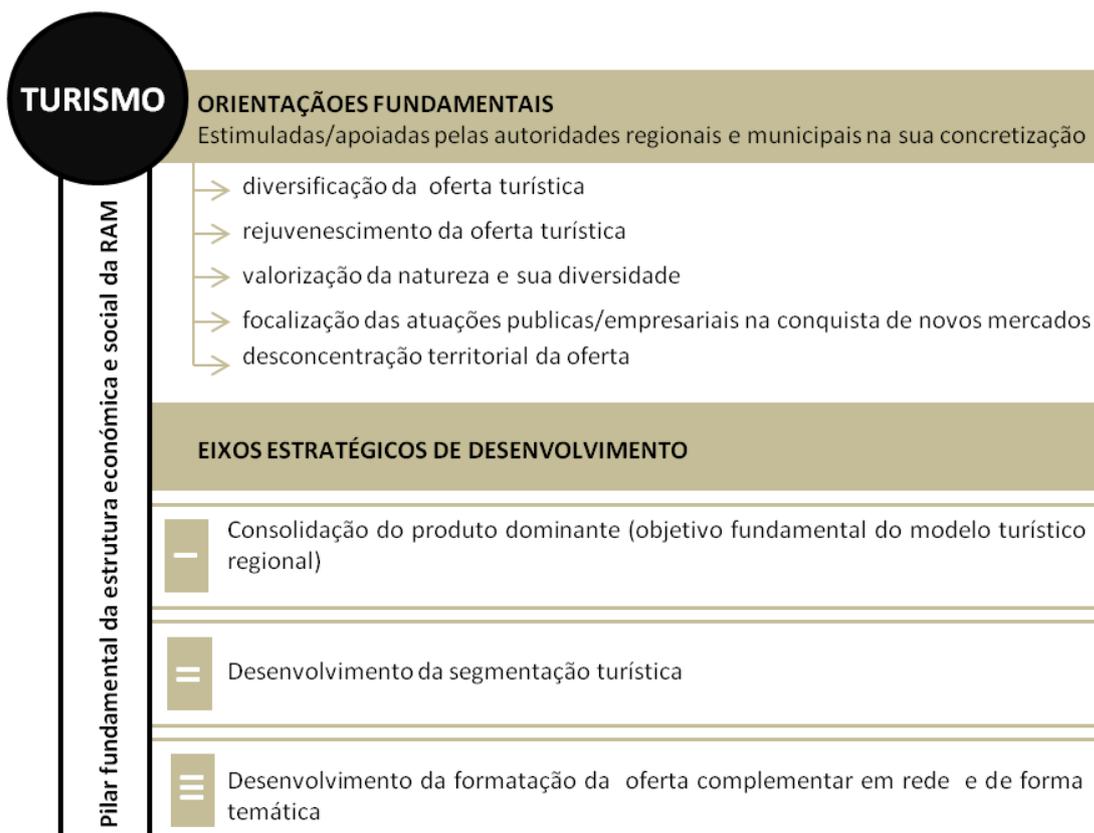
### 1.3.3 Turismo na RAM - enquadramento estratégico

Considerado um destino turístico por excelência, o arquipélago da Madeira há muito que descobriu esta sua vocação de bem receber e agradar aqueles que nos visitam, num gesto claro de reconhecimento da importância que este sector de atividade representa, constituindo uma *“tábua de salvação para o desenvolvimento da Região”* (MARUJO, 2008:73).

Documentos de gestão estratégica regional como o PDES – Plano de Desenvolvimento Económico e Social 2007-2013, não ignoram essa realidade. Neste documento oficial assume-se que *“as atividades associadas à temática do turismo, que inequivocamente correspondem – e continuarão a corresponder no horizonte 2013 – a um dos pilares fundamentais da estrutura económica e social da RAM, são de forma intrínseca conduzidas e concretizadas por agentes privados, cabendo às autoridades regionais a responsabilidade pelo desempenho de funções supletivas de orientação, de enquadramento, de facilitação e de promoção”* (PDES, 2006:66).

A figura seguinte (fig. 15) procura sintetizar as linhas de atuação estratégicas defendidas para este sector para um horizonte temporal válido até 2013, podendo ser entendido como a base do modelo turístico regional.

Figura 15 Orientações estratégicas de atuação definidas no PDES 2007-2013 para a RAM



Fonte: Plano de Desenvolvimento Económico e Social, 2006 (elaboração própria).

O reconhecimento da necessidade de diversificação da oferta turística associado à captação de turistas de faixas etárias mais jovens são aspectos fundamentais do Plano.

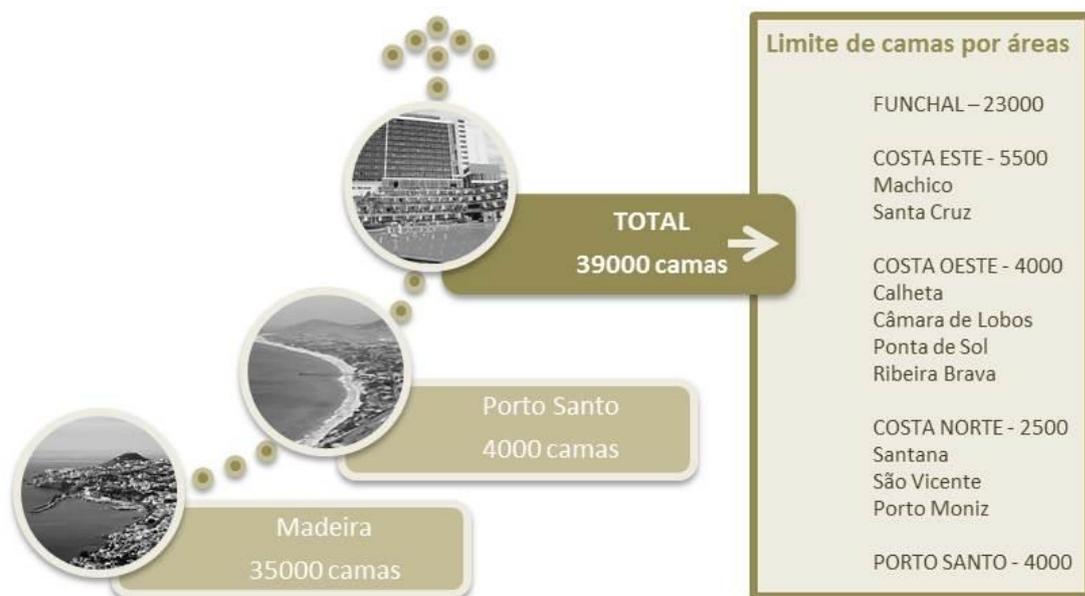
Por outro lado, ainda que se consagre à cidade do Funchal o papel de grande centro emissor dos passeios na Região, por terra e por mar, reconhece-se a necessidade de desconcentrar territorialmente a oferta turística, fazendo assim uso dos investimentos públicos que se têm desenvolvido um pouco por toda a ilha nas últimas duas décadas, nomeadamente ao nível da rede viária e na criação/desenvolvimento de polos turísticos alternativos, considerando-se o mar e a paisagem como os recursos/produtos mais significativos.

Aliás, o mar e a paisagem são, de resto, dois elementos muito focados no mais importante documento estratégico regional nesta área – o POT (Plano de Ordenamento Turístico da RAM).

Aprovado pelo Decreto Legislativo Regional n.º 17/2002/M, o POT é o instrumento de gestão territorial do sector turístico da RAM que *“define a estratégia de desenvolvimento do turismo na Região e o modelo territorial a adotar, com vista a orientar os investimentos tanto públicos como privados, garantido o equilíbrio na distribuição territorial dos alojamentos e equipamentos turísticos, bem como um melhor aproveitamento e valorização dos recursos humanos, culturais e naturais”* (POT, 2002:2).

Como tal, neste documento define-se como objetivo a distribuição territorial dos empreendimentos turísticos, de acordo com as realidades paisagísticas e históricas das diversas zonas da Região e estabelecem-se limites e ritmos de crescimento do alojamento, bem como os valores para a sua distribuição (fig. 16), verificando-se uma preocupação de base ao nível da sustentabilidade futura do sector em matéria de edificação turística e os seus impactos territoriais.

Figura 16 Distribuição do número limite de camas na RAM até ao ano de 2012



Fonte: Plano de Ordenamento Turístico da RAM, 2002 (elaboração própria).

Referira-se todavia que, pela combinação de um conjunto de ocorrências imprevistas (redução do número de empreendimentos em funcionamento, a não concretização de novas edificações hoteleiras, a incapacidade dos concelhos rurais alcançarem o número de camas que lhes estavam consignados), o Governo Regional optou por decretar a suspensão das normas que estabelecem os critérios a aplicar para os projetos de empreendimentos turísticos na cidade do Funchal até à revisão do POT<sup>25</sup>, o que deverá ocorrer ainda no decorrer do corrente ano.

Segundo o POT, o modelo turístico da RAM, encontra-se alicerçado num modelo territorial focado em três domínios-chave: o aproveitamento do mar como recurso, a reorganização dos consumos da paisagem e a exploração da oferta temática por áreas geográficas. Sobre este último domínio, a cada concelho é sugerida uma orientação temática em torno da qual se deverá desenvolver a atividade turística (quadro 4).

<sup>25</sup> As medidas de suspensão encontram-se publicadas pelo Decreto Legislativo Regional n.º12/2007/M.

#### Quadro 4 Exploração da oferta temática por áreas geográficas

ÁREA GEOGRÁFICA/CONCELHO	OFERTA TEMÁTICA A EXPLORAR
Porto Moniz	“A porta da Laurissilva”
São Vicente	“Na rota das origens”
Santana	“Centro de Turismo Rural”
Machico	“Centro Náutico”
Santa Cruz	“Centro de Turismo Desportivo”
Câmara de Lobos	“Centro de Animação”
Ribeira Brava, Ponta do Sol e Calheta	“Na rota do Açúcar”
Funchal	“Principal centro urbano-turístico”.
Porto Santo	“Uma ilha de sossego”

Fonte: POT, 2002 (elaboração própria).

No que a Câmara de Lobos diz respeito, concelho sobre o qual incidiremos de forma mais detalhada o presente estudo no capítulo II, o enfoque é dado na totalidade à cidade que, com os seus bares e restaurantes, garantem à partida alguma vitalidade ao centro urbano, quer durante o dia, quer também no início da noite (sobretudo aos fins-de-semana, funcionando como “ponto de partida” para a animação nocturna).

Porém, enquanto área temática a explorar, a associação do concelho de Câmara de Lobos a um “Centro de Animação”, tal como sugere o POT, parece-nos extremamente redutor, deixando por explorar todo um concelho com inúmeras valências culturais e um considerável património natural com reconhecidas potencialidades turísticas. Há que relevar o enquadramento temporal de conceção do POT, com todas as limitações que lhe possam estar inerentes mas, de qualquer forma, esta associação carece de revisão à luz das novas realidades, tanto mais, se considerarmos que na base de atribuição destas áreas temáticas se encontra subjacente a vontade de potenciar os produtos/pontos de atração locais, associados aos recursos endógenos de cada concelho/área geográfica.

## CAPÍTULO II

### O CONCELHO DE CÂMARA DE LOBOS

*“Sabe-se e vê-se que aquela é uma das regiões madeirenses de maior riqueza agrícola, abundantíssima em bananas, além de primeira produtora, em quantidade e qualidade, do vinho que levou fama da ilha às sete partidas do mundo. Ali há canteiros de nomeada que trabalham, em grande escala, basalto da região, para janelas e ombreiras de portas. Tudo isso é incontestável. Mas quando se nomeia Câmara de Lobos, escreve-se, diz-se ou pensa-se: «terra de pescadores» - o que lhe define, tacitamente, a feição predominante”.*

LAMAS (1956:154)

Com um nome tão antigo quanto a descoberta da Madeira, este concelho deve o seu nome ao navegador João Gonçalves Zarco quando este, ao explorar a costa desta ilha para oeste, deparou com *"huma rocha delgada de ponta baixa, que entra muito no mar; e entre esta rocha e outra fica hum braço de mar em remanso, onde a natureza fez uma grande lapa, ao modo de camara de pedra e rocha viva. Aqui se meteram com os bateis e acharam tantos lobos marinhos, que era espanto (...). Pelo que o capitam João Gonçalves deu nome a este remanso Camara de Lobos, donde tomou o apellido, por ser a derradeira parte, que descobrira deste gyro e caminho, que fez (...)"* (SILVA e MENEZES, 1965:406).

Segundo CARITA (1990), o povoamento deve ter sido dos mais antigos da ilha, fundando-se a freguesia em torno da ermida do Espírito Santo na encosta nascente da baía, transferindo-se posteriormente a paróquia para o lugar de baixo para uma capela dedicada a São Sebastião<sup>26</sup>.

Terra de pescadores por natureza, são diversos os relatos ao longo da sua história que, se por um lado evocam a beleza natural da vila, por outro, não ignoram a pobreza extrema com que as suas gentes viviam. Esta imagem de carência económica

---

<sup>26</sup> Segundo CARITA (2007:6) esta evocação de São Sebastião terá ficado a dever-se ao período de peste que assolava o Funchal, epidemia que terá conduzido ao abandono pontual da cidade: *"parece assim ter a freguesia passado para um novo local, com um afluxo de novos habitantes em Câmara de Lobos, tendo então o novo templo tido a evocação de São Sebastião"*.

e baixa instrução acompanhou durante muito tempo esta vila piscatória, até um passado relativamente recente. Ainda hoje, e pese embora todos os progressos verificados a nível social, nomeadamente, no campo da habitação, e sobretudo, da educação e da cultura, não se encontra completamente extinta a conotação depreciativa em relação a Câmara de Lobos. Os tempos mudam, mas as memórias perduram e as mentalidades são muito resistentes à mudança, apesar de todas as evidências.

Num estudo sobre Câmara de Lobos realizado por visitantes germânicos entre a 2ª metade do século XIX e a 1ª Grande Guerra, WILHELM (1990) identifica alguns relatos de botânicos, zoólogos, médicos e geólogos e outros cientistas e/ou ilustres que ficaram registados em livros e artigos sobre a ilha. Destes relatos, são muitas as referências ao *Caminho Novo*<sup>27</sup>, uma "*via totalmente plana, muito popular e muito frequentada para passeios, tanto a pé como a cavalo*" e que após muitas voltas "*estendia-se quase à aldeiazinha de pescadores de Câmara de Lobos, até onde doentes (tísicos) precisavam de cerca de hora e meia, cavalgando a passo*" (SCHULTZE, 1864, citado por WILHELM, 1990:189). Este acesso tornou Câmara de Lobos num território de visita quase obrigatória, quer pela proximidade ao Funchal, quer ainda pela possibilidade de usufruir das paisagens distintas oferecidas ao longo do percurso, bem como, pelo pitoresco da aldeia piscatória.

Gagel (1904) considerava Câmara de Lobos "*uma povoação situada de maneira altamente pitoresca no meio dum vale exuberante e ricamente cultivado*" (citado por WILHELM, 1990:192), enquanto que Greeff (1868) retratava simplesmente a baía

---

<sup>27</sup> Em situação totalmente oposta à atual realidade, no início do século passado "*as vias de comunicação na Madeira, eram sem contestação possível, as piores de todo o nosso país, devido a variadas causas e especialmente ao inverosímil acidentado dos terrenos e ainda a outras incentiváveis condições do meio. A maior parte delas não merecia o nome de estradas, pois que na sua generalidade eram estreitas veredas praticadas no solo, de penoso e difficilimo piso, sobranceiras a insondáveis abismos e costeando os flancos de elevadas montanhas, oferecendo quasi sempre aos viandantes os mais graves incómodos e perigos. Até o ano de 1901, em que foi concedida a autonomia administrativa a este distrito, somente havia nove quilómetros duma boa estrada, que ponha a cidade do Funchal em comunicação com a vila de Câmara de Lobos*" (SILVA e MENESES, 1965:103). Esta ligação vulgarmente referida como "Caminho Novo" corresponde à atual Estrada Monumental, uma via estruturante ao longo da qual, nas últimas décadas se intensificou a construção de unidades hoteleiras e residenciais, representando hoje em dia, uma das áreas mais densamente urbanizadas do concelho do Funchal. A proximidade à cidade de Câmara de Lobos caracteriza-se pela diminuição progressiva da construção de grandes focos residenciais, surgindo em sua substituição, moradias unifamiliares e urbanizações de construção relativamente recente.

como "*um dos postos costeiros mais belos a Oeste do Funchal*" (citado por WILHELM, 1990:192).

Outros apontamentos foram menos abonatórios, pois a pobreza era por demais evidente aos olhos de qualquer visitante. SCHULTZE (1864), refere uma aldeia "*altamente miserável e decaída*", cujas habitações dos pescadores se encontravam escavadas nas massas de tufo e na cinza vulcânica e onde o visitante "*era importunado, a quase qualquer passo, por mulheres e crianças meio nuas e esfarrapadas que lhes estendiam as mãos magras, exigindo uma esmola pela sua saúde*" (citado por WILHELM, 1990:191).

Tamanha pobreza estaria mais tarde, em 1910, na origem do segundo grande surto de cólera que atingiu a Madeira e com particular incidência Câmara de Lobos. FRANÇA (1911) citado por FREITAS (1990:197) relata assim o cenário em que se vivia: "*As péssimas condições higiénicas da vila, especialmente do ilhéu, onde residem os pescadores, facilitaram a expansão do mal. A miséria da pobre classe marítima, o pouco asseio das suas habitações deram à cólera um excelente meio para se desenvolver. Casas houve em que morreram todos os seus habitantes*".

Atualmente, o panorama social é muito distinto (pela positiva), mas a morfologia do território continua a marcar Câmara de Lobos como um espaço caracterizado fundamentalmente pela existência de dois acidentes naturais - a enseada em "U" de forma alongada que assegura a função de abrigo às embarcações de pesca e o ilhéu a oeste desta, onde outrora encontramos localizado grande parte da população piscatória local, e que conferem a este território uma fisionomia muito própria, a que se associam as particularidades de todo um povo com um longo historial ligado às artes da pesca.

Referindo-se à área urbana, DANTAS (2011) fala da existência de uma matriz de expansão linear que se estrutura e desenvolve ao longo das principais vias de comunicação. Em traços gerais, caracteriza a cidade pela sua simplicidade: nas ruas mais antigas o predomínio das habitação unifamiliar, muitas vezes ocupadas na rés-do-chão pela função comercial, enquanto que nas ruas paralelas de construção mais recente, surge a habitação em propriedade horizontal também ocupada pelo comércio e serviços ao nível do andar térreo. Numa comparação entre o panorama atual e o

período anterior ao 25 de Abril de 1974, a investigadora destaca os "*novos estilos de vida e de vivência quotidiana, com valores e padrões de consumo urbano diferentes, sobretudo por pescadores e suas famílias, que se reflete na forma de vestir mais cuidada, com mais higiene e nos espaços frequentados, nomeadamente, bares e pastelarias que substituíram a maior parte das tabernas das épocas anteriores*" (DANTAS, 2011:94-95).

Enquanto destino turístico, os serviços essenciais encontram-se assegurados ao visitante, com destaque para o sector dos bares/restauração, pois em termos comerciais, a cidade evidencia um dinamismo modesto, cenário que porventura tenderá a deteriorar-se, a manterem-se as atuais dificuldades económicas decorrentes da conjuntura económico-financeira em que a RAM (e o país no seu todo) se encontra mergulhada.

O levantamento funcional da cidade, limitado ao seu núcleo urbano central<sup>28</sup> expõe algumas evidências do que anteriormente se referiu: comércio tradicional pouco expressivo e sem referências, predominando o pronto-a-vestir e o calçado, restauração, e sobretudo bares, em quantidade mais que suficiente para a procura, mas também, um número significativo de lojas, serviços e antigas residências fechadas à espera de investidores interessados em dinamizar o centro urbano. A este cenário junta-se também um conjunto de serviços na área da saúde e da banca, garantindo ao visitante a satisfação das suas necessidades mais elementares.

Porventura, a falta de um posto de turismo, associado também à venda de artesanato e de produtos de informação turística regional (livros, guias e roteiros turísticos, vídeos promocionais, entre outros) será muito provavelmente a lacuna mais notória ao visitante.

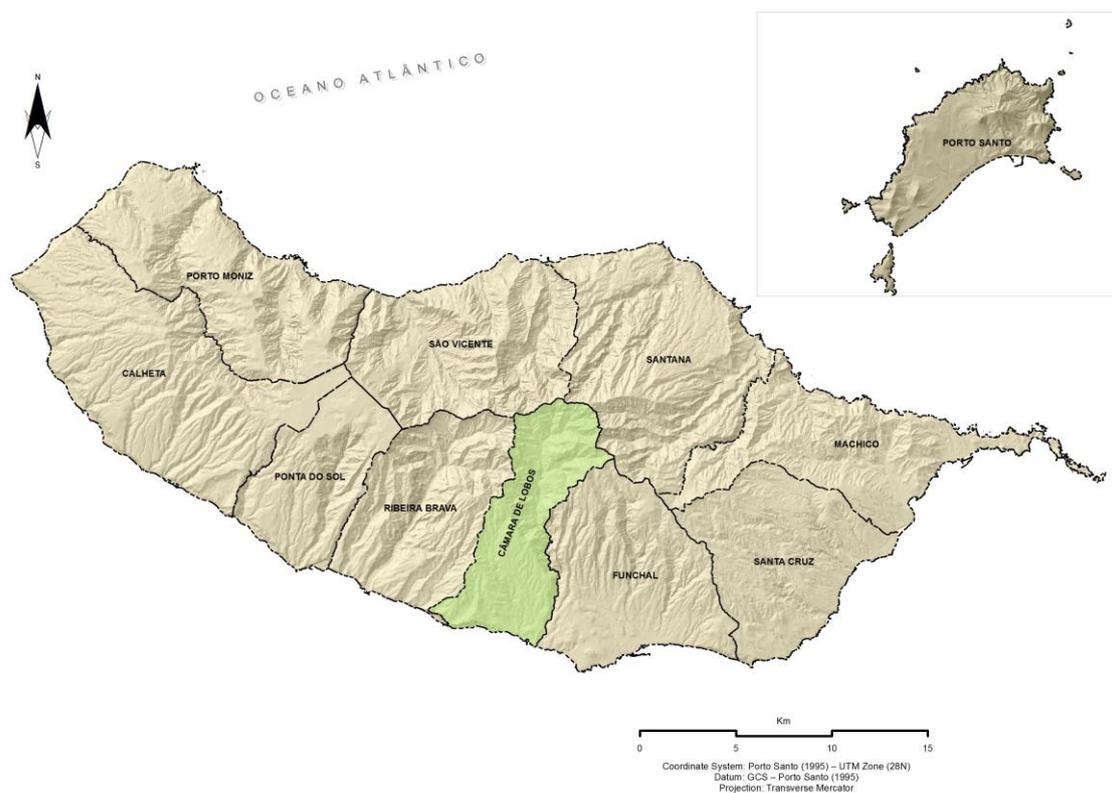
---

<sup>28</sup> Consultar o mapa da área urbana sobre a qual incidiu o levantamento funcional (anexo 1).

## 2.1 LOCALIZAÇÃO GEOGRÁFICA E CARACTERIZAÇÃO GEOMORFOLÓGICA

Situado na vertente sul e na zona ocidental da ilha da Madeira, Câmara de Lobos é um concelho que se estende do litoral até ao centro da ilha, numa extensão máxima de apenas 13 Km (sentido S-N), fazendo fronteira a norte com os concelhos de São Vicente e de Santana, atingindo-se o ponto mais alto no Pico Ruivo com 1862 metros<sup>29</sup>. Encontra-se ainda ladeado a oeste pelo concelho da Ribeira Brava e a este pelo concelho do Funchal, onde se localiza a capital da Região com o mesmo nome (fig. 17).

Figura 17 Localização do concelho de Câmara de Lobos na RAM



Fonte: CAOP – Carta Oficial Administrativa Portuguesa, 2012 (adaptado).

<sup>29</sup> O Pico Ruivo representa o ponto mais alto da ilha da Madeira, "estatuto" que é repartido com o concelho de Santana. Em termos de rotas pedestre turísticas, os acessos mais frequentes para visitar este local, efetuam-se pelos concelhos vizinhos, ou seja, Funchal (PR1), Ribeira Brava (PR1.3) e Santana (PR1.2). Estes percursos (designados de "PR's" - Pequenas Rotas) integram o conjunto dos percursos pedestres homologados pela Secretaria Regional do Ambiente e Recursos Naturais. Todavia, ressalve-se que a ligação pedonal ao Pico Ruivo a partir do concelho de Câmara de Lobos também é possível, ainda que não se encontre homologada.

As fronteiras naturais também marcam presença: a oeste encontramos a cumeada do vale da Quinta Grande, a este a Ribeira dos Socorridos (divisão natural entre os concelhos de Câmara de Lobos e o Funchal), a norte o interflúvio do Curral das Freiras e a sul o oceano Atlântico. No total, resulta uma parcela do território com uma área aproximada de 52 km<sup>2</sup> e um perímetro de 44 Km. Quanto à sua geomorfologia, Câmara de Lobos encontra-se dividido em três unidades distintas, nomeadamente, "*a Unidade Geomorfológica Central, localizada na zona Norte do concelho, onde podemos observar um relevo mais antigo e mais inciso; a Unidade Geomorfológica Periférica, situada a sudoeste do concelho e caracterizada por uma morfologia mais recente e a Unidade Geomorfológica Costeira*" (ABREU, 2007:53).

Em termos morfológicos, uma análise da carta hipsométrica do concelho, revela-nos uma altitude média que ronda os 775 metros, sendo restrita a área deste território cujas altitudes apresentam-se inferiores aos 200 metros. Esta situação, aliada aos declives muito acentuados, com um valor médio em torno dos 34%, explica em grande parte, o processo de ocupação e expansão antrópica no concelho, bem como, as particularidades das paisagens que se podem observar, sobretudo nas zonas altas do concelho, onde a agricultura se pratica com recurso àquela que foi (e continua a ser) durante séculos de história, a forma mais eficaz que a população encontrou para ultrapassar as dificuldades impostas pelos declives pronunciados - os socalcos ou poios (fig. 18).

Figura 18 Agricultura em socalcos



Fonte: Autor.

## 2.2 ESTRUTURA ADMINISTRATIVA

O concelho de Câmara de Lobos foi oficialmente constituído no ano de 1835<sup>30</sup>. Inicialmente formado por quatro freguesias (Câmara de Lobos, Estreito de Câmara de Lobos, Curral das Freiras e Campanário), o concelho viria a sofrer algumas modificações na sua organização administrativa:

- (1848) - Decorrente do surgimento da paróquia da Quinta Grande, constituída por alguns sítios das freguesias de Câmara de Lobos e Campanário, o concelho ganha mais uma freguesia;
- (1914) - Ao concelho é-lhe retirada a freguesia do Campanário que foi integrada no recém-criado concelho da Ribeira Brava, localizado a oeste;
- (1996) - Surge a nova freguesia do Jardim da Serra, decorrente da desagregação de alguns sítios das zonas altas da freguesia do Estreito de Câmara de Lobos.

Atualmente, o concelho encontra-se organizado em 5 freguesias: Câmara de Lobos, Curral das Freiras, Estreito de Câmara de Lobos, Jardim da Serra e Quinta Grande (fig. 19), ainda que o recente diploma de revisão da estrutura administrativa nacional, possa representar, à luz dos critérios estabelecidos, a perda de uma freguesia<sup>31</sup>.

O Estreito de Câmara de Lobos foi promovido à categoria de vila<sup>32</sup> em 1994, e dois anos mais tarde, à sede do concelho seria atribuído o estatuto de cidade<sup>33</sup>.

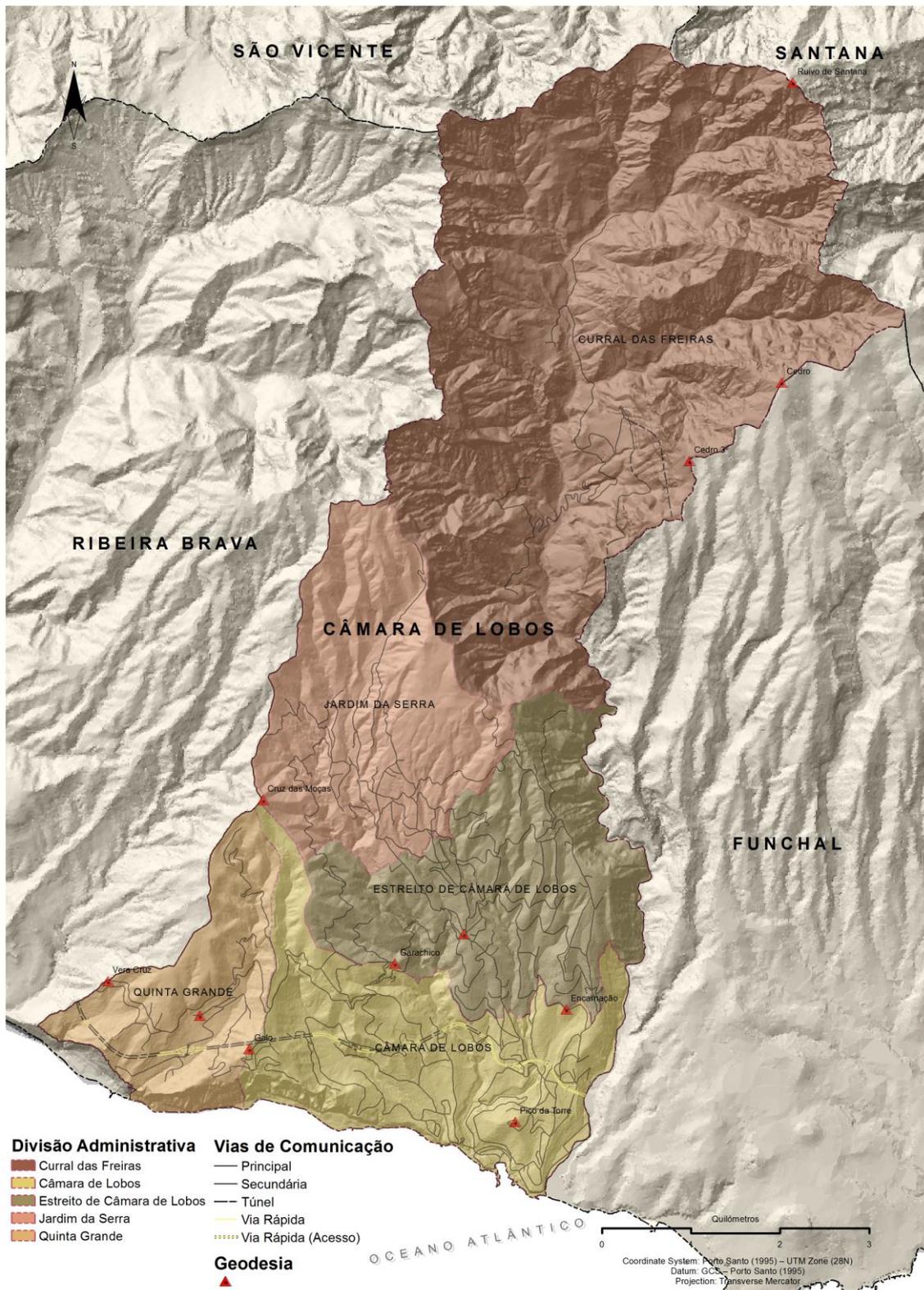
<sup>30</sup> Segundo SILVA e MENESES (1965), o concelho terá sido criado três anos antes mas só se procedeu à sua instalação após estabelecimento do governo institucional, por via da portaria de 25 de Maio de 1835.

<sup>31</sup> Todavia, sendo a definição do mapa autárquico uma competência da Assembleia Legislativa Regional, é pouco provável que se venha a verificar a extinção de freguesias na RAM, tal como, de resto, já foi afirmado por elementos do executivo regional nos meios de comunicação regionais.

<sup>32</sup> A elevação da freguesia do Estreito à categoria de vila foi aprovada em sessão plenária da Assembleia Legislativa Regional de 15 de Julho de 1994, sendo posteriormente publicada no Diário da República a 14 de Setembro do mesmo ano.

<sup>33</sup> A elevação da Vila de Câmara de Lobos a cidade decorre da aprovação do Decreto Legislativo Regional n.º 17/96/M de 2 de Agosto de 1996. Neste decreto, para além de se reconhecer a existência das condições exigidas para esta tomada de decisão (com base no Decreto Legislativo Regional n.º 3/94/M, de 3 de Março que, na RAM que define os critérios de elevação de uma vila à categoria de cidade na RAM), são exaltadas as características ímpares do concelho que, no entender da Assembleia Legislativa Regional, justificam a atribuição deste título (consultar o DLR n.º 17/96/M no anexo 2).

Figura 19 Divisão administrativa do concelho de Câmara de Lobos

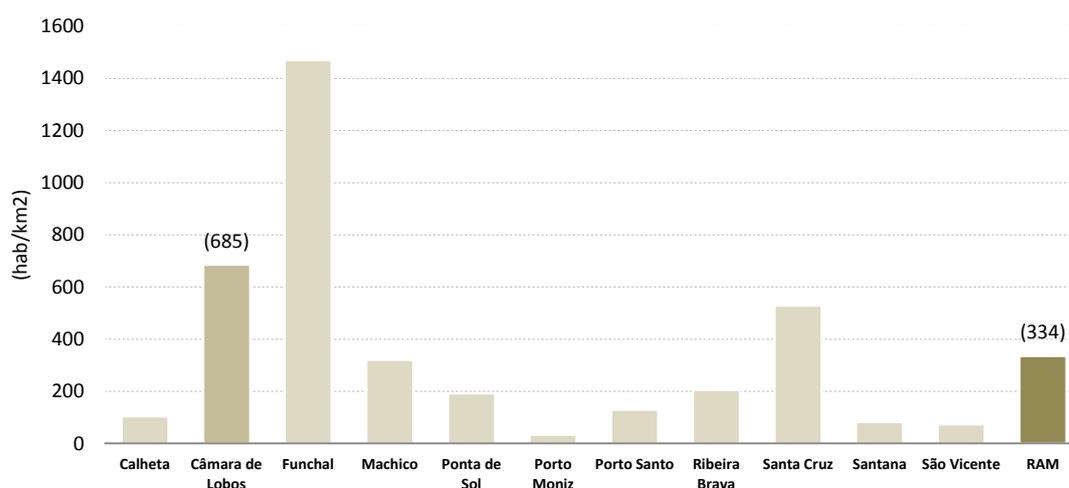


Fonte: CAOP – Carta Oficial Administrativa Portuguesa, 2012 (adaptado).

## 2.3 CARACTERIZAÇÃO SOCIOECONÓMICA

A nível demográfico, Câmara de Lobos apresenta, segundo os Censos 2011, uma densidade populacional de 685 habitantes/Km<sup>2</sup>, valor duas vezes superior à média registada para a RAM. O valor mais elevado verifica-se no concelho do Funchal - 1 470 hab/km<sup>2</sup> (fig. 20).

Figura 20 Densidade populacional dos concelhos da RAM (2011)



Fonte: INE (elaboração própria).

Os valores registados por Câmara de Lobos, bem como, pelo concelho de Santa Cruz (528 hab/km<sup>2</sup>) confirmam a expansão que se tem verificado, sobretudo nos últimos vinte anos, para os concelhos limítrofes a leste e a oeste do Funchal<sup>34</sup>, decorrentes da criação de novas acessibilidades, bem como, pela oferta imobiliária a custos mais contidos, face aos praticados na capital madeirense.

A nível interno, o concelho apresenta uma distribuição irregular da população ao longo do acidentado território que o caracteriza, registando-se os valores mais elevados junto ao litoral, na sede do concelho (quadro 5).

<sup>34</sup> Pese embora todos os avanços tecnológicos que permitiram um reforço estrutural da rede rodoviária regional, recorrendo a uma extensa galeria de ligações em túneis subterrâneos, o relevo continua a ser o principal obstáculo e o principal elemento modelador da rede, verificando-se uma expansão demográfica e económica ao longo do litoral, onde o morfologia do terreno favorece a edificação. Outros benefícios juntar-se-ão a esta localização preferencial, tais como, o clima mais ameno, a maior concentração das atividades económicas e, conseqüentemente, a maior oferta de emprego, factor determinante no momento de fixação da residência.

Quadro 5 Território e população nas freguesias do concelho (2011)

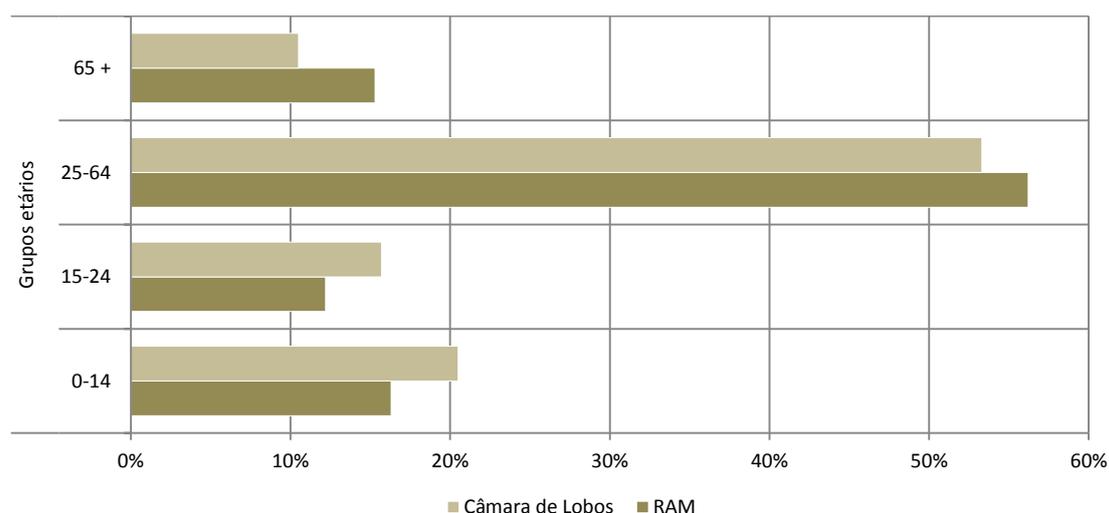
FREGUESIAS	POPULAÇÃO RESIDENTE	ÁREA (km <sup>2</sup> )	(hab/km <sup>2</sup> )
Câmara de Lobos	17 986	7,74	2 324
Curral das Freiras	2 001	25,03	80
Estreito de Câmara de Lobos	10 269	7,87	1 305
Jardim da Serra	3 311	7,36	450
Quinta Grande	2 099	4,15	506
<b>Total do concelho</b>	<b>35 666</b>	<b>52,15</b>	<b>684</b>

Fonte: DREM.

Em termos absolutos, as freguesias vizinhas de Câmara de Lobos e do Estreito de Câmara de Lobos congregam 79% da população do concelho, sendo os restantes 21% repartidos de forma mais ou menos equitativa pelas restantes freguesias.

Segundo os censos de 2011, Câmara de Lobos afigura-se como o terceiro concelho mais populoso do arquipélago, representando 13,6% do total de residentes na RAM. A juventude da sua população, patente nos valores da dimensão média familiar – 3,4 (o registo mais elevado da RAM, cujo valor médio é de 2,9), e sobretudo na sua estrutura etária, é revelador de um dinamismo demográfico pouco usual no atual panorama demográfico português (fig. 21).

Figura 21 Distribuição da população por grupos etários (2011)



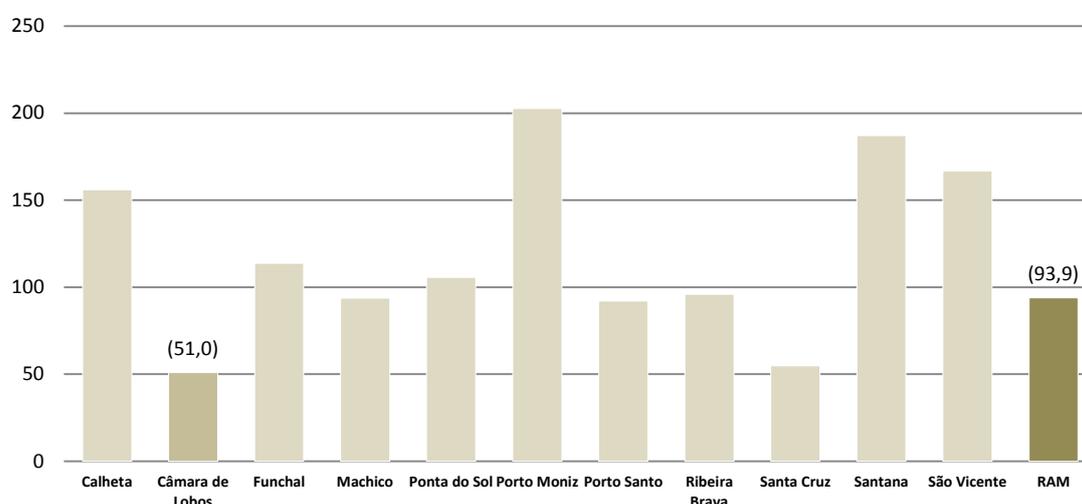
Fonte: DREM (elaboração própria).

Tradicionalmente, Câmara de Lobos sempre se caracterizou pela juventude da sua estrutura etária, decorrente de valores da natalidade relativamente elevados. Em

traços gerais, verifica-se que as faixas etárias mais jovens apresentam valores superiores à média regional, situação que se inverte ao analisarmos os grupos etários dos adultos e dos idosos.

Em consequência, o índice de envelhecimento deste concelho apresenta-se como o mais baixo de toda a RAM (fig. 22). De resto, neste parâmetro, torna-se bem expressivo o envelhecimento populacional de toda a costa norte da ilha (concelhos do Porto Moniz, São Vicente e Santana) e extremo ocidental sul (concelho da Calheta) com valores que já ultrapassam os 150 idosos por cada 100 jovens.

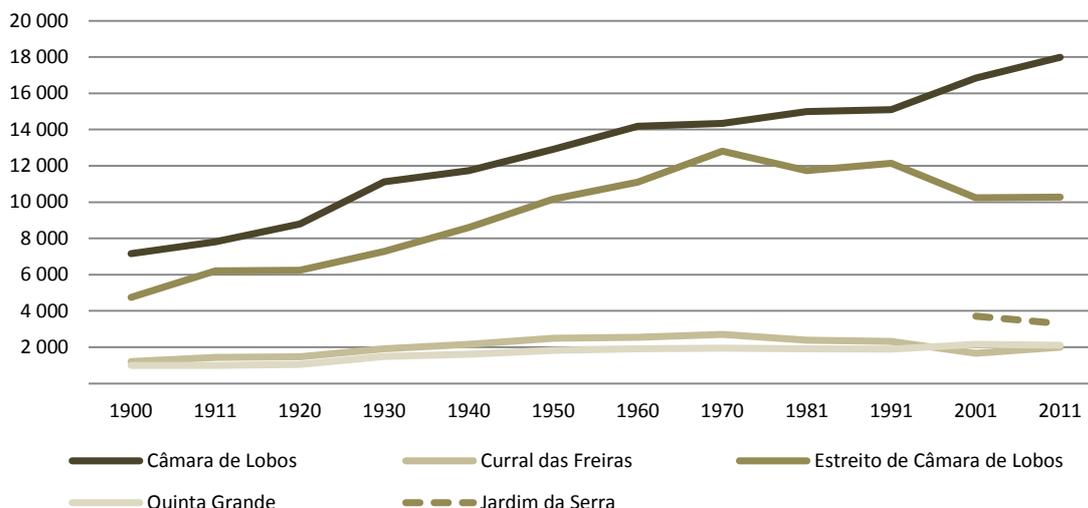
Figura 22 Índice de envelhecimento (2011)



Fonte: DREM (elaboração própria).

Em termos de expansão demográfica (fig. 23), os valores registados ao longo deste último século evidenciam um crescimento progressivo das freguesias de Câmara de Lobos e do Estreito (apesar do ligeiro decréscimo registado na década de noventa), que praticamente duplicaram o número de residentes, por comparação com a situação verificada no início do século passado.

Figura 23 Evolução da população residente por freguesias



Fonte: DREM (elaboração própria).

Quanto às freguesias de Quinta Grande e do Curral das Freiras, mais afastadas dos núcleos urbanos e, portanto, mais distantes dos centros decisores, e sobretudo, dos principais polos geradores de emprego, estas têm mantido quantitativos populacionais reduzidos mas relativamente estáveis ao longo do tempo. Por último, surge a freguesia do Jardim da Serra<sup>35</sup>, situada nas zonas altas do concelho, com uma população residente que não chega aos quatro mil habitantes e que muito dificilmente se expandirá para além desse registo, devido aos condicionalismos que decorrem da sua localização geográfica (clima mais agreste, acessibilidades reduzidas, escassez de emprego fora do sector agrícola, entre outros).

Este crescimento demográfico, aliado ao desenvolvimento económico verificado sobretudo, nestas duas últimas décadas foram, segundo DANTAS (2010), elementos que terão contribuído para que a freguesia do Estreito de Câmara de Lobos fosse elevada à categoria de vila e, dois anos mais tarde, a vila de Câmara de Lobos à categoria de cidade. A juntar a estes dois elementos, há também que realçar o surgimento de novos residentes que encontraram neste concelho e, em particular, na freguesia de Câmara de Lobos, terrenos e/ou habitações de custos mais acessíveis e geograficamente muito próximos do centro urbano principal – o Funchal, quer em

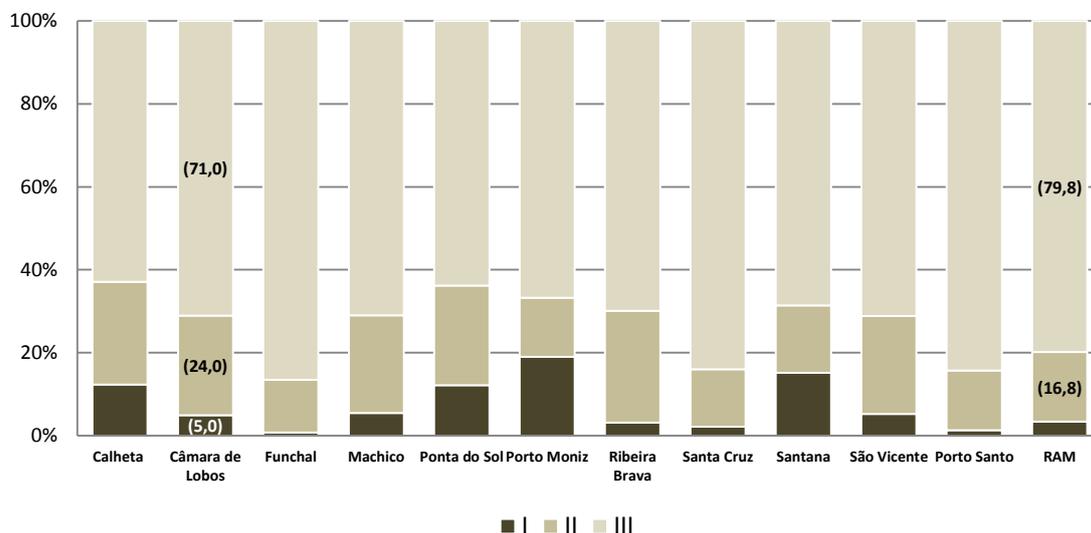
<sup>35</sup> O Jardim da Serra só passou a constituir uma freguesia autónoma pelo decreto-lei n.º 153 de 04/07/1996.

termos de distância-absoluta, quer também ao nível da cada vez mais valorizada distância-tempo, fruto das boas acessibilidades, entretanto criadas.

A nível económico, se efetuarmos uma análise à escala da freguesia, verifica-se que o concelho apresenta disparidades significativas, pois se Quinta Grande, Curral das Freiras e Jardim da Serra apresentam características vincadamente rurais, com o exercício de atividades económicas ligadas fundamentalmente ao sector agrícola, (situação que se estende de certo modo à freguesia do Estreito de Câmara de Lobos por força da produção vinícola), já no caso dos restantes duas freguesias a situação é distinta, pois o comércio, a restauração e os serviços assumem um papel mais relevante.

À escala concelhia, e com base nos resultados censitários de 2011, constata-se que o concelho de Câmara de Lobos concentra a sua população ativa empregada no sector terciário (71%), embora com valores inferiores à média regional (79.8%), sendo o sector de atividade primário, o menos expressivo, com apenas 5% dos ativos (fig. 24).

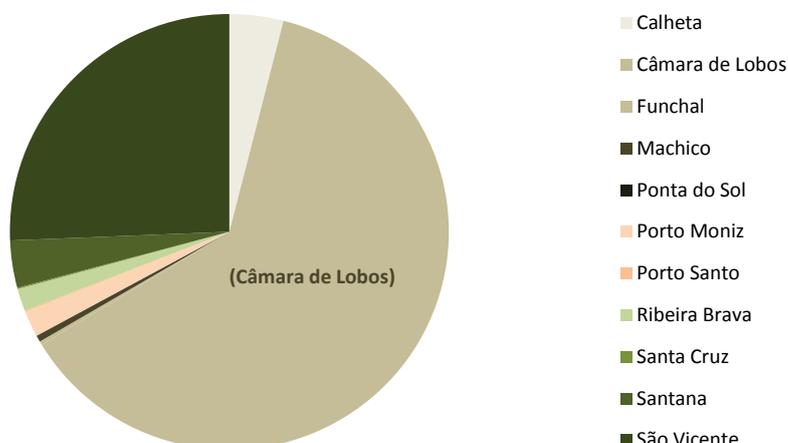
**Figura 24** População residente economicamente ativa e empregada por sectores de atividade (2011)



Fonte: DREM (elaboração própria).

Contudo, pese embora os quantitativos pouco significativos da mão-de-obra do sector primário, convém realçar que o concelho de Câmara de Lobos é uma referência regional em matéria de produção vinícola (fig. 25) e pesca.

Figura 25 Produção total em uvas por concelho em 2011



Fonte: Instituto do Vinho, Bordado e do Artesanato da Madeira, I.P. (elaboração própria).

Em 2011, segundo os dados do IVBAM (Instituto do Vinho, Bordado e do Artesanato da Madeira), 62% do total de uvas recolhidas na RAM para a produção do Vinho Madeira, tiveram a sua origem no concelho de Câmara de Lobos, com destaque para a freguesia do Estreito de Câmara de Lobos que representa cerca 88% dessa mesma produção. Estes valores correspondem a um total de 710 viticultores (49,9% do total de viticultores registados na RAM, no ano de 2011). São números que ilustram bem as potencialidades agrícolas do território e que lhe conferem uma identidade muito particular ao nível da sua paisagem, elemento que poderia ser melhor explorada do ponto de vista turístico.

Mas falar de sector primário em Câmara de Lobos, implica obrigatoriamente considerar o subsector das pescas. Terra de pescadores por natureza, é também esta atividade que confere a principal característica visual à cidade. A baía garante abrigo às embarcações pesqueiras conhecidas pelo seu colorido intenso, e o movimento de pescadores logo pela manhã dão vida às ruas do centro histórico, onde se concentram a maior parte dos bares. Estas imagens conferem um cunho muito particular à cidade, conferindo autenticidade ao epíteto de "vila piscatória".

Contudo, não obstante a importância deste sector na consolidação da imagem da cidade, também em termos económicos não se podem negligenciar os contributos

que esta atividade encerra em termos sociais e económicos. A captura do peixe-espada preto, espécie que dá nome a uma das maiores festividades organizadas na cidade no decorrer da época estival, representa a maior parte das capturas locais e, a nível regional, esta espécie representou no ano de 2011, segundo os dados disponibilizados pela DREM (2011), cerca de 43% do total de pescado descarregado nos portos da RAM, o que equivaleu a aproximadamente 53% do valor global do pescado.

A nível estatístico porém, segundo os dados apurados pela DREM (*Estatística da Pesca*, 2011), o porto de Câmara de Lobos representa tão somente 0,01% do total de pescado descarregado na RAM, o que equivale a 0,03% do valor da pesca descarregada. Tal situação, encontra explicação no facto de a quase totalidade das embarcações pesqueiras registadas em Câmara de Lobos optarem por descarregar as respetivas capturas no porto vizinho do Funchal, aí beneficiando de melhores condições para a operação de descarga. De resto, o porto do Funchal concentra aproximadamente 3/4 da pesca descarregada na RAM.

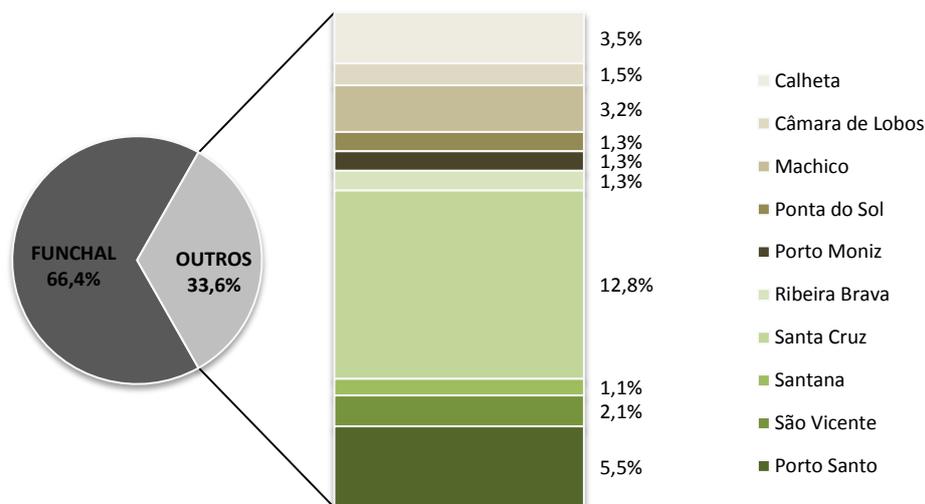
Em termos sociais, é ainda considerável o número de famílias diretamente dependentes desta atividade. Segundo os Censos (2011), 189 pessoas encontram-se empregues no ramo da pesca e aquicultura, o que a nível regional corresponde a 29% do total de efetivos, tornando-se assim o segundo concelho com mais indivíduos ligados ao sector, sendo apenas ultrapassado pelo concelho de Machico com 42% (valor que corresponde na prática à freguesia do Caniçal).

## 2.4 O SECTOR TURÍSTICO

A nível regional, com base nos dados estatísticos da DREM apurados para 2011, Câmara de Lobos representa uma quota de mercado de apenas 2,4%, o que corresponde em termos absolutos a 679 camas, posicionando-se em 6º lugar no ranking regional da capacidade hoteleira. A liderança da tabela encontra-se atribuída ao concelho vizinho - o Funchal, com 65% da oferta, a que correspondem 18 554 camas. Todavia, se recuarmos ao ano de 2005, o concelho de Câmara de Lobos com apenas 260 camas, ocupava então o 11º (e último) lugar do ranking, o correspondente a 0,89% da capacidade hoteleira regional.

Como tal, o número de hóspedes que anualmente se fixam no concelho no decorrer das suas férias acaba por ser relativamente reduzido (fig. 26).

Figura 26 Hóspedes nos estabelecimentos hoteleiros por município (2011)



Fonte: DREM (elaboração própria).

Dos 34% de turistas que em 2011, optaram por não ficar hospedados no concelho do Funchal, apenas 1,5% seleccionou o seu alojamento no concelho de Câmara de Lobos, o que correspondeu a um total de hóspedes ligeiramente superior aos 15 mil indivíduos.

Estes números não podem ser dissociados da capacidade hoteleira de cada concelho, onde o destaque vai por inteiro para o município do Funchal (quadro 6).

**Quadro 6** Caracterização genérica do parque hoteleiro da RAM (2011)

MUNICÍPIOS	Estabelecimentos hoteleiros	Quartos	Capacidade de alojamento	Pessoal ao serviço
Calheta	15	417	878	192
Câmara de Lobos	4	336	679	105
Funchal	102	9 030	18 554	4 035
Machico	10	390	795	114
Ponta do Sol	4	132	625	72
Porto Moniz	6	125	248	50
Ribeira Brava	5	192	394	59
Santa Cruz	25	1940	3 933	760
Santana	5	168	339	74
São Vicente	6	305	619	82
Porto Santo	13	803	1 695	267

Fonte: DREM (elaboração própria).

Com estes valores, o concelho de Câmara de Lobos acaba por assumir um posicionamento muito modesto à escala regional: 2% do número de estabelecimentos hoteleiros, 2,4% da capacidade hoteleira regional e 1,8% de assalariados (em atividade exclusiva ou principal).

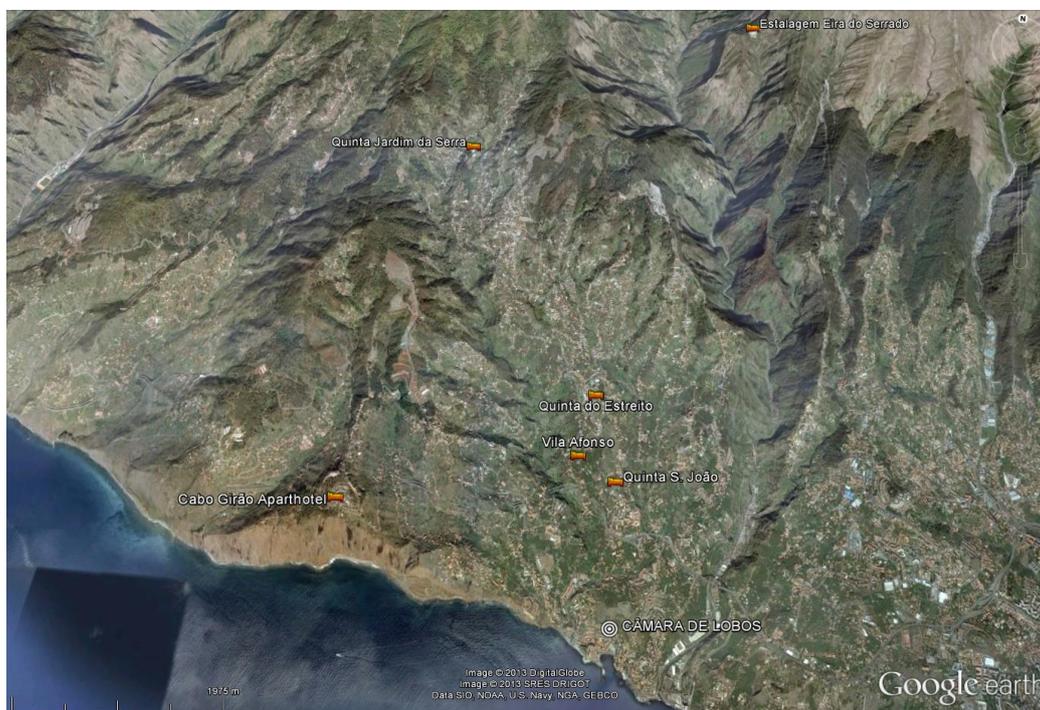
O atual parque hoteleiro do concelho encontra-se disperso pelo território: duas pequenas unidades de turismo rural<sup>36</sup> na freguesia de Câmara de Lobos (muito perto do centro da cidade), um aparthotel junto do emblemático miradouro do Cabo Girão, um hotel de 4 estrelas no centro da vila do Estreito de Câmara de Lobos (a unidade mais requintada deste lote), uma estalagem na Eira do Serrado sobranceira à freguesia do Curral das Freiras e uma quinta/hotel na freguesia do Jardim da Serra<sup>37</sup>. Pela

<sup>36</sup> Estas duas unidades não se encontram contabilizadas na estatística apresentada no quadro 6.

<sup>37</sup> Esta unidade situada num espaço privilegiado pela natureza que o circunda, foi adquirida e edificada nas primeiras décadas do século XIX por Henry Veitch, cônsul inglês que se fixou na Madeira em 1809 e que viu naquele espaço o local de eleição para fixar a sua residência. Todavia, é do conhecimento público que este empreendimento tem passado por algumas dificuldades de sustentabilidade financeira, conduzindo inclusive ao seu encerramento muito recentemente, o que no nosso entender, reforça a necessidade de se conseguir encontrar nichos de mercado apropriados ao produto que se oferece, compatibilizando a oferta com a procura. Neste caso concreto, pela localização particular deste empreendimento, situada numa freguesia parca em serviços de natureza turística, torna-se absolutamente necessário redefinir o perfil do hóspede que procura um alojamento com estas características.

tipologia distinta e também pela própria localização geográfica (fig. 27), estes empreendimentos acabam por direcionar-se a públicos-alvo muito específicos.

**Figura 27** Localização das unidades hoteleiras do concelho de Câmara de Lobos



Fonte: Google (elaboração própria).

Uma análise à presença destas unidades na internet, revela-nos que todas (à exceção de uma) possuem uma página oficial, contendo as informações básicas que o hóspede habitualmente procura (quadro 7).

**Quadro 7** As unidades hoteleiras na internet – características dos sites

ESTABELECIMENTO HOTELEIRO	Site em língua estrangeira	Reservas online	Localização (mapa)	Coordenadas GPS	Pontos de interesse locais	Social Media
Cabo Girão Aparthotel <a href="http://www.cabogiraohotels.com">www.cabogiraohotels.com</a>	S (8)	S	S	N	N	S
Quinta do Estreito Vintage House <a href="http://www.quintadoestreitomadeira.com">www.quintadoestreitomadeira.com</a>	S (11)	S	S	S	N	N
Quinta do Jardim da Serra ("not found")						
Estalagem Eira do Serrado <a href="http://www.eiradoserrado.com">www.eiradoserrado.com</a>	S (11)	S	S	S	N	N
Vila Afonso <a href="http://www.vilaafonso.com">www.vilaafonso.com</a>	S (3)	S	S	S	S	N
Quinta de São João <a href="http://www.quinta-sjoao.com">www.quinta-sjoao.com</a>	S (1)	N	N	N	N	N

Legenda: S (sim) N (não)

Porém, nenhuma das unidades hoteleiras em apreço apresenta um “cartão-de-visita” digital verdadeiramente completo. Ao nível da comunicação, verifica-se o cuidado de possibilitar a visualização dos respectivos *sites* num leque diversificado de línguas estrangeiras, bem como, a realização de reservas online. A colocação de mapas (uns mais elaborados e completos, outros de leitura difícil pela falta de detalhe informativo) é também um procedimento generalizado, mas o mesmo já não sucede, por exemplo, com a referência às coordenadas geográficas. Por último, refira-se a falta de ligação aos *social media*<sup>38</sup> na generalidade das unidades hoteleiras, elemento que deveria ser mais valorizado por estas entidades como canal de autopromoção, nomeadamente ao nível do mercado interno.

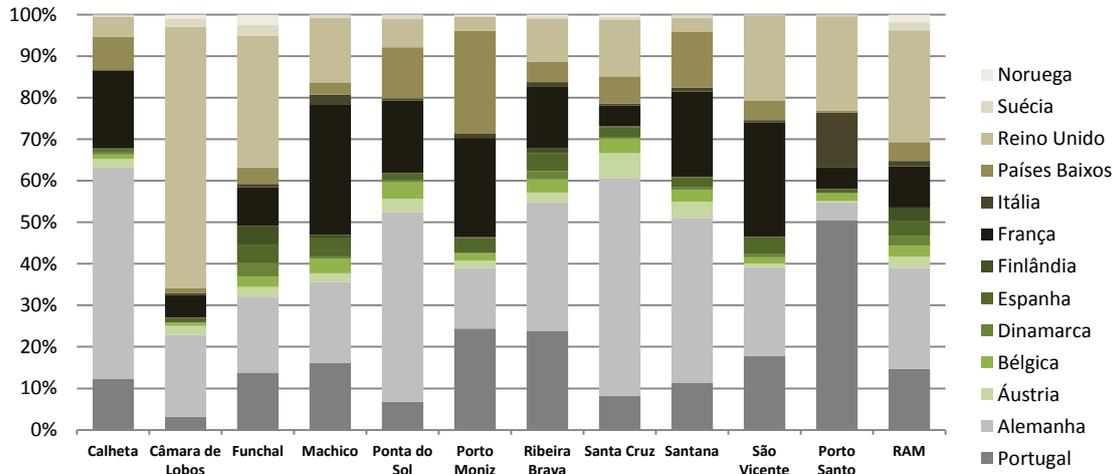
Como aspecto menos positivo, há que destacar a falta de promoção dos pontos de interesse locais/concelhios. Num dos casos, as poucas referências que surgem reportam-se a produtos turísticos localizados noutras partes da ilha e sem qualquer ligação à área geográfica da unidade hoteleira. Os costumes e as tradições, a gastronomia e sobretudo, as paisagens com património natural de referência, de que o Cabo Girão (a maior arriba da Europa com 580 metros) será porventura um dos melhores exemplos, conferem a este território um conjunto de atributos que poderiam ser alvo de uma maior divulgação por parte dos agentes hoteleiros locais.

Ainda ao nível da hotelaria, e no que se refere às dormidas, os turistas ingleses representam um valor superior aos 60%, ultrapassando em muito a média regional, situação que não encontra paralelo em nenhum outro concelho. Os hóspedes alemães surgem em segundo lugar, representando no seu conjunto cerca de 19% do total de dormidas nas unidades hoteleiras de Câmara de Lobos (fig. 28). Este facto, por si só, demonstra muito bem todas as particularidades que se desenvolvem em torno das operações turísticas, algumas decorrentes do passado histórico, outras da atuação estratégica dos operadores e agentes turísticos e outras ainda que decorrem simplesmente das vontades pessoais dos turistas que nos visitam e que, por variadíssimas razões, manifestam determinadas preferências na hora de escolher os seus alojamentos.

---

<sup>38</sup> Partilha de conteúdos digitais na internet por via de aplicações diversas, tais como, *facebook*, *flickr*, *youtube*, entre outros.

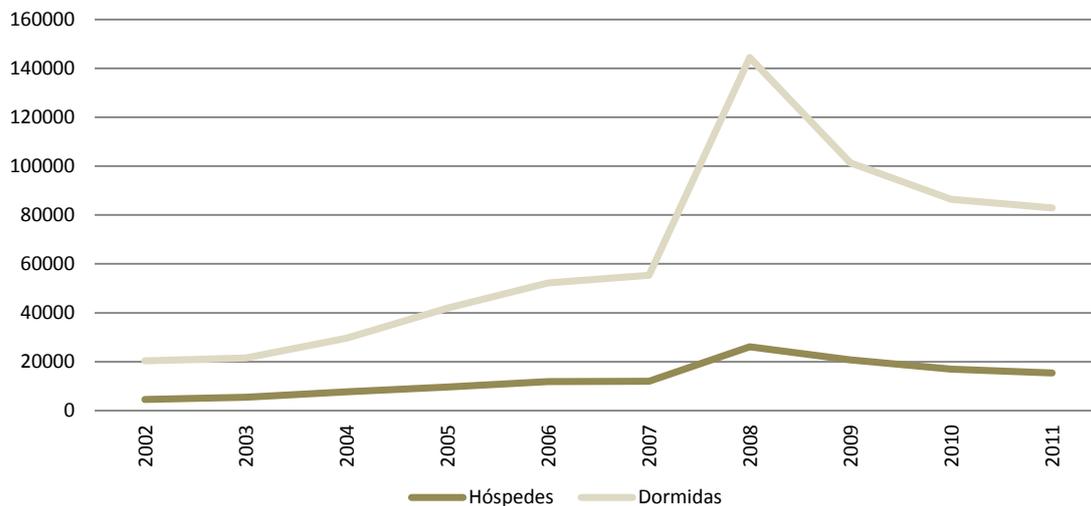
Figura 28 Dormidas segundo os países de residência dos hóspedes (2011)



Fonte: DREM (elaboração própria).

Outros indicadores neste domínio, apresentam uma evolução positiva do sector, à semelhança do que se ocorre com os restantes concelhos da RAM. É o caso do número de hóspedes e de dormidas (fig. 29).

Figura 29 Número de hóspedes e dormidas entre 2002 e 2011 em Câmara de Lobos



Fonte: DREM (elaboração própria).

Como se verifica, a linha de evolução evidencia uma tendência positiva, registando-se para ambos os indicadores, o valor mais elevado no ano de 2008.

Consequentemente, foi também nesse ano que se registou o valor mais elevado em matéria de proveitos totais (cerca de 5,5 milhões de euros), sendo que no último ano de 2011, esse valor foi de 4,7 milhões de euros, representando ainda assim uma significativa melhoria face aos resultados de 2010 (3,6 milhões de euros).

Por último, há que salientar que as variações mensais no número de hóspedes e de dormidas ao longo do ano de 2011, revelam uma tendência em todo semelhante à situação verificada para a RAM no seu todo, ou seja, uma flutuação considerável ao longo do ano, com os picos de ocupação em matéria de dormidas, a registarem-se nos meses de Maio e Agosto (8 202 e 12 325 dormidas, respetivamente) e o valor mais baixo em Dezembro (1 913 dormidas).

## CAPÍTULO III

### ESTUDO DE CASO: apresentação dos resultados

*“Toda a acção de pesquisa se traduz no acto de perguntar. Isto é válido para todo o questionamento científico. Por isso todas as regras metodológicas têm como objectivo exclusivo o de esclarecer o modo de obtenção de respostas”.*

FERREIRA (1986:165)

Em virtude do objeto desta investigação, considerou-se a utilização de distintos meios de recolha de informação, sendo certo todavia que, a aplicação do inquérito por questionário representou o enfoque principal da investigação, como estratégia preferencial na obtenção da informação que garantisse a necessária consistência científica à proposta de idealização de um roteiro turístico pedestre para a cidade de Câmara de Lobos.

Como complemento, surge a imprescindível revisão da literatura neste domínio, as entrevistas e os resultados da observação direta, sempre muito útil na recolha de informação e na perceção do desenrolar dos acontecimentos em contexto real.

#### 3.1 INQUÉRITO POR QUESTIONÁRIO

De acordo com a metodologia apresentada para esta ferramenta de investigação, procedeu-se à aplicação do questionário por inquérito<sup>39</sup> nos primeiros quatro meses de 2012, tendo-se obtido 253 inquéritos válidos<sup>40</sup>.

<sup>39</sup> Consultar o questionário aplicado no estudo (anexo 3).

<sup>40</sup> Dado que o público-alvo dos inquéritos eram turistas (nacionais e/ou estrangeiros), tornou-se particularmente difícil aplicar um maior número de inquéritos, pois a disponibilidade manifestada pelos inquiridos foi, regra geral, muito reduzida, o que é compreensível por diversas razões, nomeadamente,

A informação foi obtida por autopreenchimento do inquérito em unidades hoteleiras e de restauração do concelho (13% da amostra) e também por entrevista direta nas ruas da cidade de Câmara de Lobos (87% da amostra). O processo de amostragem foi aleatória simples e as estimativas foram calculadas com 95% de confiança, para um erro máximo de 5,04%.

O inquérito contempla 23 questões (na sua quase totalidade de resposta fechada), organizadas em três blocos distintos: “identificação” (cinco questões), “caracterização da estadia” (sete questões) e “preferências e práticas turísticas” (onze questões). No sentido de adequar a aplicação do inquérito ao público-alvo foram feitas duas versões: em língua portuguesa e inglesa.

### 3.1.1 Caracterização dos turistas (identificação)

O equilíbrio entre os géneros foi garantido na aplicação do inquérito, verificando-se uma distribuição equitativa (quadro 8). A idade dos turistas entrevistados varia entre 22 e 80 anos, sendo que 50% deles apresentam idade inferior ou igual a 38 anos. O percentil 75 indica-nos que 3/4 dos turistas que visitam Câmara de Lobos têm idade inferior ou igual a 50 anos (quadro 9).

Quadro 8 Inquiridos segundo o género

Sexo	(n.º)	(%)
Masculino	128	50,6
Feminino	125	49,4

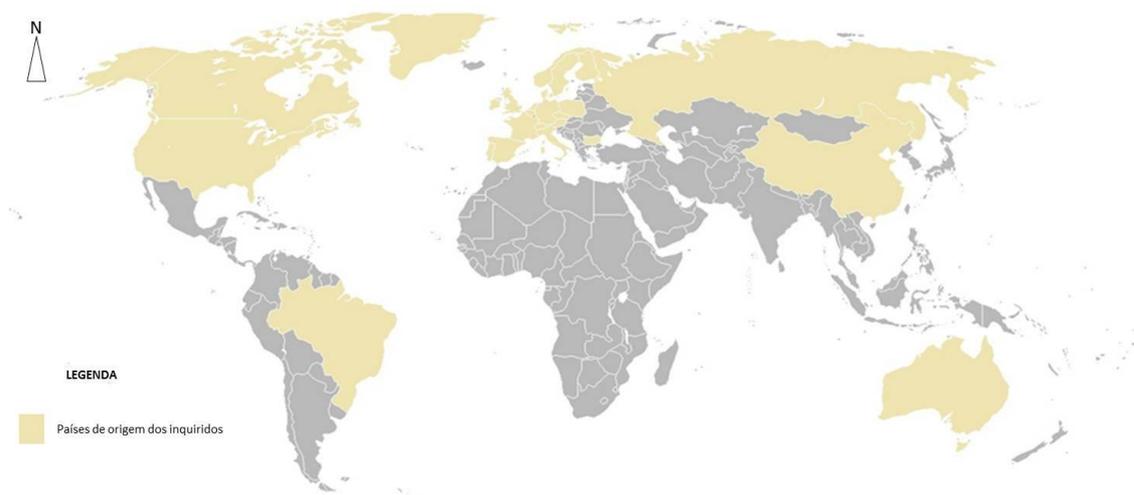
Quadro 9 Idades dos inquiridos

Idade	Mínimo	Percentil 25	Mediana	Percentil 75	Máximo
(anos)	22	32	38	50	80

pelos limites de tempo que muitos apresentavam na sua visita à cidade (no caso de turistas integrados em grupos de excursões), pela própria barreira linguística mas, sobretudo, pelo facto de haver alguma pressão sobre os turistas, quer seja para o preenchimento de questionários, quer também, para a apresentação de produtos e serviços turísticos (passeios/excursões, hospedagem, restauração, entre outros) o que conduz a alguma relutância no momento da abordagem pelo inquiridor.

Relativamente à origem dos turistas, encontramos um leque diversificado de proveniências (fig. 30). Os resultados vão ao encontro daqueles que são os principais mercados emissores tradicionais na RAM: ingleses, alemães e franceses destacam-se das restantes nacionalidades com 59,2% do total dos inquiridos. O mercado ibérico ocupa o 4º lugar, repartido pelos quase 10% oriundos do continente português e os 6% de espanhóis. Ainda que estes cinco focos emissores sejam os mais significativos, representando no seu conjunto 75% dos turistas que visitaram cidade, é de realçar a diversidade de nacionalidades que podemos encontrar - 26 no total, com uma clara supremacia dos turistas de origem europeia (77%).

Figura 30 Origem dos inquiridos



No campo da atividade profissional exercida pelos inquiridos (quadro 10), e atendendo ao amplo leque de situações profissionais envolvidas, optou-se pelo agrupamento das mesmas de acordo com a Classificação Portuguesa das Profissões (CPP/2010)<sup>41</sup>.

---

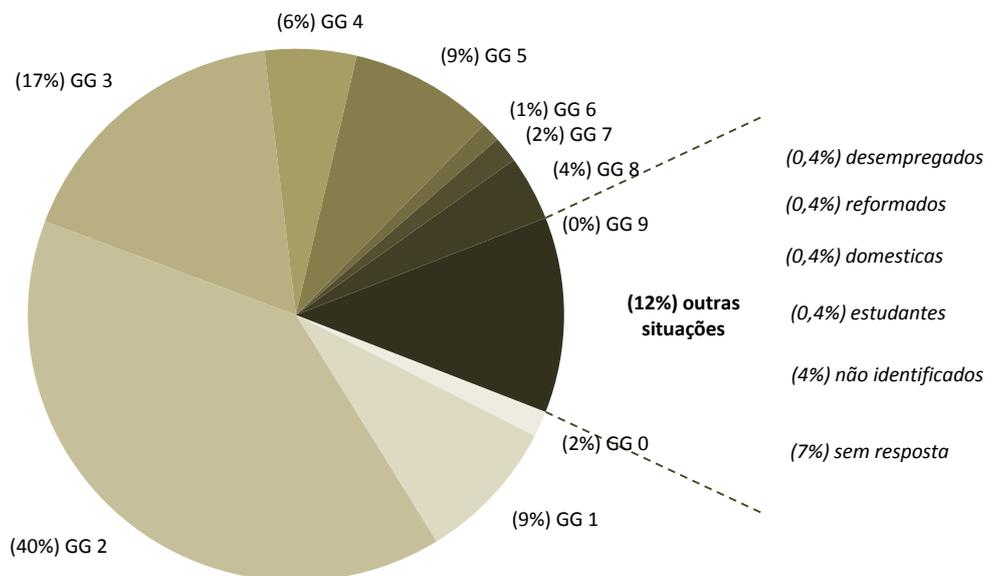
<sup>41</sup> A Classificação Portuguesa das Profissões de 2010 elaborada a partir da Classificação Internacional Tipo de Profissões de 2008 (CITP/2008) pelo Instituto Nacional de Estatística, destina-se a substituir a anterior Classificação Nacional de Profissões de 1994 (CNP/94) do Instituto do Emprego e Formação Profissional (IEFP) harmonizada com a CITP/1988. A CPP/2010, publicada na II Série do Diário da República nº 106, de 01 de Junho de 2010, estabelece o novo quadro das profissões, tarefas e funções mais relevantes integradas na CITP/2008.

Quadro 10 Atividade profissional dos inquiridos segundo a CPP/2010

Grande Grupo		Sub-Grande Grupo	(n.º)	(%)	Grande Grupo		Sub-Grande Grupo	(n.º)	(%)		
0	Profissões das Forças Armadas	1	4	1,6	6	Agricultores e trabalhadores qualificados da agricultura, da pesca e da floresta	61	1	0,4		
		2	0	0,0			62	2	0,8		
		3	0	0,0			63	0	0,0		
1	Representantes do poder legislativo e de órgãos executivos, dirigentes, directores e gestores executivos	11	11	4,3	7	Trabalhadores qualificados da indústria, construção e artífices	71	2	0,8		
		12	5	2,0			72	2	0,8		
		13	0	0,0			73	0	0,0		
		14	6	2,4			74	0	0,0		
2	Especialistas das atividades intelectuais e científicas	21	16	6,3	8	Operadores de instalações e máquinas e trabalhadores da montagem	81	0	0,0		
		22	36	14,2			82	0	0,0		
		23	17	6,7			83	10	4,0		
		24	10	4,0			9	Trabalhadores não qualificados	91	0	0,0
		25	3	1,2					92	0	0,0
		26	18	7,1					93	0	0,0
3	Técnicos e profissões de nível intermédio	31	0	0,0	9	Trabalhadores não qualificados	94	0	0,0		
		32	0	0,0			95	0	0,0		
		33	15	5,9			96	0	0,0		
		34	16	6,3			Outras situações:				
		35	13	5,1			» não identificada				
4	Pessoal administrativo	41	5	2,0	» desempregados						
		42	8	3,2	» domésticas						
		43	0	0,0	» estudantes						
		44	1	0,4	» reformados						
5	Trabalhadores dos serviços pessoais, de protecção e segurança e vendedores	51	7	2,8	» sem resposta						
		52	10	4,0							
		53	2	0,8							
		54	3	1,2							
<b>TOTAL</b>							253	100			

Em traços gerais, verifica-se que a amostra percorreu todos os Grandes Grupos (GG) existentes, à excepção do GG n.º 9 - *trabalhadores não qualificados*, no qual não se verificou a existência de qualquer registo.

Ao nível dos Grandes Grupos (fig. 31), o destaque vai para o GG n.º2, onde se enquadraram 40% dos inquiridos. O segundo valor mais elevado regista-se no GG n.º3 com 17%. Ambos incluem profissionais com formação académica de nível superior o que poderá constituir uma mais-valia em termos dos benefícios que estes turistas poderão representar para o concelho, não apenas pelo nível sociocultural, mas também pela capacidade financeira que lhes poderá estar associada.

**Figura 31** Atividade profissional dos inquiridos por grandes grupos, de acordo com a CPP/2010

Numa análise mais pormenorizada ao nível dos sub-grandes grupos (sgg), o destaque vai para o sgg 22 que corresponde aos profissionais de saúde (14%). Seguem-se: o sgg 26 – *especialistas em assuntos jurídicos, sociais, artísticos e culturais* (7,1%), sgg 23 – *professores* (6,7%) e por fim (ambos com 6,3%), o sgg 21 – *especialistas das ciências físicas, matemáticas, engenharias e técnicas afins* e o sgg 34 – *técnicos de nível intermédio dos serviços jurídicos, sociais, desportivos, culturais e similares*.

### 3.1.2 Caracterização da estadia

A duração da estadia na Madeira varia entre 1 a 30 dias, sendo a mediana de 7 dias (quadro 11). Este resultado aproxima-se dos dados disponibilizados pelas estatísticas oficiais que apontam para o ano de 2011 o valor de 5,2 noites, o valor mais alto a nível Nacional<sup>42</sup>.

<sup>42</sup> Segundo dados do INE relativos ao ano de 2011, a estadia média ronda as 2,8 noites em Portugal continental, sendo o Algarve a região que apresenta o valor mais elevado – 3,8 noites.

**Quadro 11** Duração da estadia dos inquiridos

Duração da estadia	Mínimo	Percentil 25	Mediana	Percentil 75	Máximo
	1	5	7	10	30

Em concordância com a atual distribuição do parque hoteleiro da RAM, constatou-se que 79,4% dos turistas inquiridos encontravam-se alojados no concelho do Funchal. O concelho de Câmara de Lobos representou 12,3% dos alojamentos.

Do total dos inquiridos 76,7% afirmaram nunca ter estado na RAM. Também um elevado número de inquiridos – 78,7% afirmou estar na cidade de Câmara de Lobos pela primeira vez, sendo que, cerca de metade (48,2%), fez-se acompanhar do seu cônjuge nesta sua viagem. A companhia de familiares representa 26,5 % dos restantes inquiridos e os amigos cerca de 16%. Apenas 4,7% optaram por realizar a viagem sozinhos.

Relativamente à forma como a viagem foi organizada (quadro 12), verificou-se que a opção “*agência de viagens*” foi a via mais escolhida para a reserva do alojamento e da viagem, todavia na organização da visita à cidade de Câmara de Lobos, constatamos que esta decorre maioritariamente por iniciativa do próprio.

**Quadro 12** Organização da viagem

Organização do/da:	O próprio		Agência		Não sabe/Não responde	
	(n.º)	(%)	(n.º)	(%)	(n.º)	(%)
Alojamento	97	38,6	153	61,0	3	0,4
Transporte/Viagem	109	43,3	143	56,7	1	0,0
Visita à cidade	152	60,8	97	38,8	4	0,4

### 3.1.3 Preferências e práticas turísticas

Sobre a forma como os turistas obtiveram informações sobre o destino turístico Câmara de Lobos (quadro 13), foram as agências de viagens que mais contribuíram

para esse conhecimento – 30%. Segue-se por ordem decrescente de importância, a internet (19%) e as brochuras turísticas<sup>43</sup> (14.6%).

**Quadro 13** Organização da viagem/visita

Meio através do qual obteve informação sobre Câmara de Lobos	(n.º)	(%)
Internet	48	19,0
Imprensa	14	5,5
Brochura turística	37	14,6
Informação de amigos	19	7,5
Agência de viagens	76	30,0
Informação do hotel onde se encontra alojado	21	8,3
Viagem anterior	24	9,5
Outro	14	5,5

Em matéria de motivação, o “*lazer*” e a “*gastronomia*” foram as principais razões apontadas pelos inquiridos para a visita à cidade, com cerca de 39% das respostas para cada item. A “*paisagem*” surge como o terceiro elemento mais referido com 13% das escolhas.

Ainda que não representem valores expressivos, pensamos serem importantes as referências a outros aspectos mencionados pelos inquiridos. Embora distintas, as referências giraram muito em torno do imaginário de uma vila piscatória, onde “*as cores*”, “*os cheiros*” e a existência do “*porto marítimo*” e de “*barcos de pesca*”, por si só, constituíam na opinião dos inquiridos importantes estímulos para uma visita a Câmara de Lobos. Também as referências ao estadista Churchill foram evocadas como justificação.

Porque o percurso efetuado pelos turistas representa uma informação crucial para a construção do roteiro turístico da cidade, procurou-se identificar os locais mais populares, através da inclusão no inquérito, de uma grelha com os locais mais emblemáticos da cidade e alguns serviços, bem como, outros locais localizados no concelho que são considerados de forma consensual como pontos de interesse turístico, pelos diversos operadores turísticos.

<sup>43</sup> Sobre as brochuras turísticas, trata-se de documentos generalistas de promoção da Região no seu todo, na medida em que nos postos de turismo e nas agências de viagens não existem atualmente produtos dessa natureza específicos para o concelho.

Para assegurar a maior fidelidade possível das respostas, todos os locais referidos nesta questão encontravam-se identificados com uma fotografia, de modo a evitar eventuais erros de localização/identificação dos pontos turísticos (fig. 32).

Figura 32 Pontos de Interesse Turístico referidos no inquérito



13 Adega “Henriques &amp; Henriques”



14 Mercado Municipal



15 Jardins de São Francisco



16 Salinas/Forno da Cal



17 Promenade



18 Estreito de Câmara de Lobos



19 Levada do Norte



20 Cabo Girão



21 Boca dos Namorados



22 Boca da Corrida



23 Eira do Serrado

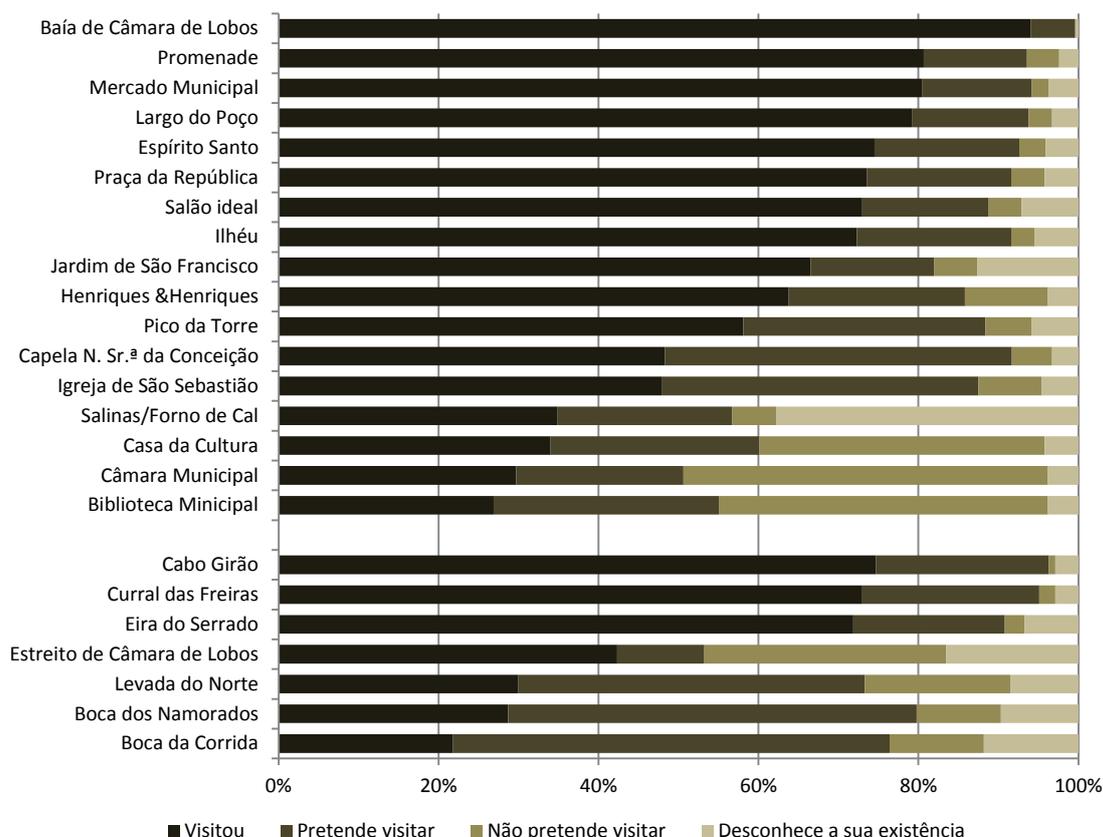


24 Curral das Freiras



Uma análise aos resultados obtidos (fig. 33), organizados no gráfico por ordem decrescente do número de visitas, mostra-nos que a baía de Câmara de Lobos é o local mais visitado pelos turistas (94%), destacando-se significativamente de todos os outros pontos indicados no inquérito.

Figura 33 Roteiro turístico dos visitantes



A esta situação, não estará alheio o facto de a baía situar-se no centro histórico da cidade, reunindo diversos atrativos. Além do mais, perto desta situam-se os principais pontos de embarque/desembarque dos turistas, havendo também um espaço de estacionamento automóvel de elevada capacidade e com fáceis acessos.

Com um valor ligeiramente superior aos 80% de visitas surgem a *Promenade*<sup>44</sup> e o Mercado Municipal. Se a primeira representa um ponto de passagem obrigatória para quem chega à cidade pelo seu próprio pé (com proveniência do concelho Funchal), já no caso do Mercado, fica bem patente a importância que os turistas atribuem a este tipo de local, pois de algum modo encontra-se aqui representado

<sup>44</sup> Designação atribuída ao passeio marítimo pedonal que liga uma das mais concorridas zonas hoteleiras do Funchal (Praia Formosa) à cidade de Câmara de Lobos através de um percurso pedonal junto à linha de costa, com aproximadamente 2 km de distância, inaugurada em Maio de 2011 e que tem registado uma enorme afluência de turistas e residentes locais, quer na vertente do lazer, quer ao nível de uma utilização associada a atividades desportivas.

parte da cultura, hábitos e costumes das populações locais. Essencialmente, trata-se de um espaço onde se efetua a venda dos produtos hortícolas e frutícolas de produção local e/ou regional, havendo também lojas no seu interior dedicadas à comercialização de outros tipos de produtos que, infelizmente, acabam de algum modo, por descaracterizar o enfoque tradicional que se encontra subjacente a este tipo de espaço.

Com valores superiores aos 50%, encontramos ainda (por ordem decrescente de visitantes): o Largo do Poço, o miradouro do Espírito Santo, a Praça da República, os miradouros do Salão Ideal e do Ilhéu, os Jardins de São Francisco e a companhia de vinhos Henriques & Henriques. Imediatamente abaixo deste valor, surgem dois locais de culto religioso – a Capela da N. Sr.<sup>a</sup> da Conceição e a Igreja de São Sebastião, com cerca de 48% de visitantes. Refira-se que estas duas unidades localizam-se nas imediações de outros locais de interesse que obtiveram resultados bem mais favoráveis. Por exemplo, a capela atrás referida fica situado no centro da cidade, junto ao Largo do Poço que recebeu 79% dos visitantes inquiridos.

Segue-se nesta análise o binómio salinas/forno da cal que, segundo os resultados apurados, foi apenas visitado por 35% dos turistas inquiridos. Este dado merece alguma reflexão, pois as salinas e o forno da cal ficam situados na Promenade, (visitada por 80% dos turistas), o que significa que estamos perante um caso expressivo de falta de sinalética identificativa e/ou informativa, de resto, à semelhança do que se passa em outros pontos de interesse turístico. Aliás, as salinas/forno da cal representam a atração, sobre a qual, o maior número de turistas afirmou desconhecer a sua existência (cerca de 38%).

Esta listagem de pontos de interesse turístico da cidade de Câmara de Lobos termina com três serviços públicos cujo número de visitas oscilou em torno dos 30%. O desconhecimento da existência destes serviços não é expressivo, mas o mesmo já não se poderá dizer acerca da vontade expressa de simplesmente não querer visitar/usufruir destes três espaços – cerca de 40%.

Por último, na base do gráfico da fig. 33, podemos observar os resultados dos sete locais de interesse turístico situados noutras freguesias do concelho de Câmara de Lobos. Trata-se de locais tradicionalmente visitados por turistas, associados a um

conjunto diversificado de motivos que vão desde a gastronomia (Estreito de Câmara de Lobos), à paisagem oferecida (Cabo Girão, Eira do Serrado, Curral das Freiras, Boca dos Namorados e Boca da Corrida), passando pelo contato direto com a natureza ao longo das emblemáticas levadas (Levada do Norte).

Como seria expectável, o local mais visitado foi o Cabo Girão (75%), um ponto de paragem obrigatório para qualquer turista que visita a Região, sendo uma referência comum em qualquer roteiro turístico nacional ou internacional. Pelas mesmas razões, surgem em segundo e terceiro lugares, respetivamente, o Curral das Freiras e a Eira do Serrado com cerca de 72% de visitantes. Nestes três casos, quem não teve a oportunidade de efetuar uma visita, manifestou interesse em lá passar (cerca de 20% dos turistas), sendo muito poucos os que afirmaram não querer visitar os locais em questão, ou então, desconhecer a sua existência. Segue-se a freguesia do Estreito de Câmara de Lobos com 42% de visitantes, embora neste caso específico, seja de destacar a percentagem de turistas que afirmaram não ter visitado este local (30%) ou até mesmo, desconhecer a sua existência (17%).

Por fim, e ainda por ordem decrescente de visitantes, surge: a Levada do Norte (30%), a Boca dos Namorados (29%) e a Boca da Corrida (22%). Para estes três locais, são poucos os que afirmaram desconhecer a sua existência (cerca de 10%), sendo expressivo a percentagem de turistas que pretendem visitá-los (respectivamente, 43%, 51% e 55% dos inquiridos).

Relativamente ao tempo de permanência na cidade (quadro 14), 81% dos inquiridos afirmaram ficar mais de 60 minutos o que constitui um bom indicador, ao nível do potencial económico que se poderá extrair do visitante. Este dado porém, não deverá ser entendido como um valor de referência absoluto<sup>45</sup>.

---

<sup>45</sup> O tempo de permanência dos turistas está particularmente dependente do altura do dia, ou seja, sendo certo que pela manhã, a cidade recebe um quantitativo muito considerável de turistas, também é sabido que se trata de excursionistas cujo tempo de permanência na cidade é pouco expressivo, devido aos horários rígidos dos programas definidos pelos operadores turísticos. Da mesma forma, e em diferentes momentos do dia, encontramos turistas com outra flexibilidade horária, decorrente do contexto organizativo da sua visita, isto é, tendencialmente, quem se desloca por conta própria (a pé, em transporte público ou com viatura particular) tende a permanecer mais tempo na cidade.

**Quadro 14** Duração da visita à cidade

Tempo de permanência em Câmara de Lobos durante a visita	(n.º)	(%)
Menos de 30 minutos	7	2,8
Entre 30 a 60 minutos	41	16,3
Mais de 60 minutos	203	80,9

A utilização dos serviços disponíveis em Câmara de Lobos é relativamente diversificada, mas o destaque vai para a restauração (79%) e para o mercado municipal (57%), um espaço que em qualquer cidade, usualmente atrai a curiosidade dos visitantes.

De seguida, surge o comércio com pouco mais de 50%, pese embora o tecido económico ligado a este sector comece a dar sinais de algum empobrecimento, visível de resto pelo crescente número de estabelecimentos que tem vindo a encerrar a sua atividade.

Por ordem decrescente de procura surgem ainda: o sector dos transportes (públicos e privados) que representou no seu conjunto 37% de utilizadores, os snack-bars com aproximadamente 33% e o supermercado local com 24%. Os restantes serviços contemplados no inquérito, apresentam valores residuais inferiores a cinco pontos percentuais.

**Quadro 15** Comércio e serviços utilizados

Serviços utilizados na visita à cidade	(n.º)	(%)
Comércio	128	50,6%
Restaurante	200	79,1%
Snack-bar	83	32,8%
Supermercado	61	24,1%
Mercado municipal	144	56,9%
Posto de correio	11	4,3%
Câmara Municipal	6	2,4%
Polícia	2	0,8%
Biblioteca	6	2,4%
Transportes públicos	47	18,6%
Táxi	47	18,6%
Outros	7	2,8%

Em matéria de gastos turísticos (quadro 16), a maioria (53%) dos visitantes despenderam entre 20 a 40 euros, sendo que apenas 16% efetuaram despesas superiores a 40 euros.

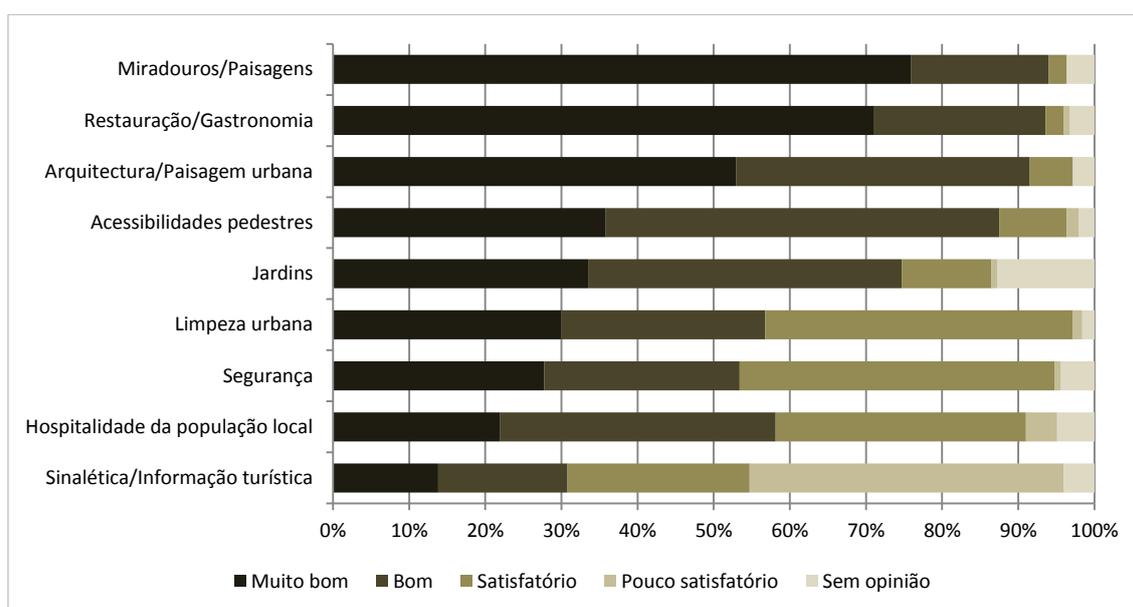
**Quadro 16** Gastos efetuados pelos turistas (pp)

Despesa efectuada (por pessoa) durante a visita à cidade	(n.º)	(%)
Menos de 5 euros	9	3,6
Entre 5 e 20 euros	69	27,4
Entre 20 e 40 euro	134	53,2
Mais de 40 euros	40	15,9

Já em matéria de satisfação para com a visita realizada, o resultado é globalmente satisfatório, na medida em que 79% dos inquiridos respondeu afirmativamente sobre a possibilidade de regressar novamente à cidade. Neste mesmo sentido, procurou-se saber se recomendariam a visita a esta cidade a familiares/amigos: 87% respondeu favoravelmente, registando-se apenas 1% dos inquiridos que manifestou uma opinião contrária.

Por último, procurou-se avaliar a perceção dos turistas relativamente a um conjunto de parâmetros diversificados relacionados com as características da cidade (fig. 34).

**Figura 34** Avaliação global da cidade



Assim, os pontos mais valorizados foram os “*miradouros/paisagens*” e a “*restauração/gastronomia*”, elementos que reuniram a classificação de “*muito bom*”, respectivamente por 75% e 71% dos inquiridos. Também a “*arquitetura/paisagem urbana*” foi um parâmetro bem cotados por 53% dos inquiridos que lhe atribuiu a classificação máxima.

Outros parâmetros obtiveram igualmente uma avaliação positiva, pois a maioria dos inquiridos classificaram-nos como “*muito bom*” ou “*bom*”. É o caso dos das “*acessibilidades pedestres*” (87%), dos “*jardins*” (75%) e da “*limpeza urbana*” (57%).

Já em matéria de “*segurança*”, as opiniões dividem-se, sendo que 41% dos inquiridos consideraram-na apenas “*satisfatória*”. Ainda assim, a maioria dos inquiridos classificou este parâmetro com “*muito bom*” ou “*bom*”, o mesmo sucedendo com a avaliação da “*hospitalidade da população local*”.

Em situação menos favorável surge o item “*sinalética/informação turística*”: 31% das respostas classificaram-na como “*muito bom*” ou “*bom*”, mas 41% optou pelo “*pouco satisfatório*”, sendo assim o parâmetro onde as críticas foram mais notórias. A este facto não podemos ignorar o recente encerramento do posto de turismo local que, embora se encontre assinalado em muitos guias turísticos, na verdade já não se encontra disponível, havendo claramente uma lacuna a este nível que na nossa opinião urge resolver.

### 3.2 CIDADE DE CÂMARA DE LOBOS: PROPOSTA DE UM ROTEIRO

O desenvolvimento de um roteiro turístico para a cidade de Câmara de Lobos não representa uma novidade absoluta em termos de estratégia de comunicação com o visitante, pois efetivamente, a autarquia local desenvolveu um desdobrável<sup>46</sup> com essa finalidade, sendo basicamente composto por duas bases cartográficas: de um lado, um mapa da cidade com referências aos locais de interesse e serviços de utilidade pública (fig. 35), e no verso, um segundo mapa do concelho com inclusão da rede de estradas locais, locais de interesse, serviços de utilidade pública, hotéis e passeios a pé.

Figura 35 Planta da cidade



Fonte: Mapa do concelho de Câmara de Lobos, CMCL.

<sup>46</sup> Consultar o anexo 4.

De conceção e design desenvolvidos por uma empresa intermunicipal<sup>47</sup>, o *Mapa do Concelho de Câmara de Lobos* (designação atribuída ao desdobrável), contém uma pequena referência histórica ao concelho, destacando as artes da pesca e a sua importância no contexto regional, havendo ainda um convite a passeios apreciando "*as belas paisagens*" do concelho. Essa informação é apresentada em formato bilingue (português-inglês).

Todavia, por um conjunto de razões que procuraremos explicitar, a utilização deste recurso revelou-se, no nosso entender, pouco atrativa para o visitante. Distribuído inicialmente pelo posto de turismo local, o mapa do concelho oferece uma leitura muito limitada, facto que fica a dever-se sobretudo, à escala utilizada para representação da cidade com um reduzidíssimo grau de pormenor e a uma qualidade gráfica muito primária, afastando-se assim do desejável, em termos de eficácia e daquilo que será o propósito fundamental de um instrumento desta natureza, ou seja, permitir ao visitante informação clara e objetiva sobre a localização dos pontos de interesse turísticos e dos serviços de utilidade pública.

Aliás, neste caso específico, o documento assenta sobretudo na referência/localização geográfica dos pontos de interesse e dos serviços públicos, pois em matéria de informação turística complementar, as referências são inexistentes.

Fornecido pelo posto de turismo, este Mapa do Concelho deixou de estar acessível ao visitante, a partir do momento que se optou pelo seu encerramento em Fevereiro de 2011<sup>48</sup>. Até então, a obtenção de informações relevantes sobre o concelho e os seus eventuais pontos de interesse, poderiam ser obtidas pela

---

<sup>47</sup> A EIMRAM - Empresa Intermunicipal da Região Autónoma da Madeira - Investimentos e Serviços Intermunicipais (EIM), foi constituída por escritura pública celebrada a 2 de Dezembro de 1999 e reveste a natureza de empresa intermunicipal, sendo o seu capital social, integralmente detido pela AMRAM - Associação de Municípios da Região Autónoma da Madeira.

<sup>48</sup> O encerramento do Posto de Turismo de Câmara de Lobos surge na sequência do processo de reestruturação e racionalização dos serviços e recursos humanos da Secretaria Regional do Turismo que implicou, para além desta medida, o encerramento dos postos turísticos dos concelhos de São Vicente, Machico e Caniço, argumentando-se a fraca procura deste serviço por parte dos turistas. Não obstante, aspectos de natureza económicos estarão certamente subjacentes a esta decisão que, refira-se, na opinião do presidente da Câmara Municipal e também do presidente da Junta de Freguesia de Câmara de Lobos (expressa nas entrevistas que nos foram cedidas), representou uma medida desajustada e sem qualquer fundamento numa cidade que, comprovadamente, revela diariamente um fluxo turístico considerável.

assistência disponibilizada pelo posto de turismo ou pela consulta de guias turísticos de apoio, com que habitualmente os turistas se fazem acompanhar. Aliás, nessa matéria, a própria venda de guias turísticos nem era uma possibilidade oferecida pelo posto de turismo, pois este encontrava-se claramente direcionado para a cedência de informações globais alusivas à Região no seu todo, desde os mapas das estradas da RAM, jardins e museus, entre outros, sendo este material promocional cedido gratuitamente pelos serviços da Secretaria Regional do Turismo (SRT).

Localizado na entrada norte da Casa da Cultura, junto da sede da Associação Insular de Geografia, em espaço cedido pela autarquia, o posto de turismo encontrava-se sob a tutela da referida secretaria regional. Quer isto dizer que, quer ao nível de recursos humanos, quer dos materiais promocionais utilizados, estes não dependiam da autarquia local, não havendo como tal uma verdadeira estratégia de promoção com enfoque na cidade ou no concelho.

Atualmente, este posto de turismo encontra-se encerrado, ainda que muitos turistas diariamente apareçam no local solicitando informações, pois em muitos guias turísticos da Madeira, ainda é referida a sua existência naquela localização. A este propósito, referindo-se à decisão unilateral da SRT em encerrar o posto de turismo local, e em entrevista cedida a um matutino regional, o presidente da edilidade lamentava-se *"que não se tenha olhado para Câmara de Lobos da forma como eu acho que se devia"*, tendo ainda denunciado a falta de iniciativas e a pouca dinâmica do posto de turismo, considerando que *"estava um pouco votado ao abandono"*<sup>49</sup>. Também o presidente da Junta de Freguesia de Câmara de Lobos, na entrevista que nos concedeu, manifestou a sua incompreensão para com esta atitude da tutela, visto que a cidade revela diariamente um fluxo considerável de visitantes, justificando plenamente a manutenção daquele espaço.

Todavia, segundo apuramos junto do presidente da autarquia, a reabertura de um espaço de atendimento turístico constitui uma prioridade para o curto prazo, prevendo-se que o novo espaço tenha um arranjo diferente do anterior, mais vocacionado para a promoção local, ponderando-se a possibilidade de incluir a venda de algum artesanato e outros artigos que de algum modo, divulguem a história e a

---

<sup>49</sup> Fonte: *Diário de Notícias*, 11 de março de 2011.

cultura câmara-lobense, não obstante a promoção da RAM no seu todo<sup>50</sup>. Presentemente, este roteiro encontra-se disponível ao visitante na biblioteca municipal e também, na própria câmara municipal que assume oficialmente a função de “posto turístico”<sup>51</sup>.

Pelos motivos já explorados, consideramos pertinente a concepção de um novo modelo de roteiro turístico urbano. Nesta proposta que seguidamente apresentamos, foram considerados os seguintes pressupostos:

- O roteiro deverá sugerir um percurso pedestre organizada e sequencial, de modo a que a permanência do visitante seja mais dilatada no tempo, do que aquela que atualmente se verifica;
- O ponto de partida do trajeto urbano deverá ter em linha de conta a localização dos principais pontos de chegada dos turistas à cidade, quer por transporte público, quer por transporte particular, ou até mesmo, a pé por via da ligação pedonal existente (promenade);
- O ponto de partida do trajeto urbano deverá ter em linha de conta a localização dos principais pontos de chegada dos turistas à cidade, quer por transporte público, quer por transporte particular, ou até mesmo, a pé por via da ligação pedonal existente (promenade);
- A duração do percurso deverá ser adequada ao perfil do turista visitante, ao tempo médio de permanência e à própria dimensão da cidade, não devendo por isso, exceder os 60/75 minutos, contemplando trajetos parciais alternativos, em função de eventuais dificuldades de mobilidade motora que possam surgir junto do público-alvo;

---

<sup>50</sup> Neste sentido, a Associação Insular de Geografia já apresentou à autarquia uma proposta de dinamização do Posto de Turismo, que assumira a designação de CAT - Centro de Apoio ao Turismo e que, além de conter a tradicional vertente de atendimento ao turista, incluiria novas valências, como sejam, a possibilidade de disponibilizar informações em tempo real com recurso a um web SIG, a promoção do comércio, restauração e hotelaria local, a conceção, desenvolvimento, aplicação e atualização de roteiros turísticos (pedestres e rodoviários), entre outros. Considera ainda a proposta, um acompanhamento técnico do sector turístico no concelho, visando em permanência, a promoção concelhia no contexto regional.

<sup>51</sup> Esta referência da câmara municipal como “posto de turismo” surge apenas na versão atualizada do roteiro turístico em questão, que na sua essência mantém a mesma estrutura do anterior, denotando-se apenas a atualização de alguns conteúdos (alojamento, locais de interesse e algumas fotografias).

- O trajeto deverá oferecer a possibilidade do visitante usufruir de uma oferta de produtos turísticos diferenciados, mas genuínos na sua essência.

A este conjunto de premissas, juntamos naturalmente os resultados obtidos pelo inquérito por questionário realizado aos turistas (analisados no ponto 3.1 deste documento), assim como, as muitas opiniões recolhidas informalmente, ao longo do processo de aplicação do referido inquérito. Como não poderia deixar de ser, a observação direta, enquanto técnica de investigação, foi também particularmente utilizada nesta etapa do projeto.

A proposta de percurso pedestre urbano que apresentamos, decorre também do levantamento no terreno, das potencialidades e valências de um conjunto de locais que, pelo seu interesse histórico, cultural, paisagístico, ou outro (de manifesta relevância), consideramos pertinente incluir num futuro roteiro turístico que se venha a produzir. Deste trabalho resultaram os dezassete pontos assinalados no mapa que segue (fig. 36).

Figura 36 Percurso pedestre urbano proposto para um futuro roteiro turístico



Fonte: Google (elaboração própria).

No sentido de simplificar a leitura do mesmo, agruparam-se os diversos pontos de interesse turístico em quatro grandes grupos (fig. 36). Note-se porém que, estes grupos não congregam toda a oferta de potencial interesse turístico existente na cidade, logo, deverão ser entendidos apenas como grandes referenciais de orientação para o utilizador do percurso pedestre sugerido.

Figura 37 Áreas de interesse propostas no Roteiro Turístico Pedestre



Fonte: autor.

Complementarmente, considerando a possibilidade de alguns turistas poderem apresentar algum tipo de dificuldade motora de manifesta relevância<sup>52</sup>, o que impossibilitaria, desde logo, a realização integral do percurso, foram também criadas duas passagens alternativas, decorrentes de duas situações específicas:

<sup>52</sup> Nesta matéria, nunca será demais recordar a importância crescente do debate em torno das barreiras à mobilidade. Duarte Rodrigues, presidente da ACIF - Câmara de Comércio e Indústria da Madeira - no Seminário "Novas Perspetivas para o Turismo: Acessibilidade Universal" realizado no Funchal a 08 de Novembro de 2012, dizia que não poderíamos ignorar (referindo-se ao turismo) "(...) *este que vai ser um importante mercado, nem a acessibilidade como potencial factor de negócio*", na medida em que "*uma região com preocupações de mobilidade e acessibilidade gera igualdade social e pode gerar riqueza. O Turismo acessível é um tema que está na ordem do dia na Europa e no mundo, atendendo ao elevado número de pessoas que procuram locais adequados às limitações dos turistas séniores ou deficientes*". (Fonte: JM de 09/11/2012, consulta online em <http://online.jornaldamadeira.pt/artigos/turismo-acess%C3%ADvel-deve-ser-aposta-da-regi%C3%A3o>).

- Passagem direta do ponto 1 ao ponto 4, motivada pela existência de duas passagens com recursos a escadarias (figs. 38 A e B);
- Passagem direta do ponto 6 ao ponto 9, motivada pelo declive acentuado do percurso e pela existência de uma escadaria pronunciada na parte final do percurso (figs. 38 C e D).

Figura 38 Condicionantes do percurso a portadores de limitações motoras



Fonte: autor.

Na versão integral que é proposta, o percurso apresenta uma distância total de cerca de 2 quilómetros, desenrolando-se numa quota que oscila entre os 5 e os 45 metros de altitude (fig. 39).

Figura 39 Altimetria do percurso pedonal



Fonte: Google.

No percurso encontramos variações pronunciadas nos declives fruto da orografia irregular da cidade, nomeadamente, no acesso à zona do ilhéu em direção aos pontos de observação 7 e 8, razão pela qual se considera premente a necessidade de acautelar eventuais dificuldades por parte de turistas com limitações motoras.

### 3.2.1 Valências dos pontos assinalados/sugeridos no roteiro

#### (1) Miradouro do Espírito Santo e Calçada

Popularmente conhecido pelo miradouro do Churchill, representa um dos pontos de paragem mais emblemáticos de toda a cidade, pelo facto de, naquele sítio, numa das suas visitas à Madeira, o estadista Winston Churchill ter lá estado a pintar uma tela<sup>53</sup>, tendo como pano de fundo a baía da cidade (fig. 39).

<sup>53</sup> FREITAS e SANTOS (1990:179) refere que o Diário de Notícias de 24 de Janeiro de 1985, celebrando os vinte anos da sua morte, e a propósito da sua estadia, referia que "(...) foi em excelente forma que veio à Madeira repousar alguns dias, quando em 1950 gozava de um espírito mundial decorrente da sua condição de père de la victoire na Segunda Grande Guerra. Daí os madeirenses terem ocorrido à baixa do Funchal para verem, ao menos uma vez, aquela figura histórica (...) Uma fotografia que correu o mundo foi obtida em Câmara de Lobos, quando o célebre inglês ali se deslocou para pintar um cenário da vila".

Figura 40 Winston Churchill pintando a Baía de Câmara de Lobos



Fonte: [www.dailymail.co.uk/travel](http://www.dailymail.co.uk/travel)<sup>54</sup>

No miradouro encontramos um painel platinado de bronze<sup>55</sup>, com um cavalete de pintura e a inscrição “*Aqui pintou em 1950 Winston Churchill*” (fig. 40 A), o que, em matéria de informação e até de aproveitamento do facto histórico, revela-se manifestamente insuficientemente. Neste espaço, consideramos que uma imagem em tamanho real, alusiva à sua passagem (de resto, amplamente divulgada pelas fotos que hoje encontramos em qualquer pesquisa na internet), seria seguramente muito mais atrativo que o atual tributo que ali se encontra, e que chega a passar despercebido junto dos turistas, denotando-se uma certa desilusão face às expetativas criadas, nomeadamente por turistas ingleses que, talvez por desinformação, não raras vezes julgam ali existir a casa onde viveu, ou pelo menos, pernoitou o estadista<sup>56</sup>.

<sup>54</sup> Consulta online em 24/10/2012 (URL: <http://www.dailymail.co.uk/travel><sup>54</sup>/article2031063/Churchills-Madeira-Tea-tradition-Reids-Palace-Hotel.html).

<sup>55</sup> Segundo FREITAS (*in* Dicionário Corográfico de Câmara de Lobos), a Câmara Municipal viria a aprovar por unanimidade, em sessão camarária realizada a 9 de Março de 1978, uma proposta para que fosse colocada naquele espaço uma estátua de Winston Churchill, todavia, a concretização desta ideia viria a ser feita em moldes distintos do inicialmente previsto, dando assim lugar a um painel da autoria do pintor Henrique Afonso Costa, colocada em 1981 pela Direção Regional de Turismo.

<sup>56</sup> Churchill na sua visita à Madeira em 1950 ficou hospedado no Hotel Reid's, uma das mais conceituadas unidades hoteleiras da RAM e, segundo BAPTISTA (2005), o mais antigo empreendimento hoteleiro em funcionamento no espaço atlântico. Mandado construir por William Reid, viria a abrir portas no ano de 1891 já após a sua morte. Por este hotel já passaram diversas personalidades, nomeadamente, George Bernard Shaw, Imperatriz Elizabete I da Áustria (Sissi), Guglielmo Marconi e claro, Winston Churchill que, de resto, empresta o seu nome a uma das duas suites presidenciais existentes no hotel.

A imagem mais próxima do facto histórico ali ocorrido encontra-se estampada num painel publicitário de um estabelecimento de restauração ali existente (com o nome de Churchill, precisamente) recolhendo a atenção dos visitantes que não resistem ao respetivo registo fotográfico.

Não havendo nada de realmente atrativo no miradouro (para além da paisagem que proporciona), os turistas acabam por distribuir-se ao longo das varandas que ladeiam o espaço junto à estrada principal (fig. 40 A e B), ficando este espaço habitualmente “reservado” aos residentes locais para o tradicional jogo de cartas.

Figura 41 Miradouro do Espírito Santo e Calçada (1950)



Fonte: autor

Aliás, refira-se que, na cidade, o “vício” pelo jogo encontra-se muito enraizado na população local. Joga-se ao dominó, mas sobretudo, às cartas, em qualquer mesa ou banco público que ofereça as condições tidas como necessárias àquela atividade/convívio, sendo uma imagem muito recorrente em todo o perímetro urbano, com particular incidência na baía, no Largo do Poço e na Praça da República (fig. 41 A, B e C).

Figura 42 O jogo como ocupação de referência nos tempos de ócio



Fonte: autor

## (2) Jardim de São Francisco

Situado praticamente à entrada da cidade, este espaço que data dos finais dos anos 70, inicialmente denominado de Jardim do Espírito Santo e Calçada (associado à sua localização), viria posteriormente a ser dedicado a São Francisco de Assis por deliberação camarária de 19 de Agosto de 1982<sup>57</sup>. Dois anos mais tarde, este jardim seria enobrecido com a colocação de uma estátua em bronze da autoria do escultor Jaime Santos. Posteriormente, entre 2005 e 2006, este espaço viria a sofrer uma profunda remodelação, com a instalação de um parque subterrâneo e outras obras de melhoria das acessibilidades à piscina construída nas proximidades.

A sul desta área de lazer, encontramos um outro espaço ajardinado que procura replicar a arte agrícola madeirense, com a produção típica de vinha em latadas, bem como o acesso pedonal ao sítio da Trincheira, onde encontramos as salinas e o forno da cal.

## (3) Salinas e Forno da Cal

O espaço onde encontramos as salinas e o forno da cal integra-se no percurso pedonal marítimo de acesso à cidade, sendo por isso, muito frequentado por residentes (locais) e turistas.

<sup>57</sup> Fonte: Dicionário Corográfico de Câmara de Lobos.

Outrora espaço de produção natural de sal, as salinas mais não são do que uma plataforma rochosa onde a maré baixa deixava ao descoberto o sal que posteriormente era tratado e recolhido. Quanto ao forno da cal, trata-se de um edifício do século XIX classificado como monumento de interesse municipal<sup>58</sup>, sem qualquer uso na atualidade e com vestígios de alguma degradação. O forno da cal só não passa totalmente despercebido devido à natureza arquitetónica do edifício, que recolhe olhares e a curiosidade de quem lá passa, pois não existe junto deste imóvel qualquer referência que o identifique ou descreva a sua história. O mesmo se passa com as salinas, cuja utilidade se resume às memórias de quem conheceu aquele espaço noutros tempos.

Este espaço conjunto (salinas-forno da cal) foi já alvo do interesse de investidores privados<sup>59</sup>, todavia sem qualquer desenvolvimento efetivo.

#### **(4) Baía de Câmara de Lobos**

Os xavelhas<sup>60</sup> são barcos tradicionais da arte de pesca madeirense, podendo apresentar-se em duas formas distintas: os barcos e as canoas<sup>61</sup>. Se aquando da sua introdução na Madeira, por volta de 1500, no decorrer da colonização, estas embarcações usavam velas, hoje os pequenos motores de popa desempenham mais eficazmente essa função.

Enquanto elemento central do património cultural de Câmara de Lobos, BARROS (2006:91) considera que este património confere à região uma identidade

---

<sup>58</sup> Resolução 1651/99 (JO 1ª série, nº126).

<sup>59</sup> "(...) a iniciativa privada mostrou desejo de explorar turisticamente o lugar e para o efeito apresentou em Novembro de 1990 à Câmara Municipal de Câmara de Lobos um programa base da autoria do arquitecto Paulo Rosalino, de uma infra-estrutura hoteleira denominada de Churchill Village. Esta unidade hoteleira, em forma de vila, seria constituída por cinco blocos de 2 a 3 pisos superiores, com uma capacidade para 120 a 130 quartos. Na sua plataforma atlântica estava prevista a instalação de um solário, piscina mar, acesso ao mar, áreas e espaços de convívio e lazer para hóspedes" (Fonte: [http://concelhodecamaradelobos.com/dicionario/forno\\_cal.html](http://concelhodecamaradelobos.com/dicionario/forno_cal.html))

<sup>60</sup> Segundo BARROS (2006), o nome terá tido origem na palavra portuguesa na expressão portuguesa *arte de xávega* que representa um tipo de pesca de arrasto em que um barco dirige-se ao mar deixando uma rede presa a terra, dando depois uma volta de algumas centenas de metros até regressar ao ponto de partida, para que depois a rede seja puxada por bois ou tratores até à praia para o peixe ser recolhido.

<sup>61</sup> A diferença reside essencialmente na forma, já que os barcos têm proa e popa arredondadas, enquanto que as canoas apresentam as popas em painéis planos. Além disso, as canoas são relativamente mais pequenas (entre 3 a 5 metros, contra os cerca de 8 metros dos barcos).

própria que a distingue dos outros povos, pelo que não entende o progressivo desaparecimento deste bem público, causado pela *"inação do poder político em salvaguardar o património da região"*, chegando mesmo a classificar este suposto abandono como um *"crime"*, visto tratar-se de uma *"região virada para o turismo"*.

Quanto à arte da pesca, como refere TELES (2006), se inicialmente as capturas eram indiferenciadas assentes na captura das espécies predominantes (chicharro, cavalas, tunídeos e os designados "peixes finos" - pargo, garoupa, bodião...), posteriormente a necessidade de encontrar novos recursos conduziu os pescadores a distâncias maiores, em água mais profundas, o que levaria à descoberta do peixe-espada preto<sup>62</sup>.

Atualmente, o colorido das embarcações e a reparação naval<sup>63</sup> conferem o típico ambiente de porto piscatório, reforçado por aquilo que consideramos representar o melhor cartaz turístico que a cidade tem para oferecer - a secagem da gata ou, como é localmente conhecida, por "bacalhau de Câmara de Lobos"<sup>64</sup> (fig. 42 A e B).

---

<sup>62</sup> Noronha citado por FREITAS (2006:93) explica-nos que *"fundada a colónia, o pescador, que do Algarve e outros pontos aqui veio estabelecer-se, foi com o tempo avançando para o alto, buscando os grandes fundos, até que um dia pescou os peixes de azeite, assim conhecidos porque do seu fígado é costume extrair-se grandes quantidades de óleo - o chamado azeite de peixe, aplicado principalmente à pesca ao candeio e, noutra tempo, à iluminação caseira do pobre"*. Esta "descoberta" daria azo à captura de outra espécie - o peixe-espada preto, pois *"a par dos esqualos da fundura, quando as suas linhas tocavam já em fundos de 600, 800 e mesmo cerca de 1000 metros, pescou um dia o pescador madeirense certo peixe, negro como carvão, alongado, serpentiforme, com pouco menos de metro e meio de comprimento, liso, sem escama, a cabeça angulosa, ríctus feroz, dentuça rala mas longa e pontiaguda, olhos enormes, enfim, um monstro"*.

<sup>63</sup> Atualmente deslocada para o porto de abrigo situado a leste da baía da cidade, junto à foz da Ribeira dos Socorridos, embora pontualmente se efetuem reparações rotineiras de pequena dimensão que, no nosso entender, só valorizam a baía, conferindo autenticidade e vida própria àquele espaço.

<sup>64</sup> Por razões de natureza jurídica, a utilização da baía para este processo natural de secagem da "gata" (de seu nome científico *Dalatias licha*, género *Dalatiidae*), foi recentemente confinada ao espaço da embarcação do proprietário da empresa que realiza esta atividade. Não obstante as razões legais subjacentes a tal imposição, é indiscutível o impacto (positivo) que esta técnica artesanal de secagem representa junto dos turistas.

Figura 43 Secagem natural da “gata”



A



B

Fonte: autor

### (5) Capela da Nossa Senhora da Conceição

Trata-se de uma edificação que se supõe ter sido fundada em finais ou meados do século XV e que tem sido alvo, ao longo do tempo, de sucessivos melhoramentos, datando de 1947 a última grande intervenção. Como corolário, foi classificada como empreendimento de interesse municipal no ano de 1993<sup>65</sup>, pelo Governo Regional da Madeira.

Como curiosidade, refira-se a existência nesta capela de um túmulo pertencente a D. Joana de Atouguia que pertencia a uma nobreza anterior ao próprio povoamento da Madeira e cuja *“tumulação deve ser a expressão duma vontade piedosa bem particular uma vez que era em S. Bernardino o ponteão dos Vasconcelos da região de Câmara de Lobos, linhagem a que pertencia o marido”* SOUSA (1991:326). Ao contrário do que é habitual, o marido de D. Joana, não se encontra sepultado junto da sua mulher, mas sim, junto do seu pai no convento de São Bernardino, também situado em Câmara de Lobos.

Como elementos de destaque, encontramos também nesta capela dezassete painéis de Nicolau Ferreira (pintores madeirense do séc. XVIII) alusivas à vida de São Pedro Gonçalves Telmo (padroeiro dos homens do mar) e episódios bíblicos diversos

<sup>65</sup> Resolução 1064/93, de 27 de Outubro de 1993 (JO 1ª série, nº 124).

que, juntamente com todos os elementos decorativos, tornam este pequeno espaço, segundo FREITAS (2006), num dos maiores ex-libris da arte barroca madeirense.

### **(6, 7, 8 e 11) Pontos de observação recomendados**

Ao longo do percurso pedestre foram identificados quatro pontos privilegiados para a observação da paisagem. Nestes locais, o turista poderá usufruir de perspetivas diferentes sobre o território, ainda que, como refere CAVACO (2006:301) *“são os turistas que inventam um novo sentido para as paisagens e os lugares, que escapa aos residentes, e novas vocações e funções”*. Ainda segundo a autora, *“a paisagem é uma construção social, fruto de um olhar sobre o espaço, que tem algo de psicológico e cultural: constitui um recursos incessantemente renovável, com os novos padrões estéticos, o aparecimento de novos olhares e com eles novos valores (grandioso, infinito, admirável, belo, ameno, autêntico, selvagem, perigoso, rude, triste, miserável, monótono)”* (CAVACO, 2006:301).

### **(9) Praça da Autonomia**

Assim designado após deliberação camarária no ano de 2007, a mais importante praça pública da cidade, ainda conhecida por muitos como Largo da República, mais que um espaço de lazer dominado pela presença de algumas esplanadas, é um ponto de passagem obrigatório a qualquer visitante, não apenas pela sua centralidade, mas igualmente pela paisagem que oferece.

Nela encontramos um coreto datado de 1883 e que, terá sido inicialmente encomendado pela Câmara Municipal do Funchal para instalação no Jardim municipal daquele concelho, onde permaneceu até à década de 40. Posteriormente seria adquirido pela autarquia local, servindo desde então, não apenas para atuações de bandas como como espaço “multi-usos”, por exemplo na instalação de iluminação natalícia ou até no acolhimento de exposições.

### **(10) Biblioteca Municipal, (13) Câmara Municipal, (15) Casa da Cultura de Câmara de Lobos e (17) Mercado Municipal**

Neste conjunto de estruturas diversificadas, podemos encontrar uma variedade de serviços que vão desde a cultura (pontos 10 e 15) até à comercialização de produtos hortofrutícolas regionais no mercado municipal.

Com gestão e dinâmicas próprias, a biblioteca e a casa da cultura oferecem serviços culturais vocacionados sobretudo para as populações locais, sendo notória a falta de informação pensada de raiz para o turista. A realização de exposições, por exemplo, raramente contempla informações em língua estrangeira, pelo que, os turistas passam por estes espaços sem os visitarem desconhecendo o que representa o edifício ou que nele existe para ver.

A instalação do museu da imprensa (como previsto pela autarquia<sup>66</sup>) num espaço existente na Biblioteca Municipal, poderá ser um atrativo com efeito multiplicador no número de visitantes, pois difere da oferta existentes no mercado regional em matéria de espaços museológicos.

### **(12) Henriques & Henriques**

A razão da existência destas adegas de vinho na cidade de Câmara de Lobos remonta ao século XV quando se estabeleceu no concelho a família Henriques, tornando-se na maior proprietária vinícola da Madeira. Datam de 1425 a plantação dos primeiros vinhedos (por ordem do Infante D. Henrique) nos socialcos sobranceiros ao Pico da Torre, mas também nas encostas do Estreito de Câmara de Lobos e na Quinta Grande. A primeira empresa desta família viria a ser constituída em 1850, iniciando posteriormente a atividade exportadora em 1925. Com novos investimentos, esta empresa mantém ativa a unidade de armazenamento na cidade de Câmara de Lobos, mantendo as portas abertas ao público, a todos os interessados numa visita às suas instalações.

---

<sup>66</sup> Apresentada em 2011, esta intenção tem contudo sofrido sucessivos atrasos na sua implementação, associados às contenções financeiras, pese embora, o espólio necessário à abertura do museu esteja já reunido.

#### **(14) Igreja matriz de São Sebastião**

Datada do século XVI, a sua evocação a São Sebastião estará associado ao surto da epidemia (peste) que por essa altura assolava o Funchal. Trata-se de uma hipótese comumente aceite entre os autores.

Com uma arquitetura muito distinta da original, fruto das sucessivas obras a que este imóvel foi sujeito ao longo do tempo e, nem sempre, com os melhores resultados, pois *“durante vinte anos o templo sofreu modificações sem qualquer plano arquitectónico e artísticos, só para se conseguir maior espaço para a assistência paroquial e maior visibilidade do altar-mor”* (SILVA, 2007:19). De resto, esta preocupação com a visibilidade do altar viria a dar lugar à construção de uma inédita máquina que fazia subir o altar (ainda hoje existente, embora sem a funcionalidade original). A invenção da autoria do Pe. António da Silva Pinto, viria a ser abandonada pouco tempo depois, aparentemente, após episódios menos felizes que deram lugar aos mais variados comentários (jocosos), com eco na imprensa nacional.

Hoje, como sempre, esta igreja destaca-se no centro da cidade, sendo por isso alvo de inúmeras visitas pelos turistas que passeiam pela cidade, revelando-se *“uma interessante peça de arquitetura religiosa, maneirista, barroca e revivalista”*, onde se destacam os painéis de azulejos e uma *“muito boa prataria, com boa lampadários de prata das oficinas regionais dos séculos XVII e XVIII”* (CARITA, 2007:9).

#### **(16) Largo do Poço**

Representa o centro nevrálgico de toda atividade noturna existente na cidade. Em torno do poço existente (que confere o nome ao Largo<sup>67</sup>) concentram-se os principais bares da cidade, sendo por isso motivo obrigatório de paragem a todos os visitantes, tanto mais que, nele confluem três importantes arruamentos.

Como património, o poço encontra-se subaproveitado, não existindo qualquer referência descritiva do seu valor histórico, razão pela qual, acaba por passar despercebido entre os visitantes. A data de construção deste poço é desconhecida,

---

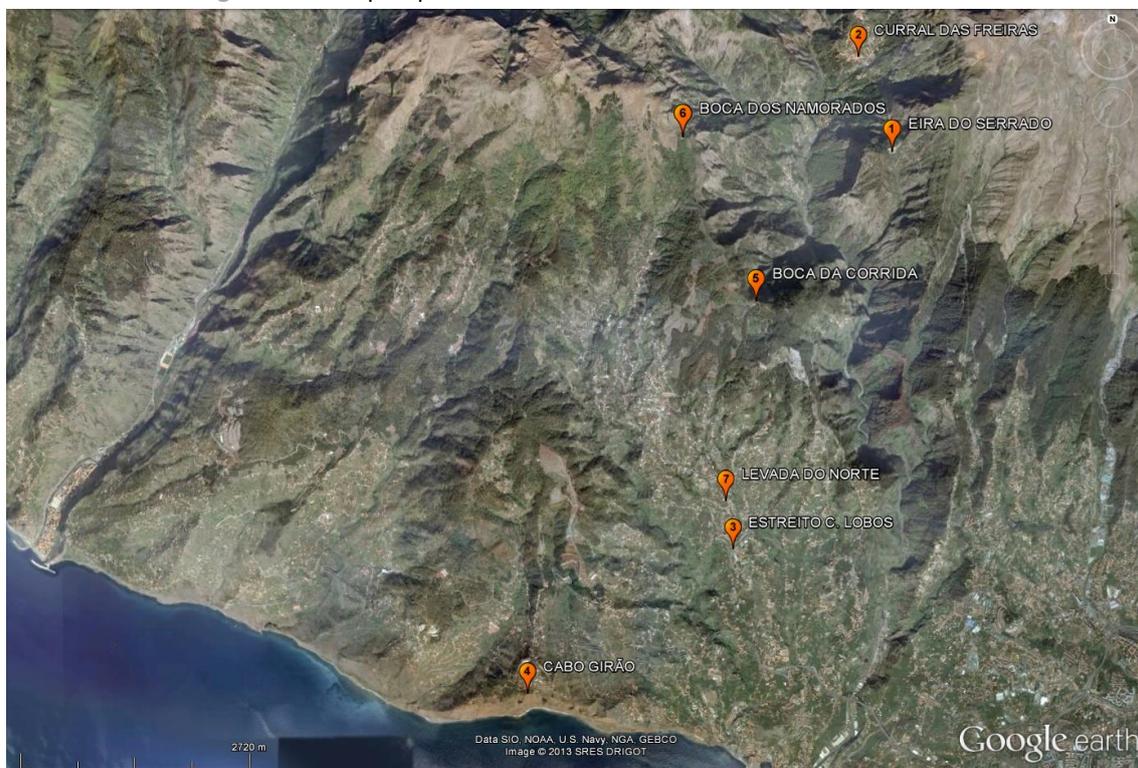
<sup>67</sup> Ainda que popularmente seja conhecido como Largo do Poço, a toponímia identifica-o como Largo Dr. Eduardo António Pestana, desde 1966.

mas sabe-se que durante muitos anos foi a principal fonte de abastecimento da população local, até que em 1925 por deliberação camarária, decidiu-se pela construção de um novo fontenário para abastecimento de água potável.

### 3.2.2 Outros pontos de interesse turístico no concelho

Os locais assinalados no mapa seguinte (fig. 44) sintetizam os pontos turísticos estratégicos do concelho de Câmara de Lobos.

Figura 44 Principais pontos de interesse turístico de Câmara de Lobos



Fonte: Google (elaboração própria).

Se excetuarmos o ponto 3 (Estreito de Câmara de Lobos), tradicionalmente associados à gastronomia local/regional com diversos restaurantes especializados na confeção da conhecida “espetada”, bem como, à produção do Vinho Madeira, todos os pontos de interesse turístico representados no mapa têm na observação da paisagem um dos principais focos de interesse.

Contudo, como refere ALMEIDA (2006:31) a *“paisagem é uma palavra que, pelo seu uso tão frequente, pela sua aplicação em toda e qualquer circunstância, ainda por cima com uma aparente certeza concetual a tocar a impunidade, criou a sensação de dispensar qualquer esforço de definição”*. Mas então de que falamos quando se enfatiza a beleza das paisagens de que podemos disfrutar nos miradouros e demais pontos de observação que encontramos espalhados um pouco por toda a ilha?

Acima de tudo, importará reter que se trata de um espaço de distâncias variáveis ao alcance do observador e que reúne um conjunto de componentes heterogéneos (no seu conteúdo, distribuição espacial, etc.), mas que, conjugados, permitem a atribuição de uma identidade a esse espaço (ALMEIDA, 2006). Nesta identidade, considera-se a existência de uma dinâmica própria que resulta do desenvolvimento de um conjunto de acontecimentos (naturais e/ou humanos) sobre esse mesmo espaço. Também por isso, a paisagem é um produto social (BERTRAND, 1978).

Porque *“a paisagem percebida é imediatamente analisada pelo seu observador, comparada e avaliada com o seu conhecimento e experiência prévia”* (ANTROP, 2000:16), importa perceber os efeitos da observação dessa paisagem vista como um fenómeno complexo que pode ser descrito e analisado com recurso a métodos científicos, ou tão simplesmente baseado numa observação subjetiva, com significado meramente estético ou até mesmo artístico, dependendo do observador.

Perante tal variedade de leituras a que uma paisagem está sujeita, a necessidade de criar elementos facilitadores da interpretação daquilo que se vê constitui, no nosso entender, uma necessidade absoluta, em particular nos pontos de observação mais procurados pelos turistas. A seleção criteriosa de conteúdos informativos objetivos é, nos dias que correm uma lacuna difícil de perceber e que remete, em última análise, o ónus da explicação da paisagem para eventuais roteiros turísticos de bolso ou, no caso de viagens organizadas, para a maior ou menor eficiência dos guias-intérpretes que acompanham os turistas a estes locais.

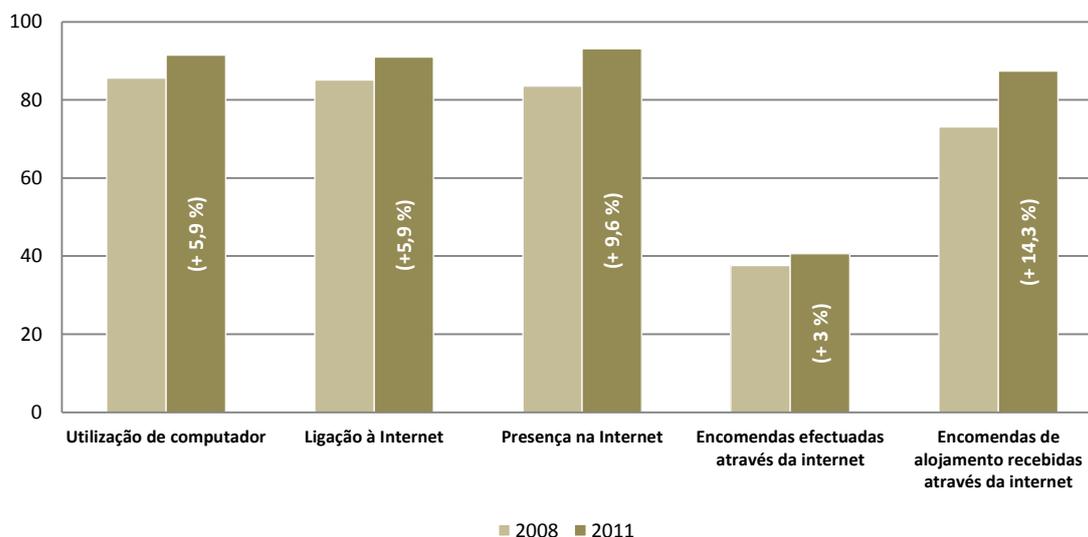
Numa paisagem que se quer como recurso turístico, fonte de atratividade e como elemento potenciador de receitas, haverá certamente muito a fazer nesta matéria.

### 3.3 PROMOÇÃO E VALORIZAÇÃO DOS DESTINOS TURÍSTICOS

É um facto consumado que vivemos numa era digital com sucessivas adaptações/reações à tecnologia que nos rodeia. Dela tomamos conhecimento e rapidamente incorporamo-la no nosso quotidiano, adaptando-a em nome de uma estilo de vida (supostamente) mais eficiente, com maior conforto, e sobretudo, assente na possibilidade de podermos comunicar sempre que quisermos. A indústria do turismo e das viagens não foge à regra e, como tal, a necessidade constante de reinventar-se, indo ao encontro das mudanças, torna-se um imperativo a todos os níveis.

Na RAM, e com base no inquérito à Utilização das Tecnologias da Informação e da Comunicação nos estabelecimentos hoteleiros realizado pelo INE/DREM (2011), constatamos que a utilização do suporte informático nas unidades hoteleiras regionais encontra-se perfeitamente generalizado. Por comparação com 2008, o ano de 2011 revelou um crescimento das taxas de utilização dos equipamentos informáticos e dos serviços a estes associados em todos os indicadores analisados (fig. 39).

Figura 45 Indicadores da sociedade de informação nos estabelecimentos hoteleiros da RAM (%)



Fonte: DREM (elaboração própria).

A variação mais significativa ocorre ao nível das reservas de alojamento com recurso à internet que subiu cerca de catorze pontos percentuais face a 2008, fixando-

se em 2011, em torno dos 87%. Por outro lado, é ao nível da presença das unidades hoteleiras na internet que se verificam os valores mais significativos - cerca de 93%, havendo contudo, unidades hoteleiras (poucas, é certo) que em 2011, ainda não possuíam página na internet.

Com efeito, um dos aspectos mais marcantes desta evolução tecnológica contínua e com ciclos de inovação cada vez mais curtos, passa forçosamente pelo papel da *world wide web* (vulgo *net*), à qual, para além das organizações, um cada vez maior número de pessoas consegue aceder, não apenas através dos tradicionais terminais fixos dos lares ou locais de trabalho, mas também, e em número crescente, em aparelhos móveis, tais como, *tablet's* ou *smartphones*. Isto significa que, independentemente da sua localização geográfica, os utilizadores desta tecnologia e utentes de serviços web móveis, conseguem aceder em tempo real às informações que necessitam, o que constitui uma mais-valia quando falamos de turismo.

Tudo isto conduz a uma nova postura por parte dos promotores e outras entidades ligadas ao sector do turismo. As organizações enfrentam hoje, o desafio da constante necessidade de envolvimento dos seus clientes/consumidores, promovendo diálogos online que necessariamente contribuem para acrescentar algum valor ao conteúdo promocional. E isto torna-se particularmente importante, se pensarmos que já em 2015, as previsões apontam para que nove em cada dez consumidores possuam uma subscrição móvel (Euromonitor International, 2011).

O crescimento da procura pelos dispositivos móveis, por exemplo, é uma realidade incontornável e as consequências desse facto não podem ser descuradas, na definição de uma estratégia de promoção: mais de 40% dos viajantes internacionais utilizam os seus equipamentos na obtenção de informações sobre os destinos, e 34% dos viajantes de negócios e 26% dos viajantes de lazer utilizam-nos para fazer alterações de reservas durante as suas próprias viagens. Por outro lado, 37% dos viajantes internacionais recorrem às redes sociais nos seus equipamentos móveis, o que significa que muito conteúdo digital (fotos, vídeos, comentários, sugestões/avaliações, etc.) é partilhado, enquanto o turista ainda se encontra no local de destino (World Travel Monitor, 2011).

Decorrente desta realidade, o número de aplicações informáticas (gratuitas, na sua maioria) disponíveis para este tipo de equipamentos não pára de aumentar, abrindo uma janela de oportunidade para a indústria do turismo e possibilitando a criação de novas funcionalidades: mapas interativos, *wikis* diversos, códigos QR<sup>68</sup>, e mais recentemente, *Augmented Reality*<sup>69</sup>.

Esta multiplicidade de aplicações oferece ao turista novas formas de gerir os seus trajetos e as suas opções de viagem. Em 2011, 65% de todas as reservas de alojamento foram feitas *online*, número que sobe para os 79% quando falamos das reservas ao nível dos transportes. De todas estas reservas, 2% foram já efetuadas diretamente em *smartphones*, o que equivale a um universo (expressivo) de 5 milhões de europeus (World Travel Monitor, 2011). Portanto, qualquer estratégia de promoção turística não poderá negligenciar o potencial das novas tecnologias, sob pena de se perder competitividade face a outros destinos. Ainda que o recurso a estas tecnologias represente custos consideráveis, o retorno parece-nos claramente superior<sup>70</sup>.

As redes sociais, por exemplo, quando bem “exploradas”, permitem às organizações promotoras do destino ou produto, recolher preciosas informações que

---

<sup>68</sup> Consistem basicamente em imagens tipo código de barras que permitem a identificação de conteúdo digital (mensagens, endereços URI, localização georreferenciada, etc.), através de telemóveis com leitores específicos, através da instalação de uma aplicação (gratuita). O uso de códigos QR é livre de qualquer licença, pelo que qualquer instituição ou particular poderá recorrer a esta tecnologia para divulgar informação.

<sup>69</sup> A Realidade Aumentada (RA) consiste basicamente na combinação do ambiente real com elementos de uma realidade virtual. Ainda que utilizada para outros fins, no campo do turismo, esta tecnologia permite que os utilizadores de *smartphones* (desde que ligados em permanência à internet, ao sistema de GPS e com câmara integrada) ao direcionar o seu equipamento para um objeto com logomarca ou forma reconhecidas por RA, vêem as imagens no ecrã a serem substituídas ou sobrepostas por gráficos tridimensionais ou informações complementares. Como exemplo desta tecnologia, podemos referir a plataforma *welcomeguides*, recentemente implementada em cinco municípios transmontanos, e que permite, a quem passa pela região onde está implementado, conhecer os pontos de interesse (PI) e as particularidades de cada área geográfica, ao nível de património, gastronomia, cultura, alojamento, atividades, etc. Os PI estão organizados em categorias, identificadas por ícones específicos, e a cada um desses pontos está associada informação complementar, como descrição escrita, conteúdo áudio, imagens, vídeos, envio de SMS, twitter, telefonema, entre outras especificidades. O serviço acrescenta ainda indicações de GPS que orientam o utilizador para chegar ao lugar pretendido.

<sup>70</sup> Cientes da importância estratégica deste sector, refira-se a título de exemplo que, para o período 2014-2020, ao abrigo do programa "*Connecting Europe Facility*", a Comissão Europeia propôs um financiamento de 9,2 mil milhões de euros para o estímulo do investimento em redes de banda larga rápidas e em serviços digitais. Por outro lado, porque se reconhece de forma inequívoca a importância das comunicações móveis no sector turístico, a Comissão Europeia tem procurado intervir no domínio dos custos das comunicações móveis em *roaming*, estabelecendo tectos máximos para, reduzindo em % o valor da chamada recebida e em % o valor das chamadas efetuadas. Relativamente ao serviço de transmissão de dados, pela primeira vez em 2012, foi definido um valor máximo que neste momento se encontra definido nos 70 cêntimos por cada megabyte descarregado.

podem ajudar a melhor direccionar a informação veiculada, sendo contudo necessário, que se monitorize eficazmente a informação recebida. Como refere BOWEN (2012:76), elas trouxeram um novo "*patamar de transparência*" à atividade das diversas organizações de turismo, sendo certo que estas estão hoje mais conscientes dos potenciais resultados benéficos que as boas políticas de turismo podem proporcionar, mas também dos danos que podem causar. A ocorrência de experiências turísticas mal sucedidas podem ser facilmente partilhadas com milhares de outros potenciais turistas, criando um efeito viral cujos impactos são difíceis de quantificar, mas que, mesmo assim, não devem ser ignorados. A opinião do "anónimo" é muitas vezes encarada como uma fonte de informação imparcial (e credível, por consequência), o que acaba por ganhar um enorme peso no processo de tomada de decisões em futuros turistas/clientes. Neste sentido, a inclusão de Novas Tecnologias de Informação (ferramentas decisivas na estruturação dos fluxos e das motivações turísticas), torna-se no nosso entender uma prioridade.

Outros estudos efetuados sobre este domínio demonstram também existir um mecanismo transmissor do investimento em promoção no PIB da RAM estabelecido através das receitas turísticas. Na prática, verifica-se um efeito positivo do investimento em promoção turística ao nível das receitas turísticas que, por seu lado, apresentam um impacto igualmente positivo ao nível do PIB (CAMACHO, 2006).

Em síntese, a atividade turística muito dificilmente se desenvolverá sem a promoção e a divulgação dos produtos e destinos turísticos, sendo fundamental apostar na criação de uma imagem suficientemente atrativa para o visitante, tendo sempre em linha de conta que, na base do consumo de um produto de turismo, tal como é referido no PENT, encontramos dois eixos motivacionais que não podem ser ignorados: a procura de novas experiências e a quebra da rotina.

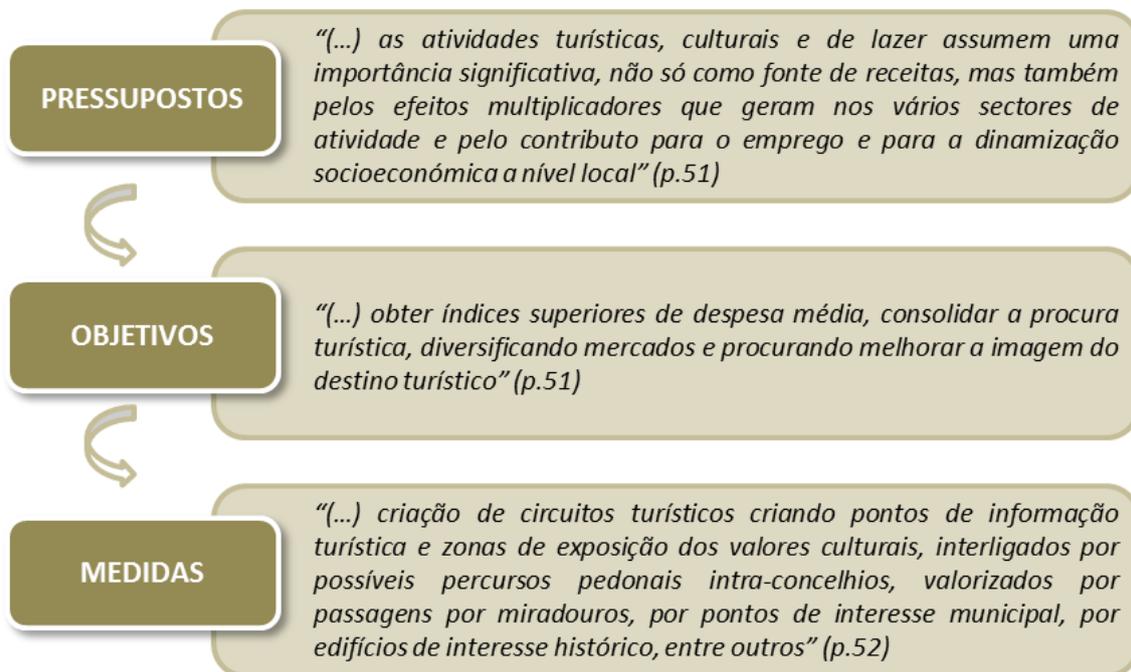
### **3.3.1 Promoção regional vs. promoção municipal**

O reconhecimento da importância do sector turístico para o concelho de Câmara de Lobos encontra-se bem espelhado no relatório de revisão do Plano Diretor

Municipal do concelho, elaborado pelo Departamento de Gestão e Ordenamento do Território do Município de Câmara de Lobos (2007).

No que ao turismo diz respeito, o documento é inequívoco em relação à importância deste sector, sugerindo inclusive algumas medidas a implementar no futuro, com vista à efetivação do objetivo de base - a consolidação da procura turística (fig. 46).

Figura 46 Visão para o sector turístico em Câmara de Lobos



Fonte: Plano de Revisão do PDM da Câmara Municipal de Câmara de Lobos (elaboração própria).

Porém, tudo isto só se torna exequível se se verificar a vontade expressa de querer promover o(s) destino(s). Falar de promoção requer antes de mais, perceber como se encontra estruturada esta componente na RAM onde, não raras as vezes, surgem duras críticas entre os agentes económicos ligados ao sector (e que rapidamente se alastram para o seio do debate político), sobre as opções e estratégias definidas em matéria de promoção, sem que se chegue a consensos relativamente ao rumo que se quer tomar.

Mas é legítimo que se questione sobre a quem compete tamanha tarefa e de tão grande responsabilidade. Relembrando a Lei 2082 de 1956, CUNHA (1997:92)

refere que *“a execução de uma política local de turismo só precariamente se desenvolverá à margem dos interesses municipais, e para ser eficiente terá de ser vivida e sentida pelo agregado de pessoas que formam o concelho”*. Também MARUJO (2008:73) reforça a importância da participação do poder local, considerando que *“os municípios devem ter um papel determinante na promoção das suas localidades como destinos turísticos”*.

Em traços gerais, se excluirmos todo o trabalho desenvolvido diretamente pelo sector privado (grupos hoteleiros, agências de viagens, entre outros), a promoção do destino Madeira encontra-se neste momento sob a alçada de duas entidades: a DRT mais direcionada para o trabalho junto dos mercados emergentes (isto para além de ser igualmente a entidade reguladora do turismo na RAM e a principal responsável pela criação dos eventos internos) e a Associação de Promoção da Madeira (APRAM)<sup>71</sup>, que se encontra mais vocacionada para os designados mercados estratégicos e consolidados.

Todavia, a atual conjuntura económica talvez sugira que esta estratégia possa vir repensada, na medida em que, são diversos os relatos que surgem nos meios de comunicação regionais sobre presumíveis dificuldades de gestão na APRAM, associadas a atrasos na transferência de verbas que acabam indiretamente por condicionar os objetivos a que se propõe esta instituição<sup>72</sup>.

Sobre esta matéria em particular, o Director Regional do Turismo foi perentório na entrevista que nos concedeu, considerando que em matéria de promoção as autarquias são quem melhor conhecem os seus territórios e as valências que nele existem com potencial turístico. À DRT compete promover o destino e a marca Madeira no seu todo, cabendo aos municípios, em primeiro lugar, a função de

---

<sup>71</sup> A Associação de Promoção da Região Autónoma da Madeira (AP Madeira) é uma associação sem fins lucrativos, fundada em Agosto de 2004 por uma entidade pública e uma entidade privada – a Direcção Regional de Turismo e a Associação Comercial e Industrial do Funchal. Nasceu da necessidade de criar uma entidade que, em colaboração com a Direcção Regional de Turismo, trabalhasse exclusivamente na promoção do destino Madeira. Do núcleo de associados fazem parte Hotéis, Agências de Viagem, Rent-a-Car, Organismos Oficiais e Empresas de Animação Turística (Fonte: <http://www.ap-madeira.pt>).

<sup>72</sup> O Diário de Notícias da Madeira, na sua edição de 27 de Outubro de 2012, dava conta das dificuldades de tesouraria que já *“originou o cancelamento de várias iniciativas promocionais e tem afetado de forma bastante significativa um organismo que alguns dos próprios associados já afirmam estar tecnicamente falida”* (consultar notícia completa no anexo 5).

preservar (e recuperar se for esse o caso) o património e a sua oferta turística, os traços culturais da sua região e a etnografia.

Já o presidente da autarquia câmara-lobense, é da opinião que nesta matéria as responsabilidades devem ser imputados à DRT, na medida em que é a estrutura que dispõe dos meios (financeiros e técnicos) para essa atividade, pois a autarquia não possui nenhuma estrutura de apoio, especificamente vocacionada para o acompanhamento ou até para a promoção do sector turístico, até porque, na sua opinião, tal requeria recursos humanos especializados que a edilidade simplesmente não dispõe. A este nível, considerou também que o encerramento do posto de turismo naquele concelho foi uma decisão errada por parte da tutela, mesmo considerando que o posto em questão não correspondia com eficácia aos propósitos da promoção turística concelhia.

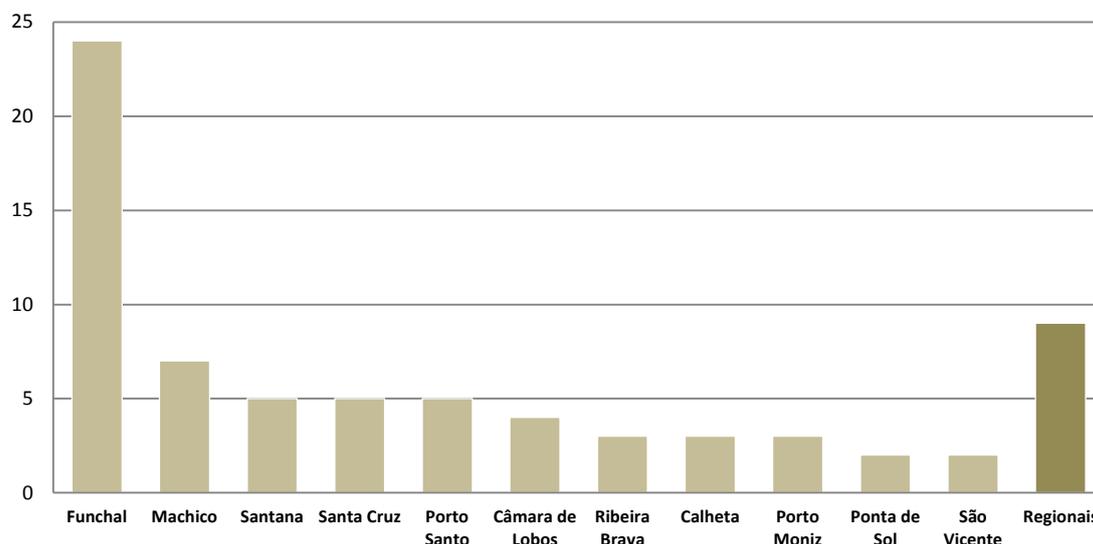
Ainda nesta mesma entrevista que nos foi cedida, ficou claro que, na sua opinião, a promoção interna que a DRT promove deveria ser menos centralizada na cidade do Funchal, dando mais relevância aos restantes concelhos. A "Festa do Vinho"<sup>73</sup> foi referida como um bom exemplo de uma festividade que pode reforçar a descentralização, na medida em que o concelho de Câmara de Lobos é, por excelência (e por via sobretudo, da freguesia do Estreito de Câmara de Lobos), a região que mais contribui para a produção do afamado Vinho Madeira. Aliás, este evento foi mesmo considerado pelo autarca um dos poucos bons exemplos de articulação entre a tutela regional e a autarquia, em matéria de promoção e desenvolvimento turístico.

---

<sup>73</sup> Este evento, ainda que apresentado como uma festividade regional, tem o seu maior foco de desenvolvimento no Funchal. Durante alguns dias promove-se na placa central da Avenida Arriaga, diversas atividades alusivas, das quais se destacam: as atuações de grupos folclóricos, exposições etnográficas, quadros vivos, gastronomia regional, exposição e prova de vinhos e de outros produtos regionais, entre outros. Para o concelho de Câmara de Lobos, com enfoque sobretudo na freguesia do Estreito de Câmara de Lobos, ficam reservadas as festividades ligadas à vindima, com a apanha da uva na Quinta da Pinheira, a realização de um cortejo etnográfico e, por fim, o pisar das uvas, acompanhado de animação musical e promoção da gastronomia regional. Refira-se que este evento assume-se cada vez mais como um cartaz turístico de considerável relevância (no anexo 6, encontra-se disponível para consulta um registo fotográfico de síntese da edição 2012 desta festividade), havendo neste momento, e já projetando o cartaz para o ano seguinte, um micro-site dedicado exclusivamente à efeméride. A título de curiosidade, refira-se que a primeira festa das vindimas que se realizou na freguesia do Estreito de Câmara de Lobos data já do ano de 1963, sendo anunciado na imprensa regional como "*uma feliz iniciativa da Delegação de Turismo da Madeira, que visa o objetivo de proporcionar aos turistas a demonstração de como se trabalha o nosso famoso vinho de fama secular*" (Eco do Funchal, 16 de gosto de 1963).

De facto, uma breve análise ao calendário das festividades que são publicadas no site oficial do Turismo da Madeira – *visitmadeira*, aponta para uma concentração considerável de eventos no concelho do Funchal (fig. 41).

Figura 47 Eventos turísticos calendarizados pela DRT para 2012



Fonte: *visitmadeira.com* (elaboração própria).

Ainda que os eventos publicados por via do *site* oficial do Turismo da Madeira não esgotem, de todo, o variadíssimo leque de festividades que anualmente ocorrem na Região<sup>74</sup>, são estes que recebem um maior destaque por parte da tutela, nomeadamente em matéria de promoção. Como se constata na figura anterior, verifica-se que o concelho do Funchal, com um total de 24 eventos, sobressai perante os restantes concelhos. Para Câmara de Lobos, por exemplo, são sugeridos quatro grandes eventos, a saber: a Festa da Cereja e a Festa da Castanha na freguesia do Curral das Freiras, a Festa do Peixe Espada Preto na freguesia de Câmara de Lobos e a Festa do Vinho Madeira na freguesia do Estreito de Câmara de Lobos.

Todas as grandes festividades do concelho têm por base as atividades económicas do sector primário – pesca e, sobretudo, a agricultura, elementos que deverão ser tidos em consideração no futuro, se efetivamente se pretender reforçar este tipo de evento, incrementando a sua qualidade e, deste modo, garantir um fluxo

<sup>74</sup> Consultar a listagem dos eventos publicados no site oficial do Turismo da Madeira (anexo 7).

crescente de visitantes (locais e estrangeiros), com claras vantagens para a estrutura económica do concelho. Podemos afirmar que, de algum modo, a ruralidade do concelho vem ao de cima, com a promoção destes quatro eventos que refletem, em parte, a sua estrutura económica, bem como, a história e a cultura das suas gentes.

Por outro lado, será importante realçar que a projeção destes "cartazes turísticos", só se torna possível com uma articulação reforçada entre o poder local e a tutela regional, sem dispensar de modo algum, o sector privado e as inúmeras coletividades existentes no concelho, nos domínios científico, cultural, ou até mesmo, desportivo<sup>75</sup>. Aliás, essa é já uma prática corrente<sup>76</sup>, ainda que legitimamente se possa questionar a maior ou menor contribuição de cada parceiro na promoção e organização dos eventos em questão.

---

<sup>75</sup> Consultar a lista das entidades desportivas, recreativas, científicas e culturais (públicas e privadas) existentes no concelho (anexo 8).

<sup>76</sup> A título de exemplo, a XXIX Festa da Castanha que se realizou na freguesia do Curral das Freiras em Novembro de 2012, foi recentemente apresentada nos meios de comunicação social regionais como um evento promovido pela Casa do Povo do Curral das Freiras e pelo Grupo de Folclore da Casa do Povo do Curral das Freiras, com o apoio da Câmara Municipal de Câmara de Lobos, Acaporama, Clube Desportivo do Curral das Freiras, Junta de freguesia do Curral das Freiras, agricultores locais e escolas da freguesia e da Banda Filarmónica de Santo António (consultar o programa no anexo 9).

### 3.4 POTENCIALIDADES E CONSTRANGIMENTOS NO DESENVOLVIMENTO DO TURISMO NO CONCELHO DE CÂMARA DE LOBOS

A definição de uma estratégia de promoção turística a nível concelhio revela-se uma tarefa de difícil execução, que passa necessariamente pela operacionalização de um conjunto de etapas que constituem o ponto de partida para um trabalho mais consistente neste domínio, nomeadamente a/o:

- tomada de consciência da importância do sector turístico para o concelho (e para a Região), não apenas pelo potencial de crescimento que este sector em si encerra, como também pelos elevados efeitos multiplicadores que lhe estão associados;
- conhecimento das mais-valias do concelho, visando a diferenciação do destino/produto Câmara de Lobos face ao panorama regional;
- definição de uma política específica para o sector turístico a nível concelhio;
- reforço da articulação entre o poder local e a tutela regional (escala “macro”) e entre o poder local e as associações, coletividades e outras instituições públicas ou privadas com sede no concelho (escala “micro”).

Também a definição de uma marca para o concelho, pela dimensão e pela natureza diversificada do mesmo, revelou-se uma tarefa de difícil concretização. Após auscultação de populares, políticos e decisores com responsabilidades específicas na área do turismo, concluiu-se que a pesca, a poncha, o vinho, a gastronomia e a paisagem serão os elementos-chave que caracterizam de forma muito vincada este território. Contudo, estes elementos surgem associados a áreas específicas do território, não sendo por isso conceitos suficientemente aglutinadores de uma imagem ou de uma marca aplicável a todo o concelho.

A inexistência de uma marca única não retira valor às potencialidades turísticas de Câmara de Lobos, mas antes reforça a necessidade de atendermos às particularidades do território, dele retirando os seus elementos mais distintivos (quadro 17).

**Quadro 17** Aspectos a privilegiar nas freguesias do concelho de Câmara de Lobos

FREGUESIAS	ASPECTOS/CONCEITOS A PROMOVER
Câmara de Lobos	vila piscatória, animação noturna, bebidas típicas (poncha e niquita) <sup>77</sup>
Estreito de C.ª de Lobos	vinhedos, gastronomia
Quinta Grande	observação de paisagens
Jardim da Serra	Ruralidade, repouso, passeios na natureza
Curral das Freiras	Geomonumentos, observação de paisagens, especialidades gastronómicas (produtos com base na castanha produzida localmente)

Em síntese, encontramos diversas valências que no seu todo asseguram a singularidade do "produto" Câmara de Lobos no contexto regional e que não poderão ser negligenciadas no desenvolvimento futuro da atividade turística, reforçando o que de mais distintivo se encontra em cada parcela do território concelhio. Nesta linha de raciocínio, torna-se importante reter o que verdadeiramente permite individualizar os destinos turísticos: *“a autenticidade dos produtos transformados em experiências únicas, não apenas na perspetiva conservacionista do termo mas como conceito dinâmico e permanente da transformação e organização dos recursos turísticos em produtos”*, ou seja, no fundo trata-se de *“fornecer originalidade, autenticidade, atmosferas únicas, calor humano, dinâmicas de interpretação, envolvimento das comunidades e dos prestadores dos serviços e experiências que personalizem os produtos turísticos e fomentem o envolvimento e as emoções dos turistas, desenvolvendo processos novos de apresentação, representação e interpretação dos recursos turísticos”* (PINE II, 1999 citado por SILVA, J. e FLORES, A. 2006:234).

<sup>77</sup> Apontadas como bebidas típicas de Câmara de Lobos, ambas podem atualmente ser consumidas em qualquer ponto da ilha da Madeira. Ainda que tudo indique que a poncha tenha tido a sua origem em Câmara de Lobos, não existem registos que comprovem esse facto. Segundo consta era a bebida de eleição dos pescadores quando chegavam da faina da pesca Já a “niquita” teve a sua origem num conhecido bar da cidade de Câmara de Lobos, sendo pacífica a autenticidade da sua origem.

### 3.4.1 Análise Swot

No sentido de se conseguir uma visão abrangente da atividade turística no concelho de Câmara de Lobos, e em particular, na sua cidade, optou-se por realizar uma análise SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats*), na medida que esta metodologia permite avaliar a situação corrente e, conseqüentemente, possibilitar no futuro a definição de novas opções estratégicas para o sector.

Neste modelo, esquematicamente representado na figura seguinte, a parte superior define as virtudes e fraquezas do panorama turístico concelhio, considerando as variáveis integradas no seu sistema interno, ou seja, aquelas sobre as quais se pode atuar diretamente. Em relação à parte inferior do esquema, surgem as oportunidades e as ameaças, como alusão aos efeitos positivos e negativos que, previsivelmente, podem condicionar a atividade turística vindos do sistema externo, ou seja, decorrentes de "terceiros".

Figura 48 Representação esquemática da análise swot



Fonte: autor (adaptado).

O quadro que se segue, regista em síntese, o resultado da aplicação deste modelo à atividades turística em Câmara de Lobos.

Quadro 18 Análise swot à atividade turística em Câmara de Lobos

Pontos Fortes - variáveis potenciadoras da atividade turística	Pontos Fracos - variáveis internas condicionadoras da atividade turística
<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ património natural e sociocultural com seis séculos de história;</li> <li>⇒ amplitude geográfica do território que se estende da linha de costa até ao centro da ilha;</li> <li>⇒ dinamismo demográfico (juventude);</li> <li>⇒ reconhecimento da importância do sector por parte da autarquia local;</li> <li>⇒ rede viária abrangente que cobre todo o território municipal, incluindo ligações viárias rápidas com os concelhos limítrofes (Ribeira Brava e Funchal);</li> <li>⇒ proximidade geográfica ao concelho do Funchal;</li> <li>⇒ gastronomia típica, reconhecida a nível regional como elemento diferenciador;</li> <li>⇒ festividades locais bem implementadas no calendário regional;</li> <li>⇒ geopatrimónio diferenciador no contexto regional: baía de Câmara de Lobos, promontório do Cabo Girão e bacia de receção do Curral das Freiras.</li> <li>⇒ <b>Ao nível da cidade:</b></li> <li>⇒ peculiaridades culturais da população local;</li> <li>⇒ facilidade de estacionamento;</li> <li>⇒ centro de animação noturna reconhecido a nível regional como elemento diferenciador, associado ao consumo de bebida típicas locais;</li> <li>⇒ produção vinícola de referência;</li> <li>⇒ associação ao conceito de vila piscatória;</li> <li>⇒ núcleo urbano pequeno e territorialmente bem definido, de fácil orientação ao visitante;</li> <li>⇒ vasto leque de associações e organizações culturais sediadas no concelho.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ limitação de recursos humanos dedicados ao estudo e promoção da atividade turística;</li> <li>⇒ estigma relativamente à população local, associado a problemas sociais do passado (recente) da cidade;</li> <li>⇒ proximidade geográfica ao concelho do Funchal;</li> <li>⇒ parque hoteleiro de reduzida capacidade;</li> <li>⇒ sinalética rodoviária e informativa insuficiente.</li> <li>⇒ <b>Ao nível da cidade:</b></li> <li>⇒ inexistência de um posto de atendimento turístico na cidade;</li> <li>⇒ inexistência de um roteiro pedestre capaz de orientar o turista na sua visita à cidade;</li> <li>⇒ recolha de lixo sem recurso à contentorização;</li> <li>⇒ animais (cães) sem dono na via pública, em excesso;</li> <li>⇒ falta de referências (sinalética) à entrada leste (ponte dos socorridos) no concelho/cidade;</li> <li>⇒ venda ambulante de produtos não tradicionais;</li> <li>⇒ comércio urbano de fraca expressão e sem elementos diferenciadores;</li> <li>⇒ subaproveitamento das paragens de autocarro como ponto de informação e divulgação.</li> </ul>
Oportunidades - variáveis externas potenciadoras da atividade turística	Ameaças - variáveis externas condicionadoras da atividade turística
<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ clima ameno e com fracas amplitudes térmicas anuais;</li> <li>⇒ estatuto do destino/marca Madeira no mercado internacional (exemplo: prémio “<i>Top 10 island in Europe – Reader’s Choice Award’s</i>”);</li> <li>⇒ desenvolvimento de novas tecnologias de informação e comunicação de acesso livre a baixos custos;</li> <li>⇒ expansão regional de nichos de mercado potencialmente interessantes para o concelho: turismo náutico, circuitos de BTT, rotas 4X4, segway tours;</li> <li>⇒ crescimento significativo do turismo de cruzeiros na RAM;</li> <li>⇒ existência de serviços turísticos que privilegiam a passagem pela cidade de Câmara de Lobos (duas empresas de sightseeing e uma de rotas em viaturas elétricas).</li> <li>⇒ <b>Ao nível da cidade:</b></li> <li>⇒ imagem internacional (consolidada) de Câmara de Lobos como vila piscatória pitoresca e genuína;</li> <li>⇒ momento histórico da passagem de Winston Churchill pela baía de Câmara de Lobos bem consolidado nos circuitos usuais de divulgação turística;</li> <li>⇒ ligação pedonal marítima ao concelho do Funchal.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ conjuntura económica adversa;</li> <li>⇒ quebra recente de entrada de turistas na RAM, sobretudo ao nível do mercado interno;</li> <li>⇒ concorrência dos restantes concelhos, com oferta de produtos turísticos semelhantes e outros diferenciados e de reconhecido potencial turístico.</li> <li>⇒ <b>Ao nível da cidade:</b></li> <li>⇒ preparação insuficiente ou inadequada dos guias turísticos que apoiam os grupos de visitantes à cidade.</li> </ul>

### 3.4.2 Orientações futuras

Qualquer tentativa de idealizar e conceber uma política de promoção turística mais efetiva para o concelho de Câmara de Lobos, passará forçosamente pela consideração de um leque diversificado de variáveis, nomeadamente de cariz financeiro não contempladas neste estudo. Consideramos por isso, não ser exequível a apresentação de uma proposta objetiva de medidas conducentes a essa finalidade, mas antes julgamos pertinente expor algumas considerações que resultam da acumulação do conhecimento adquirido ao longo deste estudo, decorrente das diversas fontes de informação consultadas, da análise *swot*, e sobretudo, da observação *in loco* da realidade.

Assim, no sentido de melhorar a oferta turística (o que se traduzirá num reforço do número de visitas, com base no pressuposto de que a experiência vivenciada pelo turista será porventura mais enriquecedora), consideramos fundamental para o desenvolvimento futuro da atividade turística no concelho, a/o:

- abertura de um Centro de Atendimento e Promoção Turística na cidade, estrategicamente situado num local de manifesta afluência turística e de fácil acesso pedonal;
- criação de um roteiro turístico pedestre, em suporte físico tradicional para distribuição junto do público-alvo, mas também em edição eletrónica (por exemplo, associado ao site institucional da autarquia, bem como, ao site oficial do turismo madeira); porventura, numa segunda fase de implementação, seria lógico rentabilizar a informação existente, no desenvolvimento de aplicações informáticas para *smartphones* (versão *android* prioritariamente);
- reunião (com suporte nas diversas instituições/entidades públicas e privadas existentes no concelho, bem como, em personalidades de reconhecida competência na área do turismo), de uma equipa de *experts* que poderiam, com a periodicidade possível, debater conjuntamente com os responsáveis autárquicos, a situação do sector

turístico no concelho, visando a superação de problemas e a (re)definição de estratégias de atuação;

- criação de uma equipa de trabalho, com recursos humanos da autarquia ou com recurso a parcerias com instituições públicas e/ou privadas do concelho, cuja tarefa principal consistiria fundamentalmente na monitorização da atividade turística local e na conceção de medidas de divulgação e promoção do concelho com recurso sobretudo aos meios digitais, com enfoque prioritário nas redes sociais;
- construção de um núcleo museológico no centro da cidade, associado à história e à cultura do concelho, sendo certo que não faltarão motivos de interesse na definição do futuro projeto - a construção naval e as artes e lides da pesca, as técnicas ancestrais e as produções agrícolas (nomeadamente, ao nível dos produtos agrícolas de referência: a banana, o vinho, a cereja e a castanha, ou o mais exclusivo brighalhó<sup>78</sup>), a paisagem natural, a gastronomia e as bebidas espirituosas, entre muitos outros aspectos que poderiam ser explorados, por exemplo, na montagem de uma exposição temática permanente;
- redefinição da estratégia de promoção dos eventos culturais no que diz respeito à conceção gráfica dos cartazes/panfletos, quer ao nível do seu conteúdo (obrigatoriamente em versão bilingue, e não apenas em língua portuguesa como habitualmente se verifica), quer ao nível dos canais de distribuição escolhidos para a divulgação;
- revitalização dos espaços públicos identificados oficialmente como miradouros (e outros que não estando identificados como tal, revelam

---

<sup>78</sup> De pronúncia peculiar, trata-se de um tubérculo que cresce na freguesia do Curral das Freiras, tendo um aspeto muito semelhante ao do inhame, embora mais pequeno. Aparentemente, o consumo deste produto terá surgido em períodos de carência alimentar, desconhecendo-se o autor da utilidade culinária desta planta. De sabor discutível, o brighalhó tem como particularidade o facto da sua cozedura demorar 24 horas, o que é feito acompanhado de uma pequena erva conhecida por "azedas" e muita água, que vai sendo repostada ao longo da cozedura. Hoje em dia, o brighalhó é cozido ou frito e servido como acompanhamento, sendo também utilizado na confeção de bolos. A popularidade (recente) desta receita tem sido tal que deu lugar à realização de uma mostra gastronómica anual na freguesia do Curral das Freiras (que vai já na sua 10ª edição), organizada pela Casa do Povo local, e que, ano após ano, tem vindo a aumentar a sua popularidade, não apenas entre os locais, mas também entre turistas.

um potencial de exploração muito interessante), no sentido de os dotar de sinalética informativa sobre o local onde se situam e acima de tudo, sobre a paisagem observável desses espaços, aproveitando para sugerir a visita aos pontos de interesse concelhio mais próximos geograficamente, fornecendo orientações claras sobre o percurso a efetuar e as características essenciais do ponto de interesse sugerido;

- requalificação da sinalética rodoviária no concelho, no sentido de dotar a rede viária e os principais pontos de interesse existentes, de informações/orientações claras e uniformizadas graficamente, em conformidade com a legislação em vigor, eliminando a sinalização excessiva e confusa existente em certos pontos do concelho; neste domínio, a redefinição dos acessos à cidade através da Via Rápida (sentido este-oeste) deverá constituir uma prioridade, sugerindo-se a substituição da saída nº 6 pela saída nº7, assegurando um acesso mais direto à cidade e sobretudo, mais lógico, pois ao visitante deveremos apresentar o que de melhor temos para oferecer<sup>79</sup>;
- reforço da articulação com a tutela regional e com as entidades locais, no sentido de otimizar os eventos locais com potencial turístico, nomeadamente ao nível da divulgação nas unidades hoteleiras regionais;
- reformulação do site da câmara municipal, retirando a informação não institucional e com interesse turístico para um portal específico, com possibilidade de visualização em diferentes línguas estrangeiras e com plena integração das redes sociais e outros aplicativos, capazes de suscitar a interatividade com o utente do portal, tendo como fim último, o reforço da divulgação do concelho, das suas particularidades, e das ofertas que dispõe, quer ao nível dos produtos, quer também dos serviços turísticos (públicos ou privados).

---

<sup>79</sup> A entrada pela cidade via foz da Ribeira dos Socorridos, afigura-se muito mais atrativa e agradável ao visitante do que a atualmente utilizada/sugerida, que implica a passagem por bairros sociais que evidenciam já alguma degradação nas suas infraestruturas.

Há que ter presente, na definição de qualquer estratégia de atuação, que o turista que visita a Região, normalmente não se limita a usufruir da área circundante da unidade hoteleira em que se encontra hospedado. Ao contrário de outros destinos, a RAM é um território demasiado pequeno para que o visitante se confine a uma atividade ou a uma determinada parcela do território. Pela formação académica, idade, número médio de dias da estada e outros elementos que definem o perfil geral do turista "típico" (ainda que este conceito esteja a cair em desuso...), podemos tomar como garantido que a esmagadora maioria dos turistas que visitam a Região passam pela cidade de Câmara de Lobos e percorrem mais que um ponto de interesse do concelho.

Neste sentido, a RAM acaba por ser um somatório de produtos, serviços e vivências locais/concelhias que no seu todo asseguram uma experiência singular, face a outros destinos. A visão sistémica de que "o todo é maior que a soma das partes" aplica-se a esta realidade, saindo reforçado o papel e a importância que cada concelho deverá assumir na promoção do produto final - o destino e a marca Madeira.

Deste ponto de vista é fundamental que a "garantia" de visita ao concelho, seja encarada, não como uma regalia tida como certa, mas antes como uma oportunidade, um desafio a explorar pela autarquia e pelos diversos agentes que usufruem direta ou indiretamente da passagem dos turistas pelo concelho.

Neste enquadramento, torna-se fundamental perceber até onde chega a "capacidade de retenção", considerando que a mesma, conforme refere CUNHA (1997) depende de múltiplos factores locais, das condições naturais existentes, dos investimentos realizados (infraestruturas, alojamentos, elementos de diversão, etc.) e outros, associados à componente criativa (manifestações culturais, informação disponível sobre a Região, exposições, etc.). Desenvolver mecanismos de retenção do turista revela-se uma tarefa prioritária, sob pena de Câmara de Lobos não conseguir ser mais que um simples ponto de passagem dos diversos fluxos turísticos que diariamente percorrem o território regional. Nesta lógica, a definição de rotas/roteiros poderá representar um passo significativo nessa direção, começando pela cidade que oferece particularidades mais que suficientes para captar de forma significativa a atenção dos visitantes.

E se é certo que *“a imagem de um país resulta da sua geografia, história, proclamações, arte e música, cidadãos famosos e outras características”* (KOTLER, P. e GERTNER, D. 2002:251)”, não é menos verdade que também os territórios municipais revestem-se de inúmeras particularidades que numa visão holística, poderão potenciar a marca Madeira, conferindo-lhe uma identidade própria que se transforma numa plataforma unificadora das diferentes parcelas do território regional.

Como refere CRAVIDÃO (2006:273) *“o lugar foi ou é ponto de partida. A geografia e a história – a que se ligam a paisagem, a arquitetura, a economia, os tecidos sociais, permitem que cada lugar tenha construído a sua própria imagem cultural; a sua identificação cultural”*. Neste sentido, a escala local pode e deve ser valorizada, garantindo o salutar convívio entre quem “habita” e quem “visita”, num ambiente de autenticidade capaz de garantir experiências positivas e duradouras com o envolvimento ativo do visitante.

## NOTAS FINAIS

### I. DISCUSSÃO DO TRABALHO

O Turismo na Madeira afigura-se hoje, tal como no passado recente, um sector estratégico de grande importância na dinamização da vida socioeconómica da RAM, pelas receitas e pelo emprego que gera e ainda, por um conjunto muito considerável de efeitos multiplicadores que se (re)produzem nos diversos ramos de atividade relacionados direta ou indiretamente com o turismo.

Tradicionalmente, o destino Madeira tem focado o seu valor sobretudo nas condições naturais de atratividade oferecidas pelo arquipélago – clima e paisagem. Ainda que constituam os vetores essenciais do cartaz turístico regional típico, as preocupações ao nível da qualidade da oferta dos vários produtos turísticos fazem parte integrante do rol de características a considerar no desenvolvimento sustentável desta atividade.

A consolidação do destino Madeira implica hoje, mais que nunca, o reajustamento permanente da oferta e do próprio posicionamento do destino em função das contingências do mercado, mas também do surgimento de novos segmentos/nichos. Aos valores tradicionais do destino, juntam-se agora, por exemplo, aspectos de natureza ambiental, recreativa, desportiva que não podem ser negligenciados.

Neste contexto, o concelho de Câmara de Lobos representa uma pequena parte do todo regional em matéria de oferta turística. Com uma capacidade hoteleira reduzida, consequência sobretudo da sua proximidade face ao concelho vizinho do Funchal, Câmara de Lobos beneficia da existência de um conjunto de pontos de interesse turístico que, ao longo dos tempos, têm conseguido manter o seu vigor entre os visitantes. Por exemplo, os miradouros do Cabo Girão e da Eira do Serrado são “desde sempre”, pontos de paragem obrigatória para qualquer turista de passagem

pela Região, da mesma forma que as peculiares freguesias do Curral das Freiras ou do Estreito de Câmara de Lobos, ainda que por motivos de natureza distinta.

A nível urbano, a única cidade existente no concelho recebe diariamente largas centenas de turistas que constituem uma inegável fonte de sustentabilidade do tecido económico local, sobretudo em matéria de restauração. Trata-se de uma cidade com a “escala certa” para uma visita pedestre orientada, onde as habituais tensões entre os que estão (residentes locais) e os que lá vão (visitantes), não constitui para já qualquer motivo de preocupação, prevalecendo um equilíbrio entre a procura e a capacidade de oferta da própria cidade. Pelo contrário, a população local (piscatória) é um factor de diferenciação e de atração turística.

Mantendo-se fiel às suas origens, a cidade reflete os gostos e as vivências locais, conferindo algum exotismo e uma personalidade vincada que lhe permite destacar-se das demais áreas urbanas da RAM, aspeto que poderia porventura ser melhor explorado/potencializado pelas autoridades locais.

Os resultados obtidos através da aplicação dos inquéritos revelam que as despesas efetuadas por estes visitantes são consideráveis, ainda que o seu tempo de permanência na cidade seja relativamente reduzido. Neste sentido, o reforço da promoção, nomeadamente, pela criação de um roteiro turístico pedestre seria seguramente (mais) uma forma de potenciar esta atividade a nível local. A criação desta ferramenta viria assim colmatar uma das lacunas referidas pelos inquiridos que se prende com a carência de conteúdos informativos e de sinalética específica nos diversos locais de interesse. No fundo, trata-se de informar para cativar, e assim manter a “arte de bem receber” que tão bem caracteriza o destino Madeira.

Mas ao discurso algo vago e gasto sobre o “povo hospitaleiro”, tantas vezes referido nos mais variados conteúdos promocionais (sites oficiais, guias de bolso, panfletos informativos, etc...), acresce a necessidade de complementar as ofertas turísticas tradicionais com novas funcionalidades, novos atrativos capazes de garantir experiências positivas e distintas a quem visita o concelho. A este nível, numa segunda etapa, a adaptação do roteiro turístico pedestre poderia evoluir, por exemplo, para uma versão eletrónica de utilização livre em *smartphones*, abrindo possibilidades

muito interessantes no potencial de desenvolvimento turístico local, inclusive ao nível da divulgação dos serviços promovidos pelo sector privado.

Também a requalificação dos miradouros locais, com identificação apropriada, com conteúdos informativos sobre a paisagem que os rodeia e adequados ao contexto em que se inserem, bem como, o estabelecimento de pontes de ligação com outros pontos de interesse turístico concelhio, deveriam constituir uma prioridade. Nesta perspetiva, a valorização do (geo)património natural deveria constituir uma preocupação permanente nesta estratégia de rentabilização dos recursos existentes no concelho.

## **ii. LIMITAÇÕES DO ESTUDO**

Tratando-se de um estudo de caso, sobre um território específico, as principais limitações resultaram desde logo, da escassez de bibliografia especializada sobre o tema e a área de estudo em análise. Por conseguinte, a opção pela realização de inquéritos por questionário foi uma das formas encontradas para abordar o tema proposto.

Porém, a aplicação dos inquéritos revelou-se uma tarefa difícil, desde logo, pela pouca disponibilidade dos inquiridos, mas igualmente pelas dificuldades decorrentes da circunstância dos inquiridos serem na sua maioria de nacionalidades estrangeiras, o que nalguns casos constituiu uma barreira significativa à comunicação.

## **iii. SUGESTÕES DE TRABALHOS FUTUROS**

Um dos aspectos habitualmente referidos neste tipo de trabalho académico (e neste subcapítulo, muito em particular) é que o trabalho de investigação nunca está completamente terminado. Com efeito, a conclusão de uma tese representa o culminar de um período, mais ou menos longo de trabalho, onde dificilmente se poderá dar por concluída cabalmente a investigação, pois nesse processo de desenvolvimento de uma dissertação, é normal surgirem novas questões, desafios, dúvidas, mas também algumas certezas. No nosso caso, temos a plena consciência que

a investigação poderia ser aprofundada, no sentido de refinar as potencialidades turísticas do concelho e da cidade de Câmara de Lobos, em particular.

Porém, consideramos que a base de sustentação para o desenvolvimento de um trabalho futuro encontra-se realizada, havendo como tal, condições para que a produção de um roteiro turístico urbano seja uma realidade, bem como, outras ferramentas de promoção e marketing associadas, por exemplo, às recentes tecnologias de informação e comunicação. Para tal, o desenvolvimento de parcerias estratégicas entre o sector privado e público parece-nos uma evidência difícil de negligenciar, se se pretende um reforço significativo da qualidade de resposta à procura turística que diariamente percorre o concelho de Câmara de Lobos.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABREU, Uriel (2007). *Riscos naturais no ordenamento do território: aplicação ao município de Câmara de Lobos*. Dissertação de mestrado. Universidade da Madeira
- ALMEIDA, António (2006). "Paisagens: um património e um recurso" (pp. 31-42), *Iberografia*, CEI - Campo das Letras, nº 8. Consulta online em 03/01/2013 (URL: <https://estudogeral.sib.uc.pt/handle/10316/13165>).
- ALVARES, Daniela, LOURENÇO, Júlia (2009). "Planeamento do Turismo e análise do ciclo de vida, uma aplicação às ilhas da Madeira e de Fernando de Noronha" (pp.3-14). *Revista de Divulgação Científica AICA*, n.º1. Setembro. Editorial.
- ALMEIDA, João e PINTO, José (1990). *A investigação nas ciências sociais*. Editorial Presença.
- ANDRADE, José (2002). *Fundamentos e dimensões do Turismo*. Edições São Paulo.
- ANTROP, Marc (2000). "Geography and landscape science" (pp. 9-36). *Belgeo* 1-2-3-4, Special Issue for the 29<sup>th</sup> International Geographical Congress. Consulta online em 03/03/2012 (URL: [http://geoweb.ugent.be/docs/landschapskunde/publicaties/Antrop2000\\_Geography\\_and\\_landscape\\_science\\_Belgeo2000.PDF](http://geoweb.ugent.be/docs/landschapskunde/publicaties/Antrop2000_Geography_and_landscape_science_Belgeo2000.PDF)).
- BAPTISTA, João (2005). *A evolução do Turismo na Madeira no Período 1975 a 2000*. Funchal.
- BAPTISTA, João (2009). "O Turismo na cidade do Funchal" (pp.83-95). *Revista de Divulgação Científica AICA*, n.º1. Setembro. Editorial.
- BARROS, Carlos (2006). "O barco xavelha" (pp. 89-92). *Revista Girão*, vol. II, n.º 2, 1º semestre.
- CAMACHO, Élvio (2006). *Modelo de avaliação do retorno do investimento da promoção turística na Região Autónoma da Madeira*. Dissertação de mestrado. Universidade da Madeira.
- CMCL (2007). "Relatório de revisão do Plano Director Municipal de Câmara de Lobos". Consulta online em 12/02/2012 (URL: <http://www.cm-camaradelobos.pt/Default.aspx?ID=1117>).
- CARITA, Rui (2007). "A igreja de São Sebastião, Matriz de Câmara de Lobos" (pp. 5-10). *Revista Girão*, vol. II, n.º 4, 1º semestre.
- CARITA, Rui (1990). "As defesas de Câmara de Lobos" (pp. 181-184). *Revista Girão*, n.º 5, 2º semestre.

- CASELLAS, A., JUTGLA, E., BARBERA, M. (2010). "Creación de imagen, visibilidade y turismo como estratégias" (pp. 153-172). *Finisterra XLV*, 90.
- CAVACO, Carminda. (2006). "Práticas e lugares de Turismo", in Fonseca, M. (orgs), *Desenvolvimento e Território: espaços rurais pós-agrícolas e novos lugares de turismo e lazer* (pp. 299-362). Centro de Estudos Geográficos da Universidade de Lisboa.
- CLODE, Luiza e ADRAGÃO, José (1989). *Madeira – Novos Guias de Portugal*. Editorial Presença.
- COELHO, Júlio (2010). *Un índice de Desarrollo Turístico basado en el Ciclo de Vida de un Destino*. Tese de doutoramento. Universidade de Extremadura. Consulta online em 12/08/2012 (URL: <http://hdl.handle.net/10400.8/312>).
- COOPER, Chris, GILBERT, David, FLETCHER, John, WANHILL, Stephen (2001). *Turismo: princípios e prática*. São Paulo. Bookman.
- COSTA, C. e BUHALIS, D. (2006). "Synergies between Territorial Planning and Strategic Management: A prospective analysis" in Fonseca, M. (orgs), *Desenvolvimento e Território: espaços rurais pós-agrícolas e novos lugares de turismo e lazer* (pp. 191-213). Centro de Estudos Geográficos da Universidade de Lisboa.
- CRAVIDÃO, F. e CUNHA, Lúcio (1994) – "Ambiente e práticas turísticas em Portugal" (pp. 85-91). *Inforgéo*, Lisboa, 6.
- CRAVIDÃO, F. (2006). "Turismo e Cultura: dos itinerários ao lugar dos lugares", in Fonseca, M. (orgs), *Desenvolvimento e Território: espaços rurais pós-agrícolas e novos lugares de turismo e lazer* (pp. 269-278). Centro de Estudos Geográficos da Universidade de Lisboa.
- CUNHA, Licínio (1997). *Economia e política do turismo*. Portugal. McGraw-Hill.
- DANIEL, Ana (2010). "Caracterização do Sector Turístico em Portugal" (pp. 255-276). *Revista de Estudos Politécnicos*, Vol VIII, n.º 14.
- DANTAS, Maria (2011). *Rede Urbana e Desenvolvimento na Região Autónoma da Madeira*. Tese de doutoramento. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa.
- Decreto Legislativo Regional n.º 17/96/M, Elevação da vila de Câmara de Lobos à categoria de cidade. Consulta online em 02/02/2012 (URL: <http://www.dre.pt/pdfgratis/1996/08/178A00.pdf>).
- Decreto Legislativo Regional n.º 17/2002/M, Aprova o Plano de Ordenamento Turístico da Região Autónoma da Madeira. Consulta online em 03/01/2012 (URL: [http://www.visitmadeira.pt/images/originals/pdfs/Profissionais/Investigação%20e%20Estudos/DLR\\_17\\_2002\\_POT.pdf](http://www.visitmadeira.pt/images/originals/pdfs/Profissionais/Investigação%20e%20Estudos/DLR_17_2002_POT.pdf)).

- Decreto Legislativo Regional n.º 12/2007/M, Aprova o Plano de Ordenamento Turístico da Região Autónoma da Madeira. Consulta online em 03/01/2012 (URL: [http://www.visitmadeira.pt/images/originals/pdfs/Profissionais/Investigação%20e%20Estudos/DLR\\_12\\_2007\\_M\\_Susp\\_POT\\_Fx.pdf](http://www.visitmadeira.pt/images/originals/pdfs/Profissionais/Investigação%20e%20Estudos/DLR_12_2007_M_Susp_POT_Fx.pdf)).
- DN Madeira (2012). “Governo fecha quatro postos de turismo”, 11 de Março, pp. 6. Consulta online em 23/05/2012 (URL: <http://www.dnoticias.pt/impressa/diario/253888/economia/254003governo-fecha-quatro-postos-de-turismo>).
- DRPF -Direcção Regional de Planeamento e Finanças (2006). *Plano de Desenvolvimento Económico e Social da Região Autónoma da Madeira 2007 – 2013*. Consulta online em 07/08/2012 (URL: [http://62.48.187.114/snig-educ/ficheiros/geral-1/PDES2007\\_2013%5B1%5D.pdf](http://62.48.187.114/snig-educ/ficheiros/geral-1/PDES2007_2013%5B1%5D.pdf)).
- DOMINGUES, Álvaro (2001). “A Paisagem revisitada” (pp. 55-66). *Finisterra*, XXXVI, 72.
- ESTUDANTE, Conceição (2011). “O turismo na RAM (I)”. *Jornal da Madeira*, 1 de Junho, pp. 16.
- ESTUDANTE, Conceição (2011) “O turismo na RAM (II)”. *Jornal da Madeira*, 2 de Junho, pp. 16.
- ESTUDANTE, Conceição (2011). “O turismo na RAM (III)”. *Jornal da Madeira*, 4 de Junho, pp. 16.
- FERNANDES, Ivan e COELHO, Márcio (2002). *Economia do Turismo – teoria & prática*. Brasil. Editora Campus.
- FERREIRA, António (2005). *Gestão Estratégica de Cidades e Regiões*. Fundação Calouste Gulbenkian.
- FERREIRA, Luís (2005). “Estudo analítico das variáveis da macro envolvente de um destino turístico” (pp. 135-147). *Revista de Estudos Politécnicos*, Vol II, n.º 4. Consulta online em 10/07/2012 (URL: <http://www.scielo.gpeari.mctes.pt/pdf/tek/n4/v2n4a09.pdf>).
- FONSECA, Ana (2006). *Oferta Turística e Relação Turismo – Ambiente na Região Autónoma da Madeira*. Dissertação de mestrado. Universidade da Madeira.
- FREITAS, Graça e SANTOS, Manuela (1990). “Notas sobre a freguesia de câmara de Lobos” (pp. 177-180). *Revista Girão*, n.º 5, 2º semestre.
- FREITAS, Duarte (2006). “As capelas da freguesia de Câmara de Lobos. Do seu registo no Livro do Tombo de 1729 ao seu estado na actualidade” (pp 5-10). *Revista Girão*, vol. II, n.º3, 2º semestre.
- FREITAS, João (2009). “O Turismo da Descoberta Económica” (pp. 141-154). *Revista Islenha*, n.º 45. Secretaria Regional de Educação e Cultura. Direcção Regional dos Assuntos Culturais.

- FREITAS, João (2010). “A inovação no turismo” (pp. 165-174). *Revista Islenha*, n.º 47. Secretaria Regional de Educação e Cultura. Direção Regional dos Assuntos Culturais.
- FREITAS, Manuel (1990). “Câmara de Lobos e a epidemia de cólera de 1910” (pp. 196-199). *Revista Girão*, n.º 5, 2º semestre.
- GASPAR, Jorge (2001). “O retorno da paisagem à geografia, apontamento místicos” (pp.83-99). *Finisterra*, XXXVI, 72.
- HENRIQUES, Eduardo (1994). “Do turismo urbano, Lisboa no contexto do espaço português” (pp. 55-70). *Inforgeo*, Lisboa, 06.
- IGNARRA, (2003). *Fundamentos do Turismo*. Cengage Learning Editores. Consulta on-line em 08/03/2012 (URL: <http://books.google.pt/books?id=raLpXJU73YC&printsec>).
- IPDT (2012). *A Imagem do Turismo Português*. Consulta on-line em 30/06/2012 (URL:[http://www.ipdt.pt/ficheiros\\_upload/file/Survey%20on%20the%20image%20of%20Portugal%20-%20July%202011.pdf](http://www.ipdt.pt/ficheiros_upload/file/Survey%20on%20the%20image%20of%20Portugal%20-%20July%202011.pdf)).
- LAMAS, Maria (1956). *Arquipélago da Madeira*. Funchal – Madeira. Editorial Eco do Funchal.
- LEITE, Nathália (2008). *Turismo e Território: Um Estudo sobre a Turistificação de Portimão (Algarve/Portugal) a Partir da Geografia do Turismo*. Dissertação de mestrado. Universidade de Lisboa. Consulta online em 07/10/2012 (URL: <http://repositorio.ul.pt/handle/10451/1727>).
- LEITE, Pedro (2000). “Turismo e Cultura: rotas do atlântico” (pp 19-30). *Revista Sociedade e Território*, nº 31-32, Porto, Edições Afrontamento. Consulta online em 07/08/2012 (URL: [http://coimbra.academia.edu/PLeite/Papers/1137460/Turismo\\_e\\_Cultura\\_Rotas\\_do\\_Atlantico](http://coimbra.academia.edu/PLeite/Papers/1137460/Turismo_e_Cultura_Rotas_do_Atlantico)).
- MAFALDA, Ana (2006). *Oferta turística e relação turismo-ambiente na Região Autónoma da Madeira*. Dissertação de mestrado. Universidade da Madeira.
- MARTINS, João (2004). “Turismo em Ilhas. Sustentabilidade e globalização”. *Revista Turismo e Desenvolvimento*, n.º1. Editorial Notícias. Universidade de Aveiro.
- MARUJO, Maria (2008). *Turismo & Comunicação*. RVJ Editores.
- MILHEIRO, Eva (2004). “A informação turística e as tecnologias da informação e da comunicação”. *Revista Turismo e Desenvolvimento*, n.º1. Editorial Notícias. Universidade de Aveiro.
- Ministério do Turismo do Brasil (s.d.). *Marketing de destinos turísticos*. Consulta online em 25/10/2012 (URL: [http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Marketing\\_Destinos\\_Turisticos.pdf](http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Marketing_Destinos_Turisticos.pdf)).

- MURRAÇAS, Filipe (2008). *A Relevância da Cultura na Competitividade Nacional: o caso da Marca Portugal*. Dissertação de mestrado. Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa.
- NEVES, Daniel (2010). *Turismo e Riscos na Ilha da Madeira – avaliação, percepção, estratégias de planeamento e prevenção*. Dissertação de mestrado. Universidade de Coimbra.
- NORONHA, Adolfo (1925). *Um peixe da Madeira – o peixe-espada preto ou Aphanopus carbo dos naturalistas*. Porto. Edição Renascença Portuguesa.
- OECD (2010). *Tourism Trends and Policies 2010*. OECD Publishing. Consulta online em 03/07/2012 (URL: <http://www.oecd.org/cfe/tourism/oecdtourismtrendspolicies2010.htm#pub>).
- OLIVEIRA, Ermelind e MANSO, R. Pires, “Turismo sustentável: utopia ou realidade?” (pp. 235-253). *Revista de Estudos Politécnicos*, Vol VIII, n.º 14. Consulta online em 19/06/2012 (URL: <http://www.scielo.oces.mctes.pt/pdf/tek/n14/n14a15.pdf>).
- ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO (2003). *Turismo Internacional, uma perspectiva global*. 2ª edição. Bookman.
- PAREDES, Maria (1997). “A Quinta do Pomar na freguesia da Quinta Grande” (pp. 116-123). *Revista Islenha*, n.º 21. Secretaria Regional de Educação e Cultura. Direção Regional dos Assuntos Culturais.
- PEREIRA, Eduardo (1989). *Ilhas de Zargo*. Volumes I e II, 4ª edição. Câmara Municipal do Funchal.
- PERDIGÃO, C. e VIRTUDES, A. (2010). “Transformações Urbanísticas Modernas no Funchal: contributos para a cidade turística” (pp 242-264). Actas do 16º Congresso da APDR – Sessão 3-A (Turismo e Sustentabilidade). Consulta online em 12/06/2012 (URL: <http://www.apdr.pt/congresso/2010/ACTAS/pag%20241%20a%20369%20-%203A.pdf>).
- TURISMO DE PORTUGAL (2011). *Plano Estratégico Nacional do Turismo – propostas para a revisão no horizonte 2015 (versão 2.0)*. Consulta online em 13/03/2012 (URL: [http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/turismodeportugal/Documents/PENT\\_Revis%C3%A3o.pdf](http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/turismodeportugal/Documents/PENT_Revis%C3%A3o.pdf)).
- QUINTAL, Artur (2008). *A importância do património na escolha do destino turístico*. Dissertação de mestrado. Universidade da Madeira.
- QIVY, Raymond e CAMPENHOUDT, Luc (1992). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Lisboa. Editora Gradiva.
- RAMOS, Bernardete (2003). “Subsídios para o estudo da capela e do retábulo de Nossa Senhora da Nazaré em Câmara de Lobos” (pp. 47-58). *Revista Islenha*, n.º 32. Secretaria Regional de Educação e Cultura. Direção Regional dos Assuntos Culturais.

- RIFAI (2012). “Discurso de abertura do Secretário Geral da OMT”. ITB BERLIM. Consulta online em 15/08/2012 (URL: [http://dtxq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/sg\\_itb\\_2012\\_final\\_0.pdf](http://dtxq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/sg_itb_2012_final_0.pdf))
- RODRIGUES, Miguel (1993). “E porque não a história ao serviço do turismo?” (pp. 48-538). *Revista Islenha*, n.º 12. Secretaria Regional de Educação e Cultura. Direção Regional dos Assuntos Culturais.
- SECRETARIA REGIONAL DO TURISMO, CULTURA E EMIGRAÇÃO (1991). *O turismo, chave da economia madeirense*. Edição DRT.
- SILVA, Álvaro (2008). *Estudo de viabilização para a criação e implementação de uma associação para o desenvolvimento do destino turístico Monte*. Dissertação de mestrado. Universidade da Madeira. Consulta on-line em 02/01/2013 (URL: <http://hdl.handle.net/10400.13/70>).
- SILVA, António (2007). “A Madeira e os seus espaços: o testemunho dos visitantes estrangeiros sobre o Funchal e as Ilhas Atlântica” (pp. 34-40). *Revista Islenha*, n.º 41. Secretaria Regional de Educação e Cultura. Direção Regional dos Assuntos Culturais.
- SILVA, Augusto E PINTO, José (orgs) (1986). *Metodologia das ciências sociais*. Edições Afrontamento.
- SILVA, Fernando e MENEZES, Carlos (1965). *Elucidário Madeirense*. Volumes I e II, 3ª edição. Funchal.
- SILVA, João (2007). “Igreja de São Sebastião em Câmara de Lobos, vivências de uma transformação” (pp. 11-20). *Revista Girão*, vol. II, n.º3, 2º semestre.
- SILVA, João (2009). “Ilha do Porto Santo: estância singular de saúde mental” (pp. 33-36). *Revista de Divulgação Científica AICA*, n.º1, Setembro. Editorial.
- SILVA, João. e FLORES, Adão. (2006). “A Gestão dos Destinos Turísticos: criando valor no destino Arade”, in Fonseca, M. (orgs), *Desenvolvimento e Território: espaços rurais pós-agrícolas e novos lugares de turismo e lazer* (pp. 229-246). Centro de Estudos Geográficos da Universidade de Lisboa.
- SOUSA, Élvio e VIEIRA, Dalila (coordenação) (2003). *Livro Branco – Património Cultural da Região Autónoma da Madeira*. Edição ARCHAIS.
- SOUSA, João (1991). “O Túmulo de D. Joana de Atouguia” (pp. 325-326). *Revista Girão*, n.º 7, 2º semestre.
- TELES, Higinio (1991). “A pesca do peixe espada-preto e a sua evolução” (pp. 99-102). *Revista Girão*, n.º 7, 2º semestre.

- TRINDADE, Maria (2004). "A pessoa portadora de deficiência como turista". *Revista Turismo e Desenvolvimento*, n.º1. Editorial Notícias. Universidade de Aveiro.
- UMBELINO, Jorge (1999). "Lazer e Território, contributo geográfico para a análise do uso do tempo". Centro de Estudos de Geografia e Planeamento Regional, Série Estudos – n.º1.
- UMBELINO, Jorge (2004). "Turismo e Património. Algumas ideias para reflexão". *Revista Turismo e Desenvolvimento*, n.º1. Editorial Notícias. Universidade de Aveiro.
- UMBELINO, J. e PAIS, A. (2006). "Em torno da formação de Recursos Humanos para o Turismo em Portugal", in Fonseca, M. (orgs), *Desenvolvimento e Território: espaços rurais pós-agrícolas e novos lugares de turismo e lazer* (pp. 215-227). Centro de Estudos Geográficos da Universidade de Lisboa.
- UNTWO (2011). *Tourism Highlights 2011 edition*. Consulta online em 15/08/2012 (URL: [http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights11enhr\\_3.pdf](http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights11enhr_3.pdf)).
- UNTWO (2012). *Tourism Highlights 2012 edition*. Consulta online em 15/08/2012 (URL: <http://mkt.unwto.org/en/publication/unwto-tourism-highlights-2012-edition>).
- WTTC (2012). *Travel & Tourism, economic impact 2012 – Portugal*. Consulta online em 05/09/2012 (URL: [http://www.wttc.org/site\\_media/uploads/downloads/world2012.pdf](http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/world2012.pdf)).
- WEF – World Economic Forum (2011). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011*. Consulta online em 08/06/2012 (URL: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TravelTourismCompetitiveness\\_Report\\_2011.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TravelTourismCompetitiveness_Report_2011.pdf)).
- WEF – World Economic Forum (2012). *The ASEAN Travel & Tourism Competitiveness Report 2012*. Consulta online em 08/06/2012 (URL: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TTCR\\_ASEAN\\_Report\\_2012.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_ASEAN_Report_2012.pdf)).
- WILHELM, Eberhard (1990). "O conelho de Câmara de Lobos entre 1850 e 1910 visto por alguns germânicos" (pp. 185-195). *Revista Girão*, n.º 5, 2º semestre.
- WTTC (2012). Benchmarking Travel & Tourism – Global summary. Consulta online em 19/06/2012 (URL: [http://www.wttc.org/site\\_media/uploads/downloads/WTTC\\_Sectors\\_Summary\\_Global.pdf](http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/WTTC_Sectors_Summary_Global.pdf)).
- WTTC (2012). *Travel & tourism 2011*. Consulta on-line em 22/06/2012 (URL: [http://www.wttc.org/site\\_media/uploads/downloads/traveltourism2011.pdf](http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/traveltourism2011.pdf)).
- YÁZIGI, Eduardo (2009). "Turismo insular, reencantamento do mundo e consequências para o planeamento" (pp. 15-18). *Revista de Divulgação Científica AICA*, n.º1, Setembro. Editorial.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Etapas da realização do projecto de tese .....	2
Figura 2 - Clarificação de conceitos .....	10
Figura 3 - Chegadas dos turistas internacionais por regiões .....	14
Figura 4 - A imagem do destino Portugal .....	20
Figura 5 - Modelo de Implementação do PENT.....	24
Figura 6 - Modelo de organização das viagens.....	27
Figura 7 - Previsão dos principais indicadores económicos do turismo na RAM .....	29
Figura 8 - Evolução do número de hóspedes e dormidas nos estabelecimentos hoteleiros da RAM.....	35
Figura 9 - Número de hóspedes por mês nos estabelecimentos hoteleiros da RAM .....	36
Figura 10 - Hóspedes nos estabelecimentos hoteleiros por país de origem .....	37
Figura 11 - Hóspedes nos estabelecimentos hoteleiros da RAM (por categorias) .....	37
Figura 12 - Motivo principal da viagem em férias .....	39
Figura 13 - Motivo da viagem por mercado emissor.....	40
Figura 14 - Atividades praticadas, segundo o motivo da viagem .....	41
Figura 15 - Orientações estratégicas de atuação definidas no PDES 2007-2013 para a RAM.....	42
Figura 16 - Distribuição do número limite de camas na RAM até ao ano de 2012 .....	44
Figura 17 - Localização do concelho de Câmara de Lobos na RAM .....	50
Figura 18 - Agricultura em socalcos.....	51
Figura 19 - Divisão administrativa do concelho de Câmara de Lobos .....	53
Figura 20 - Densidade populacional dos concelhos da RAM (2011).....	54
Figura 21 - Distribuição da população por grupos etários (2011) .....	55
Figura 22 - Índice de envelhecimento (2011) .....	56
Figura 23 - Evolução da população residente por freguesias.....	57
Figura 24 - População activa empregada por sectores de atividade (2001) .....	58
Figura 25 - Produção total em uvas por concelho em 2011 .....	59

Figura 26 - Hóspedes nos estabelecimentos hoteleiros por município (2011) .....	61
Figura 27 - Localização das unidades hoteleiras do concelho de Câmara de Lobos .....	63
Figura 28 - Dormidas segundo os países de residência dos hóspedes (2011).....	65
Figura 29 - Número de hóspedes e dormidas entre 2002 e 2011 .....	65
Figura 30 - Origem dos inquiridos .....	69
Figura 31 - Atividade profissional dos inquiridos por grandes grupos, de acordo com a CPP/2010 .....	71
Figura 32 - Pontos de Interesse Turístico referidos no inquérito .....	74
Figura 33 - Roteiro turístico dos visitantes.....	76
Figura 34 - Avaliação global da cidade .....	80
Figura 35 - Planta da cidade .....	82
Figura 36 - Percurso pedestre urbano proposto para um futuro roteiro turístico.....	87
Figura 37 - Áreas de interesse propostas no Roteiro Turístico Pedestre .....	88
Figura 38 - Condicionantes do percurso a portadores de limitações motoras .....	89
Figura 39 - Altimetria do percurso pedonal.....	90
Figura 40 - Winston Churchill pintando a Baía de Câmara de Lobos.....	91
Figura 41 - Miradouro do Espírito Santo e Calçada (1950).....	92
Figura 42 - O jogo como ocupação de referência nos tempos de ócio .....	93
Figura 43 - Secagem natural da “gata” .....	96
Figura 44 - Principais pontos de interesse turístico de Câmara de Lobos .....	100
Figura 45 - Indicadores da sociedade de informação nos estabelecimentos hoteleiros da RAM (%) .....	102
Figura 46 - Visão para o sector turístico em Câmara de Lobos .....	106
Figura 47 - Eventos turísticos calendarizados pela DRT para 2012 .....	109
Figura 48 - Representação esquemática da análise swot.....	113

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Modelo de implementação do PENT.....	25
Quadro 2 - Características estruturantes do destino Madeira .....	26
Quadro 3 - Orientação definida para os produtos turísticos estratégicos portugueses .....	28
Quadro 4 - Exploração da oferta temática por áreas geográficas .....	45
Quadro 5 - Território e população nas freguesias do concelho (2011) .....	55
Quadro 6 - Caracterização genérica do parque hoteleiro da RAM (2011) .....	62
Quadro 7 - As unidades hoteleiras na internet – características dos sites.....	63
Quadro 8 - Inquiridos segundo o género.....	68
Quadro 9 - Idades dos inquiridos .....	68
Quadro 10 - Atividade profissional dos inquiridos segundo a CPP/2010 .....	70
Quadro 11 - Duração da estadia dos inquiridos .....	72
Quadro 12 - Organização da viagem .....	72
Quadro 13 - Organização da viagem .....	73
Quadro 14 - Duração da visita à cidade.....	79
Quadro 15 - Comércio e serviços utilizados .....	79
Quadro 16 - Gastos efetuados pelos turistas .....	80
Quadro 17 - Localização do concelho de Câmara de Lobos na RAM.....	112
Quadro 18 - Análise swot à atividade turística em Câmara de Lobos .....	114

## ANEXOS

Anexo 1 – Área do levantamento funcional da cidade de Câmara de Lobos

Anexo 2 – Decreto Legislativo Regional 17/97/M

Anexo 3 - Inquérito

Anexo 4 - Roteiro de Câmara de Lobos

Anexo 5 - Notícia DN Madeira, de 27 de Outubro de 2012

Anexo 6 - Festa do Vinho, edição de 2012 (síntese fotográfica)

Anexo 7 – Listagem dos eventos anunciados online no *visitmadeira* (SRTT)

Anexo 8 – Listagem das instituições socioculturais, recreativas, científicas e desportivas

Anexo 9 – Programa da Festa da Castanha (edição de 2012)

Anexo 1



## Anexo 2

N.º 178 — 2-8-1996

DIÁRIO DA REPÚBLICA — I SÉRIE-A

2275

Assim:

A Assembleia Legislativa Regional da Madeira, nos termos da alínea *m*) do n.º 1 do artigo 229.º e do n.º 1 do artigo 234.º da Constituição da República Portuguesa, da alínea *h*) do n.º 1 do artigo 29.º da Lei n.º 13/91, de 5 de Junho, e ainda de harmonia com o disposto nos artigos 2.º e 8.º do Decreto Legislativo Regional n.º 3/94/M, de 3 de Março, e no artigo 14.º da Lei n.º 11/82, de 2 de Junho, decreta o seguinte:

**Artigo 1.º**

A vila de Machico, sede do concelho de Machico, Região Autónoma da Madeira, é elevada à categoria de cidade.

**Artigo 2.º**

O presente diploma entra em vigor no dia seguinte ao da sua publicação.

Aprovado em sessão plenária da Assembleia Legislativa Regional da Madeira em 28 de Junho de 1996.

O Presidente da Assembleia Legislativa Regional, *José Miguel Jardim d'Oliveira Mendonça*.

Assinado em 16 de Julho de 1996.

O Ministro da República para a Região Autónoma da Madeira, *Artur Aurélio Teixeira Rodrigues Consolado*.

**Decreto Legislativo Regional n.º 16/96/M****Elevação da povoação do Porto da Cruz a categoria de vila**

A freguesia do Porto da Cruz, localizada a nordeste da Região Autónoma da Madeira, com uma população absoluta de 5000 habitantes, tem desempenhado um papel preponderante no processo de desenvolvimento sócio-económico do concelho de Machico, substancialmente essencialmente na sua riqueza agrícola.

Possui um património geológico e cultural raro na Região, de que se destacam as praias de areia preta, as arribas vivas e fósseis, a maior plataforma de abrasão da Madeira, vários solares dispersos pela freguesia, engenhos de cana-de-açúcar que marcaram algumas etapas históricas nesta região e que são, entre outros, pólos de desenvolvimento do turismo rural que se pretende continuar a implementar.

O Porto da Cruz é também conhecido pelo seu vinho, folclore e grupos musicais, nomeadamente Os Borracheiros e Tuna Flores de Maio, que têm contribuído para a divulgação da Madeira além-fronteiras.

Dispõe de um centro de saúde, um banco, uma estação dos CTT, uma farmácia, um posto da Brigada Fiscal da GNR, vários estabelecimentos comerciais, restaurantes e bares, uma extensão da segurança social, uma Casa do Povo, um centro de animação, cultura e desporto, um campo de futebol, uma praça de táxis, uma boa rede viária, ensino pré-escolar e ensino básico até ao 9.º ano.

A freguesia do Porto da Cruz, como ponto de ligação entre a Zona Leste e o Norte da ilha da Madeira, dispõe de potencialidades sócio-económicas e culturais que justificam o seu actual desenvolvimento.

Assim:

A Assembleia Legislativa Regional da Madeira, nos termos da alínea *m*) do n.º 1 do artigo 229.º e do n.º 1

do artigo 234.º da Constituição da República Portuguesa, da alínea *h*) do n.º 1 do artigo 29.º da Lei n.º 13/91, de 5 de Junho, e ainda de harmonia com o disposto nos artigos 2.º, 5.º e 6.º do Decreto Legislativo Regional n.º 3/94/M, de 3 de Março, decreta o seguinte:

**Artigo 1.º**

A povoação do Porto da Cruz, pertencente ao concelho de Machico, Região Autónoma da Madeira, é elevada à categoria de vila.

**Artigo 2.º**

O presente diploma entra em vigor no dia seguinte ao da sua publicação.

Aprovado em sessão plenária da Assembleia Legislativa Regional da Madeira em 25 de Junho de 1996.

O Presidente da Assembleia Legislativa Regional, *José Miguel Jardim d'Oliveira Mendonça*.

Assinado em 16 de Julho de 1996.

O Ministro da República para a Região Autónoma da Madeira, *Artur Aurélio Teixeira Rodrigues Consolado*.

**Decreto Legislativo Regional n.º 17/96/M****Elevação da vila de Câmara de Lobos a categoria de cidade**

Em 1835, a população de Câmara de Lobos realizou o sonho de ser vila, de ser sede de concelho. Lá vão 161 anos.

As povoações crescem, diminuem, em termos de população, consoante determinantes, normalmente de carácter económico, cultural e social.

Enquanto em Portugal continental e na Região Autónoma da Madeira muitos aglomerados populacionais vão diminuindo o seu número de habitantes, Câmara de Lobos continua a crescer. É um dos aglomerados populacionais, já urbano, que mais cresce na Região.

A hierarquia das povoações não depende, nem pode depender, somente do número de habitantes, mas este indicador é um dos mais importantes para definir essa hierarquia. As povoações existem e realizam-se para o homem.

Câmara de Lobos, com o seu número de habitantes, é o segundo concelho da Região. Em 1981, contava com 31 035 habitantes e em 1991 com 31 477. Em termos eleitorais, em 1980 tinha 15 079 eleitores, em 1991, 20 022, e em 1995, 21 599. Tem uma das maiores densidades populacionais de Portugal, o que só por si explica a sua importância.

Tinha uma economia predominantemente agrícola. A evolução alterou, contudo, as percentagens da distribuição dos seus activos pelos diferentes sectores de actividade. Os sectores secundário e terciário cresceram, aproximando-se dos indicadores de áreas mais evoluídas. Apesar de tudo, Câmara de Lobos continua a ser o concelho mais bem agricultado da Região.

Das quatro freguesias, a mais populosa é Câmara de Lobos, sede de concelho, com a categoria de vila.

Tinha pelo último censo cerca de 15 300 habitantes e em 1981, 14 991, o que mostra o seu crescimento.

A sua densidade populacional é de 941 habitantes por quilómetro quadrado, densidade superior à do concelho do Funchal.

Em 1980, o número de eleitores era de 7345, em 1991, de 9440, e em 1995, de 10 100.

A sua economia é diversificada, sobressaindo a agricultura e as pescas no sector primário. Os sectores secundário e terciário estão numa fase de crescimento. A vila de Câmara de Lobos tem hoje um grande parque industrial, onde estão instaladas muitas empresas responsáveis por uma produtividade crescente. A população jovem desta freguesia beneficiará da existência deste parque, o qual contribuirá também para o seu desenvolvimento.

Uma parte apreciável da população presta a sua actividade no Funchal, beneficiando da pequena distância que a separa da capital madeirense.

As suas receitas fiscais são, em termos relativos, das maiores da Região, embora muitas empresas que lá prestam a sua actividade estejam fiscalmente sediadas no Funchal. De qualquer modo, revela a sua importância económica. Economia que assegura a existência de três bancos, sabendo-se, no entanto, que muitos câmara-lobenses continuam a movimentar contas nos bancos do Funchal.

A restauração é uma actividade importante e sabemos da atracção que exerce sobre as áreas urbanas que lhe estão próximas. Restauração que divulgou a poncha, a espada, as lapas e a internacional sapata.

Tem uma vida própria, que se acentuou recentemente pela abertura de vários estabelecimentos comerciais e de lazer.

A sua população tem as infra-estruturas necessárias a uma boa qualidade de vida. Tem uma distribuição de água a 100% e grande parte das casas está ligada à rede de esgotos, com um emissário que garante a não agressão do seu litoral, o que não acontecia num passado recente.

A sua corporação de bombeiros está treinada e apetrechada para dar assistência em terra e no mar, adaptando-se às principais necessidades da sua população.

O seu centro de saúde, o primeiro hospital a existir na Região Autónoma da Madeira fora do Funchal, continua a servir a população da forma determinada pela Secretaria dos Assuntos Sociais. Tem dado um apoio importante à população na área dos serviços médicos e de prevenção. É um estabelecimento complementar para a população, pois, quando necessário, recorre-se ao hospital do Funchal, que dista 7 km.

Existe um grande número de técnicos de saúde, de diferentes especialidades, e duas farmácias, que dão o devido apoio à população.

O lar da terceira idade e os parques públicos possibilitam a convivência e o lazer.

As escolas têm evoluído no número e na qualidade, assistindo-se à fixação dos estudantes nas freguesias, diminuindo a procura das escolas do Funchal. O ensino secundário continuará em escola a construir muito brevemente. Hoje, a população jovem é servida por vários estabelecimentos de ensino, infantil, pré-primário, básico e preparatório. As escolas constituem uma das maiores apostas da população e nelas se preparam os câmara-lobenses espiritual e fisicamente.

As instalações desportivas escolares e o pavilhão gimnodesportivo têm proporcionado à população jovem uma capacidade atlética e desportiva, bem conhecida na Região e a nível nacional.

A deslocação às áreas urbanas vizinhas e internas é assegurada por uma empresa de camionagem, a segunda, em grandeza, na Região.

Geograficamente, situa-se junto ao Funchal, com um contacto directo com o mar, mar que determina muitas das características do seu povo. O falar, a alimentação, o sonho, tudo passa pelo mar. O mar, o lobo, que lhe baptizou a terra.

Historicamente foi das primeiras regiões a ser povoada após a descoberta da ilha pelos Portugueses. A Capela de Nossa Senhora da Conceição materializa o tempo, a arte e o espírito religioso que caracteriza a população da vila. A Igreja matriz, a de São Bernardino, várias capelas particulares e a arrojada Igreja do Carmo simbolizam a sua fé.

A parte urbana mais central, incluindo o conhecido Ilhéu, mostram um rigor urbanístico que interessa conhecer e preservar. As suas ruelas estreitas de casas baixas caracterizam a vida do seu povo. Casas e ruelas que estão defendidas por um plano director e, acima de tudo, pela vontade das suas gentes.

Tem uma cultura musical bastante relevante no contexto regional. Possui três das melhores bandas filarmónicas da Região.

O contacto com o mundo, feito com os turistas e com os seus emigrantes, deu-lhe uma cultura política, com a qual defendeu uma democracia aberta e leal.

Por tudo isto, urge reconhecer a vila de Câmara de Lobos como cidade. É uma aspiração das suas gentes, principalmente da sua juventude. Aspiração já sonhada, já sentida, já expressa.

O Decreto Legislativo Regional n.º 3/94/M, de 3 de Março, define as condições necessárias para que, na Região, uma vila seja elevada à categoria de cidade. A vila de Câmara de Lobos satisfaz essas condições. Câmara de Lobos, em substância, já é cidade.

Assim:

A Assembleia Legislativa Regional da Madeira, nos termos da alínea *m*) do n.º 1 do artigo 229.º e do n.º 1 do artigo 234.º da Constituição da República Portuguesa, da alínea *f*) do n.º 1 do artigo 29.º da Lei n.º 13/91, de 5 de Junho, e ainda de harmonia com o disposto nos artigos 2.º e 8.º do Decreto Legislativo Regional n.º 3/94/M, de 3 de Março, e no artigo 14.º da Lei n.º 11/82, de 2 de Junho, decreta o seguinte:

#### Artigo 1.º

A vila de Câmara de Lobos, sede do concelho de Câmara de Lobos, Região Autónoma da Madeira, é elevada à categoria de cidade.

#### Artigo 2.º

O presente diploma entra em vigor no dia seguinte ao da sua publicação.

Aprovado em sessão plenária da Assembleia Legislativa Regional da Madeira em 28 de Junho de 1996.

O Presidente da Assembleia Legislativa Regional,  
*José Miguel Jardim d'Olival Mendonça*

Assinado em 16 de Julho de 1996.

O Ministro da República para a Região Autónoma da Madeira, *Artur Aurélio Teixeira Rodrigues Consolado*.

## Anexo 3



This survey is intended for an academic research project, under the master's degree in Land Management and wants to set a profile of tourists who visit the town of Câmara de Lobos, as well as know your opinion about this city as a touristic destination.

The data collected is completely confidential and will be further processed with the aim to improve services to tourists visiting Câmara de Lobos.

The survey response takes no more than 5 minutes. Thank you for your participation.

## I. Identification

1. Sex:  M  F    2. Age:      3. Nationality:
4. Education (number of years):      5. Profession:

## II. Accommodation characterization

1. Duration of the stay? (number of days)

2. Were you staying? (location)

- Funchal  
 Santa Cruz  
 Câmara de Lobos  
 Other(describe): \_\_\_\_\_

3. Is it the first time that you visit Madeira Island?

- Yes  
 No  
 Don't know/Do not answer

4. How long have you arrived at Madeira?

- Less than 48 hours  
 From 2 to 4 days  
 More than 4 days  
 Don't know/Do not answer

5. Is it the first time that you visit Câmara de Lobos city?

- Yes  
 No  
 Don't know/Do not answer

6. Who are your fellow-travellers?

- I'm travelling alone     Friends  
 Husband / Wife     Excursion mates  
 Family     Don't know/Do not answer

7. How is your trip organized?

- Accommodation
- Transports
- Visit/local tour to Câmara de Lobos city

By yourself	Agency	Do not answer
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

### III. Preferences and touristic skills

1. How did you find Câmara de Lobos as a tourist destiny?

<input type="checkbox"/> Internet	<input type="checkbox"/> Travel Agency
<input type="checkbox"/> Press	<input type="checkbox"/> Information from the hotel
<input type="checkbox"/> Tourism brochure	<input type="checkbox"/> Previous trip
<input type="checkbox"/> Your friends	<input type="checkbox"/> Others (which?) _____

2. What was the motive that made you chose Câmara de Lobos as a touristic destiny?

<input type="checkbox"/> Leisure/relax
<input type="checkbox"/> Gastronomy
<input type="checkbox"/> Landscape
<input type="checkbox"/> Others (which?) _____

3. From the several locals of Câmara de Lobos, which are the ones you visited or intend to visit?

Câmara de Lobos city (photos available in page 4)	Visited during the tour	Wish to visit	Do not intend to visit	Do not know the existence of it
1-Salão Ideal (viewpoint)				
2-Ilhéu (viewpoint)				
3-Espirito Santo/Winston Churchill (viewpoint)				
4-Pico da Torre (viewpoint)				
5-Câmara de Lobos bay				
6-Nossa Senhora da Conceição Chapel				
7-Largo do Poço				
8-House of Culture				
9-São Sebastião Church				
10-Praça da República				
11-Municipal library				
12-City Hall				
13-Wine Company "Henriques & Henriques"				
14-Municipal Market				
15-São Francisco Gardens				
16-Salinas/Forno da Cal				
17-Promenade (pedestrian road to Funchal)				

Câmara de Lobos district (photos available in page 5)	Visited during the tour	Wish to visit	Do not intend to visit	Do not know the existence of it
18-Estreito de Câmara de Lobos				
19-Levada do Norte				
20-Cabo Girão				
21-Boca dos Namorados				
22-Boca da Corrida				
23-Eira do Serrado				
24-Curral das Freiras				

4. How long you stay in Câmara de Lobos city during your visit?

<input type="checkbox"/> Less than 30 minutes
<input type="checkbox"/> Between 30 to 60 minutes
<input type="checkbox"/> More than 1 hour

5. Did you use any of this services during your visit?

<input type="checkbox"/> Trade/shop	<input type="checkbox"/> City hall
<input type="checkbox"/> Restaurant	<input type="checkbox"/> Police
<input type="checkbox"/> Snack-bar	<input type="checkbox"/> Library
<input type="checkbox"/> Supermarket	<input type="checkbox"/> Public transport
<input type="checkbox"/> Municipal market	<input type="checkbox"/> Taxi
<input type="checkbox"/> Post-office	<input type="checkbox"/> Others: _____

6. How much did you spend in Câmara de Lobos city during your visit? (value per person)

Less than 5 euros  
 Between 5 to 20 euros  
 Between 20 to 40 euros  
 More than 40 euros

7. Do you intend to visit Câmara de Lobos city once again?

Definitely yes  
 Maybe  
 No  
 Don't know/Do not answer

8. Would you recommend Câmara de Lobos city as a tourist destination to your friends/family?

Definitely yes  
 Maybe  
 No  
 Don't know/Do not answer

9. What did you enjoy the most during your visit to Câmara de Lobos city?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

10. How do you classified the following items in Câmara de Lobos city?

	Very good	Good	Satisfactory	Not good	Don't have opinion about it
Cleanness					
Gardens					
Security					
Restaurants, gastronomy					
Accessibility, pedestrian					
Arquitecture, urban landscape					
Viewpoints, landscapes					
Hospitality of local population					
Signs and touristic informations					
Other: _____					

**Thanks.** Yours answers will definitely be considered in this study.

**1** Salão Ideal (viewpoint)



**2** Ilhéu (viewpoint)



**3** Espírito Santo/Winston Churchill (viewpoint)



**4** Pico da Torre (viewpoint)



**5** Câmara de Lobos bay



**6** Nossa Senhora da Conceição Chapel



**7** Largo do Poço



**8** House of Culture



**9** São Sebastião Church



**10** Praça da República



**11** Municipal library



**12** City Hall



**13** Wine Company "Henriques & Henriques"



**14** Municipal Market



**15** São Francisco Gardens



**16** Salinas/Forno da Cal



**17** Promenade (pedestrian road to Funchal)



**18** Estreito de Câmara de Lobos



**18** Estreito de Câmara de Lobos



**19** Levada do Norte



**20** Cabo Girão



**20** Cabo Girão



**21** Boca dos Namorados



**22** Boca da Corrida



**22** Boca da Corrida



**23** Eira do Serrado



**23** Eira do Serrado

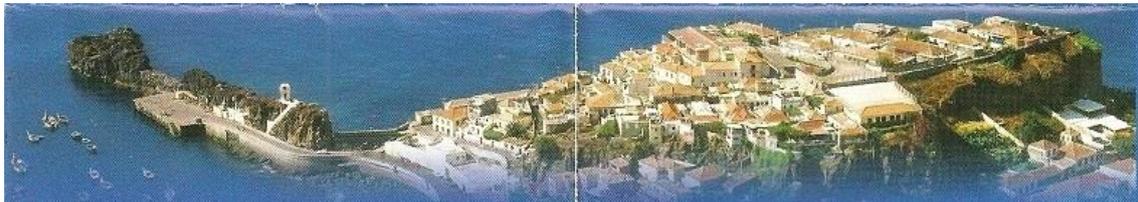


**24** Curral das Freiras



Anexo 4





Théu de Câmara de Lobos

### Câmara de Lobos

O concelho de Câmara de Lobos, foi criado em 1835 e o seu nome provém da descoberta de uma colónia de lobos marinhos aquando do descobrimento do arquipélago. É constituído por 5 freguesias: Câmara de Lobos, Curral das Freiras, Estreito de Câmara de Lobos, Quinta Grande e Jardim da Serra.

Uma visita atenta a este concelho reflecte de imediato a importância que a pesca sempre teve para esta pitoresca localidade, com a sua baía repleta de "traineiras" de pesca, sendo este concelho um dos mais importantes centros piscatórios do arquipélago.

Retomando as estradas antigas que ligam o Funchal à Ribeira Brava, podemos nos deslumbrar com as belas paisagens deste concelho, fazendo especial referência ao Cabo Girão, o segundo Cabo sobranceiro ao mar mais alto do mundo, que nos proporciona uma visão vertiginosa de toda a costa camarlóbense.

Podemos ainda observar os poços que, encosta acima, mostram as várias culturas agrícolas que ali se experimentaram, apesar de hoje predominar a vinha.

*Câmara de Lobos Council was created in 1835 and its name arose from the discovery of a colony of sea walrus at the time of discovery of the archipelago. It is comprised of 5 Parishes: Câmara de Lobos, Curral das Freiras, Estreito de Câmara de Lobos, Quinta Grande and Jardim da Serra.*

*The importance that fishing has always had on the life of this very picturesque village is very apparent, with its bay full of fishing trawlers. This is one of the most important fishing centres in the archipelago.*

*Taking the old roads that link Funchal to Ribeira Brava, it is possible to enjoy the beautiful landscapes of this Council, particularly Cabo Girão, the second highest sea cliff overbalancing the sea in the world. From this cliff-top, it is possible to see the whole length of the Câmara de Lobos coast and the leveled parcels of land on the coast under different types of farming although vine growing is most predominant nowadays.*

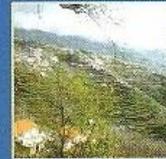
### Concelho de Câmara de Lobos:

Freguesia	N.º de Habitantes
Câmara de Lobos	18886
Curral das Freiras	1680
Estreito C. Lobos	10196
Quinta Grande	2156
Jardim da Serra	3703
Total	34621

Area total do concelho: 52,37 Km2

Densidade populacional: 661,08 hab./Km2

Fonte: Censos 2001 (Resultados Preliminares)



Cabo Girão



Curral das Freiras

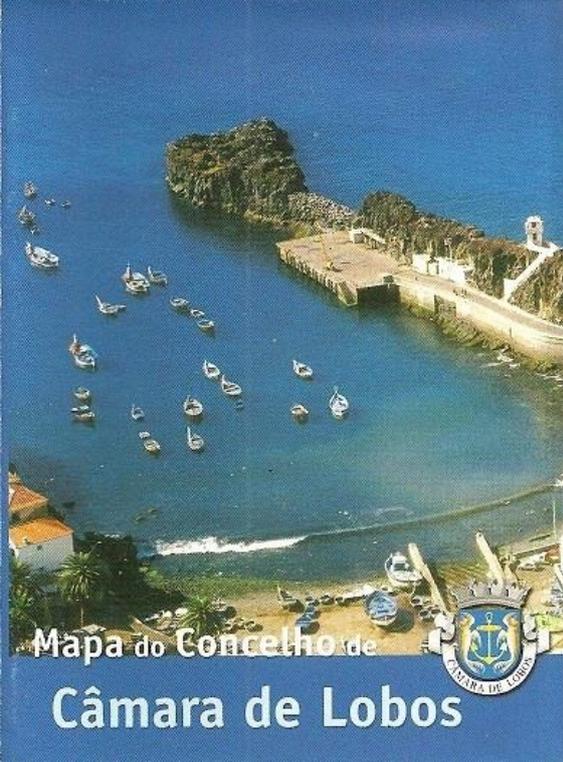
Câmara Municipal de Câmara de Lobos  
Tel.: 291 911 080 - Fax: 291 944 499  
E-mail: cmcl@netmadeira.com

PSP: 291 948 024 - Bombeiros: 291 944 600 - Emergência 112



# Pub.

Este espaço, está reservado a publicidade.  
Para mais informações contacte EIMRAM  
(Empresa Intermunicipal da Região Autónoma da Madeira)  
Telefone: 291 200 730 - Fax: 291 233 230  
E - mail: mail@eimram.pt



Mapa do Concelho de  
**Câmara de Lobos**





Câmara de Lobos

# Concelho de Câmara de Lobos

**FICHA TÉCNICA:**  
 Proprietador: EIMRAM (EM)  
 Condição de Câmara de EIMRAM (EM)  
 Desenho: Ninos, A/S Design, Lda.  
 Produção gráfica: A/S Design, Lda.  
 Fotografias: A/S Design, Lda.  
 Impressão: D. Alves, Lda.  
 Tiragem: 5.000 exemplares  
 Distribuição: Grátis  
 Edição: Experimental

### LOCAIS DE INTERESSE / INTERESTING PLACES

<ol style="list-style-type: none"> <li>1 - Boca da Corrida</li> <li>2 - Boca dos Namorados</li> <li>3 - Cabo Girão</li> <li>4 - Capela das Almas</li> <li>5 - Capela do Calvário</li> <li>6 - Capela do Foro</li> <li>7 - Capela de Santana</li> <li>8 - Capela de Santo António</li> <li>9 - Capela de São Cândido</li> <li>10 - Capela de São João</li> <li>11 - Capela Nossa Senhora da Boa Hora</li> <li>12 - Capela Nossa Senhora de Fátima</li> <li>13 - Capela Nossa Senhora da Nazaré</li> <li>14 - Capela Nossa Senhora da Piedade</li> <li>15 - Capela Nossa Senhora das Precos</li> <li>16 - Capela da Vera Cruz</li> <li>17 - Convento da Caldeira</li> <li>18 - Convento de São Bernardino</li> <li>19 - Igreja do Carmo</li> <li>20 - Igreja de Santa Cecília</li> <li>21 - Igreja Nossa Senhora do Bom Sucesso</li> <li>22 - Igreja Nossa Senhora da Encarnação</li> <li>23 - Igreja Nossa Senhora da Graça</li> <li>24 - Igreja Nossa Senhora do Livramento</li> <li>25 - Igreja Nossa Senhora dos Remédios</li> <li>26 - Igreja de São Tiago</li> <li>27 - Miradouro da Eira do Serrado</li> <li>28 - Miradouro da Fajã dos Padres</li> <li>29 - Nicho de São Cristóvão</li> <li>30 - Praia do Vigário</li> <li>31 - Santuário de Nossa Senhora de Fátima</li> </ol>	<p>D-4 E-4 H-2 H-5 G-4 F-3 G-4 G-4 H-4 H-4 H-5 H-2 H-4 H-3 H-4 H-1 H-3 H-4 H-4 H-5 G-4 G-5 G-4 D-5 H-2 F-3 D-5 D-4 I-4 H-2</p>
---	--

### SERVIÇOS DE UTILIDADE PÚBLICA / USEFULL SERVICES

<ul style="list-style-type: none"> <li>Centro de Saúde / Medical Center</li> <li>Miradouro / View Point</li> <li>Praia / Beach</li> <li>Táxi / Taxi</li> <li>Telefone / Telephone</li> <li>Zona de Lazer / Leisure Zone</li> </ul>	<p>H-2 I-5 H-3, H-1 G-4 G-4 H-2, G-1, D-5</p>
--	---

### HOTÉIS / HOTELS

<ol style="list-style-type: none"> <li>1 - Estalagem Eira do Serrado</li> <li>2 - Estalagem do Jardim da Serra</li> <li>3 - Estalagem Quinta do Estreito</li> <li>4 - Quinta de São João - Turismo de Habitação</li> <li>5 - Vila Afonso Estreito - Turismo de Habitação</li> </ol>	<p>D-5 F-3 G-4 H-4 G-4</p>
---	--

### PASSEIOS A PÉ / WALKS

<ol style="list-style-type: none"> <li>1 - Levada da Fajã</li> <li>2 - Levada Nova</li> <li>3 - Levada do Norte</li> <li>4 - Levada São Martinho ou Nova do Curral e Castelojo</li> </ol>	<p>E-1, D-1 F-1, F-2, G-2, G-3, G-4, G-5, I-2, I-3, E-1, D-1, C-1, C-2, B-2, A-2, A-1 E-3, F-2, F-3, G-3 C-5, D-5, E-5, F-5</p>
---	---

**Aviso**  
 "Adverte-se expressamente os utentes dos itinerários assinalados que devem, sempre, fazerem-se acompanhar de guias devidamente habilitados para aqueles percursos a pé. A entidade editora do presente prospecto não se responsabiliza por quaisquer danos, patrimoniais ou morais, que venham a ocorrer em consequência de eventuais acidentes."

**Warning**  
 "Be warned that those people using the signposted trails should always be accompanied by fully qualified guides for those walks. The publisher of this prospectus cannot be held responsible for any damages, be it to property or ethical, that might occur as a consequence of possible accidents."

RIBEIRA BRAVA

## Anexo 5

Diário de Notícias  
Sábado, 27 de Outubro de 2012

Economia

## Associação Promoção debate dívidas e sai em silêncio

AP discutiu ontem a sua situação financeira, mas no final ninguém quis falar

Óscar de Freitas Branco  
Zélia Castro

Silêncio sepulcral. Estas duas palavras descrevem as 'conclusões' da reunião da Associação de Promoção da Madeira - AP - que ontem teve lugar na ACIF. Em discussão esteve a situação financeira com que se debate este organismo de promoção. Uma situação complicada, noticiada ontem pelo DIÁRIO, que já originou o cancelamento de várias iniciativas promocionais e tem afectado de forma bastante significativa um organismo que alguns dos próprios associados já afirmam estar tecnicamente falida.



A reunião foi muito participada, mas no final as ordens foram claras: ninguém fala. Foto Joana Sousa/Aspress

A actual situação é de tal forma afitiva que alguns dos sócios da AP afirmam mesmo que os "atrasos são vergonhosos". Uma realidade que só mudará caso haja uma injeção urgente de dinheiro. Caso contrário, o futuro da AP está hipotecado.

### Dívidas e mais dívidas

Os montantes em dívida são altos. Só a Direcção Regional de Turismo - DRT - mantém uma dívida para com a AP da ordem dos 1,5 milhões. A este valor há ainda a somar mais 595 mil euros referentes a 2012. A DRT deve ainda mais 1133.865 euros de participação de funcionamento. O Turismo de Portugal também deve 2,2 milhões de euros, mas já informou que não paga esta verba sem que as autoridades regionais liquitem a sua fatia financeira.

Os problemas financeiros já duram há meses e continuam a agravar-se cada vez mais. Devido à falta de liquidez, a AP tem ficado impossibilitada de cumprir os seus compromissos. Aos privados que fazem parte dos Planos de Comercialização em Venda a AP deve 600 mil euros. Aos fornecedores a dívida da AP ascende já aos 2 milhões de euros. A situação é afitiva, daí a importância da reunião.

### Ninguém fala

O início da reunião da AP estava marcada para as 14h30, mas os trabalhos só começaram pelas 15 horas. Durante mais de três horas e meia foram discutidas questões relacionadas com as dívidas que a AP mantém para com vários credores, assim como as verbas que tem a receber de várias entidades públicas.

O DIÁRIO aguardou nas instalações da ACIF durante mais de duas horas, mas, no final da reunião fomos informados que ninguém falaria sobre o que foi discutido neste encontro que sentou à mesma mesa o director regional do Turismo, a presidente do conselho de administração da APRAM, o secretário geral da ACIF, associados e diversos elementos da AP. As únicas informações tomadas

#### Ferramentas

Share

Gosto 0

0

Tweetar 1

0

#### Interessante

Achou este artigo interessante?

+ a a -a

Adicionar aos favoritos

DIÁRIO de Notícias CLASSIFICADOS **27020** classificados

pesquisar classificados:

 **15732** classificados  
 **3195** classificados  
 **5296** classificados  
 **2797** classificados



Faça a sua assinatura digital...

### Outras relacionadas...



**CDS-PP pede audição parlamentar com Conceição Estudante**

26/10 17:57 | POLÍTICA | 3 comentários



**Estudante espera que Ministério desbloqueie verbas para a Associação de Promoção em breve**

26/10 12:26 | ECONOMIA |

Conselho Regional de Turismo debateu verbas para o turismo, obras na cidade do Funchal, os casos...



**"Desconhece as contas quem não vai à Associação"**

DIÁRIO 2012-06-22 |

PUBLICIDADE

públicas foram as prestadas durante a manhã por Conceição Estudante (ver peça em baixo) após a reunião do Conselho Regional do Turismo.

Estudante espera verbas para promoção

Conceição Estudante espera que até final do próximo mês o Ministério das Finanças desbloqueie as verbas destinadas à Associação de Promoção da Madeira (AP), informou ontem a própria após a reunião anual do Conselho Regional de Turismo.

A difícil situação financeira da AP (leia mais no texto de cima), explicou, decorre da impossibilidade do pagamento da verba de 2011, que está integrada no Plano de Ajustamento Financeiro e não tiveram ainda libertação por parte do Ministério das Finanças."

A Secretária do Turismo tentou criar uma exceção e pediu ao ministro das Finanças para que desbloqueasse a verba de 2011, "mas não foi aceite". Neste momento, está a efectuar diligências no sentido de desbloquear essa verba. "A minha expectativa é que no próximo mês sejam pagas a primeira e segunda tranche, o que permitirá desbloquear alguns dos pagamentos que estão para ser efectuados, como também a verba do Turismo de Portugal".

Sobre o dengue, nomeadamente o facto de 4 turistas terem contraído a doença quando se encontravam de férias na Madeira, Estudante afirmou que esta é uma situação que acarreta prejuízos para o turismo. Contudo, sublinhou, que esta "é uma situação que existe em muitos locais do globo, inclusive em zonas turísticas, e onde se tomam as medidas preventivas necessárias e é isso que vamos fazer". Acrescentou que em relação ao dengue é preciso "desmistificar" a apostar cada vez mais na "informação" para que "não haja uma conotação negativa". Sobre os casos de turistas infectados noticiados, a secretária disse que "não" tem "conhecimento" e desconhece se "a doença foi identificada na Região ou nos países de origem".

As obras em curso no Funchal, a empreitada que vai arrancar na Estrada Monumental e prejuízos turismo foi também abordado neste Conselho Regional. Estudante reconhece transtornos para o sector, mas desdramatiza a situação. Algumas estradas e vias estão condicionadas, mas os turistas podem continuar a circular a pé, referiu.

#### CDS já pediu audição

O Grupo Parlamentar do CDS-PP pediu ontem a realização de uma audição parlamentar, com carácter de urgência, à secretária do Turismo, Cultura e Transportes, Conceição Estudante, audição essa que o partido quer ver estendida ao presidente e ao vice-Presidente da Associação de Promoção da Madeira, com o objectivo de esclarecer várias questões relacionadas, por exemplo, com a situação financeira real da Associação de Promoção da Madeira e sobre quais são os montantes em dívida aos associados, a agências de promoção e a agências de relações públicas nos mercados de actuação desta associação.

## Multimédia

Video Foto-reportagem



25/10  
08:43 **Dissolução imediata da Assembleia**  
Entrevista a Miguel Albuquerque

Outros vídeos »

PUB

Anexo 6

Fonte: <http://www.visitmadeira.pt/festasdovinhomadeira/media.php?lang=pt> (consulta online em 28/10/2012)





## Anexo 7

Promoção de eventos turísticos via DRT (2012)		Participação do concelho	
Grandes eventos anuais	Eventos regionais/locais (por ordem cronológica)		
Festas de Carnaval	Cantar os Reis Funchal		
Festa da Flor da Madeira	Festas de Santo Amaro Funchal		
Madeira Island Open (Main Tour da PGA European Tour) – St. Serra Golf	Regata Transquadra - Marina da Quinta do Lorde Machico		
Festival do Atlântico	Festa do Panelo Porto Moniz		
XXVIª Volta à Madeira – Classic Rally (Rali Mundial FIVA)	Festa dos Compadres Santana		
Rali Vinho da Madeira (Campeonato da Europa de Rali)	Festas de Carnaval Funchal		
Festa do Vinho da Madeira	XXI Exposição Regional da Anona - Faial Santana		
Festival de Colombo	IV Meia Maratona do Funchal Funchal		
Festival da Natureza da Madeira	VII Mostra da Cana-de Açúcar Ponta do Sol		
Festival Internacional de Cinema do Funchal	Festa da Flor Funchal		
Festas do Fim-do-Ano	Madeira Island Open Machico		
	Festa de São Tiago Menor Funchal		
	XI Festa do Limão – Ilha Santana		
	XIV Festa da Cebola – Caniço Santa Cruz		
	38.ª Feira do Livro do Funchal Funchal		
	XXIX Encontro Regional de Bandas Ribeira Brava		
	Festas da Sé Funchal		
	VII Mercado Quinhentista Machico		
	Festival de Musica da Madeira Funchal		
	Festival do Atlântico Funchal		
	4ª edição do Madeira Island Ultra Trail		
	Meeting Canyoning Madeira - V Encontro Nacional		
	XVI Festa das Tosquias - Ribeira dos Boieiros, Camacha Santa Cruz		
	Marchas populares Funchal		
	Festa dos Altares de São João Funchal		
	Festa da Cereja - Jardim da Serra Câmara de Lobos		
	Festas de São João Porto Santo		
	XXV Volta à Madeira em Automóveis Clássicos RAM		
	Festa do Peixe Espada Preto Câmara de Lobos		
	Festa de São Pedro Ribeira Brava		
	Dia da Região Autónoma da Madeira RAM		
	XIII Edição do Funchal Jazz Funchal		
	Taça da Europa de Provas Combinadas – 2.ª Liga Ribeira Brava		
	Semana do Mar Porto Moniz		
	57.ª Feira Agro-Pecuária – Santa Porto Moniz		
	12.ª Mostra Regional da Banana - Madalena do Mar Calheta		
	VIII Grande Regata de Canoas Tradicionais Madeirenses		

Funchal		
XXVIII Festival Regional de Folclore – 48 Horas a Bailar Santana		
XII Festival Raízes do Atlântico Funchal		
27.ª Feira Gastronómica de Machico Machico		
XXIV Arte Camacha/Festival de Arte Camachense Santa Cruz		
Festa de Nossa Senhora da Graça Porto Santo		
Festa de Nossa Senhora do Monte Funchal		
Funchal Music Fest Funchal		
Noites da Promenade do Caniço Santa Cruz		
Festa das Vindimas Porto Santo		
XXI Volta à Madeira em Canoa RAM		
Funchal Júnior Open e Open Int. Madeira Ténis de Mesa Funchal		
XXII Festival Nacional e XV Festival Internacional Folclore da Ponta do Sol Ponta do Sol		
Festa do Vinho Madeira Funchal e Câmara de Lobos		
XXVI Festa da Uva e do Agricultor – Porto da Cruz Santana		
Festa do Senhor Bom Jesus – Ponta Delgada São Vicente		
XXVII Encontro - Festival Regional de Tunas e Orquestra de Bandolins Funchal		
Festival de Colombo Porto Santo		
XXXVII Volta à Ilha em Bicicleta – Madeira RAM		
Festa de Nossa Senhora da Piedade – Caniçal Machico		
Festa do Pêro – Ponta do Pargo Calheta		
Mostra da Cidra – Santo da Serra Machico		
Comemorações do Dia Mundial do Turismo RAM		
II Festival da Natureza da Madeira Funchal		
Meia Maratona do Porto Santo Porto Santo		
Festa do Senhor dos Milagres Machico		
III Festival de Órgão da Madeira Funchal		
Festa da Castanha - Cural das Freiras Câmara de Lobos		
15.º Open Internacional Madeira Bridge Funchal		
Festival Internacional de Cinema do Funchal Funchal		
Festas de Natal e Fim de Ano RAM		
MadeiraDig – Calheta Calheta		
VI Mostra “Iguarias Tradicionais Madeirenses”-Boaventura São Vicente		
54.ª Volta à Cidade do Funchal – Corrida de São Silvestre Funchal		

-  Participação (secundária) à escala concelhia  
 Evento onde poderá haver reforço da participação/intervenção do concelho

Fonte: <http://www.visitmadeira.pt/?s=menu&e=/madeira/eventos&i=por> (consulta online em 27/10/2012)

## Anexo 8

**ENTIDADES / SERVIÇOS EXISTENTES NO CONCELHO DE CÂMARA DE LOBOS**

**Fonte:** <http://www.cm-camaradelobos.pt/Contactos-1091.aspx> (consulta online efetuada em 29/10/2012)

**Câmara Municipal**

Junta de Freguesia de Câmara de Lobos  
Junta de Freguesia do Curral das Freiras  
Junta de Freguesia do Estreito de C<sup>a</sup> de Lobos  
Junta de Freguesia do Jardim da Serra  
Junta de Freguesia da Quinta Grande  
Casa da Cultura de Câmara de Lobos  
Centro Cívico do Estreito de C<sup>a</sup> de Lobos  
Biblioteca Municipal de Câmara de Lobos (BMCL)  
BMCL - Pólo do Curral das Freiras  
Cemitério de Câmara de Lobos  
Cemitério do Curral das Freiras  
Cemitério do Estreito de C<sup>a</sup> de Lobos  
Mercado Municipal de Câmara de Lobos  
Mercado Municipal do Estreito de C<sup>a</sup> de Lobos  
Comissão de Proteção de Crianças e Jovens  
Recados da Criança (Linha Verde)  
Empresa de Eletricidade - C.<sup>a</sup> Lobos  
Empresa de Eletricidade - Estreito de C.<sup>a</sup> Lobos  
CTT - Câmara de Lobos  
Associação Insular de Geografia

**AGENTES CULTURAIS**

Ass. Cult. e Recreativa do Coro de Câmara de C<sup>a</sup> de Lobos  
Associação Cultural e Recreativa do Estreito  
Associação Refúgio da Freira  
Banda Municipal de Câmara de Lobos  
Banda Recreio Camponês  
Banda Orquestral Os Infantes  
Grupo Coral do Estreito de C<sup>a</sup> de Lobos

**CASAS DO POVO**

Casa do Povo de Câmara de Lobos  
Casa do Povo do Curral das Freiras  
Casa do Povo do Estreito de Câmara de Lobos  
Casa do Povo do Jardim da Serra  
Casa do Povo a Quinta Grande

**AGENTES DESPORTIVOS**

Associação Cultural e Desportiva do Jardim da Serra  
Associação Desportiva Os Xavelhas  
Associação Desportiva da Quinta Grande  
Associação Náutica de Câmara de Lobos  
Centro Social e Desportivo de Câmara de Lobos  
Clube Desportivo do Curral das Freiras  
Clube Desportivo do Garachico  
Clube Naval de Câmara de Lobos  
Grupo Desportivo do Estreito

**SOCIAL**

Centro de Dia de Câmara de Lobos  
Centro de Dia do Carmo  
Centro de Dia do Jardim da Serra  
Centro de Dia de Santa Cecília  
Centro Social e Paroquial do Carmo  
Centro Social e Paroquial da Encarnação  
Centro Social e Paroquial de Santa Cecília

**CENTROS DE SAÚDE**

Centro de Saúde Câmara de Lobos  
Centro de Saúde do Carmo  
Centro de Saúde do Curral das Freiras  
Centro de Saúde do Estreito de C<sup>a</sup> de Lobos  
Centro de Saúde da Quinta Grande  
Centro de Saúde do Jardim da Serra  
Policlínica de Câmara de Lobos

**SEGURANÇA E PROTECÇÃO CIVIL**

Bombeiros Voluntários de Câmara de Lobos  
BVCL - Destacamento do Curral das Freiras  
Polícia de Segurança Pública

**FARMÁCIAS**

Farmácia da Quinta  
Farmácia do Vale  
Farmácia Lobos Mar  
Farmácia Martim  
Farmácia Moderna  
Farmácia Nini  
Farmácia Popular  
Farmácia Silvestre

**EDUCAÇÃO**

Delegação Escolar  
Centro de Atividades Ocupacionais de Câmara de Lobos  
Escola B1 com PE do Covão  
Escola B1 com PE da Fonte da Rocha  
Escola B1 com PE da Lourencinha  
Escola B1 com PE da Marinheira  
Escola B1 com PE da Quinta Grande  
Escola B1 com PE da Seara Velha  
Escola B1 com PE da Vargem  
Escola B1 com PE das Romeiras  
Escola Básica de Câmara de Lobos  
Escola B1 com PE do Curral das Freiras  
Escola B1 com PE do Estreito de C. Lobos  
Escola B1 com PE do Foro  
Escola B1 com PE do Garachico  
Escola B1 com PE do Jardim da Serra  
Escola B1 com PE Pedregal  
Escola B1 com PE Ribeira de Alforra  
Escola B1 do Rancho / Caldeira  
Escola Básica 2<sup>o</sup> e 3<sup>o</sup> do Estreito de C. Lobos  
Escola Básica do 2<sup>o</sup> e 3<sup>o</sup> Ciclo C das Freiras  
Escola Básica do 2<sup>o</sup> e 3<sup>o</sup> Torre  
Escola Básica e Secundária do Carmo  
Infantário Fundação D. Jacinta O. Pereira (P)  
Infantário O Golfinho (P)  
Infantário Universo dos Traquinas  
Jardim de Infância O Pião  
Jardim de Infância de Santa Cecília  
Jardim de Infância do Carmo

## Anexo 9



## Programa XXIX Festa da Castanha Quinta-feira dia 01 de Novembro

- 09H00 - Abertura do Certame com a actuação da Banda Recreio Camponês
- 11H00 - Missa na Igreja Paroquial do Cural das Freiras solenizada pelo Grupo Coral da Casa do Povo do Cural das Freiras
- 12H30 - Cortejo Alegórico
- 13H00 - Intervenção de Sua Excelência o Senhor Presidente do Governo Regional, Dr. Alberto João Jardim
- Entrega de prémios ao melhor expositor e aos melhores produtores de castanha e de noz
  - Visita das Entidades Oficiais aos pavilhões de exposição e venda de produtos agrícolas e de derivados da castanha e noz
- 14:00h - Actuação do Grupo de Folclore da Casa do Povo do Cural das Freiras
- 14:30h - Actuação do Grupo de Cantares "O Brinquinho", da Casa do Povo do Caniço
- 15:00h - Actuação do Grupo de Cordas da Casa do Povo da Fajã da ovelha
- 15:30h - Actuação do Grupo de Cantigas de Norte a Sul da Casa do Povo da Ponta do Pargo
- 16:00h - Actuação do Grupo de Cantares da Casa do Povo do Imaculado Coração de Maria
- 16:40h - Actuação da Cláudia Vieira
- 17:00h - Actuação do Grupo de Dança "Latin Streetdancer`s" da Casa do Povo de Santa Cruz
- 17:30h - Actuação do Grupo de Aeróbica FT da Casa do Povo de Gaula
- 18:00h - Actuação do Grupo de Dança "Soul`s Dance" da Casa do Povo da Quinta Grande
- 19:00 h - Programa Músicas do Arco da Velha da Rádio Festival

*Organização: Casa do Povo do Cural das Freiras*

**Co - Financiado por:**



**Apoios:** Câmara Municipal de Câmara de Lobos

Acaporama

Clube Desportivo do Cural das Freiras

Junta de freguesia do Cural das Freiras

Agricultores Locais e Escolas da freguesia



## Sábado dia 03 de Novembro

10:00h - Abertura do Certame com Música Ambiente

11h00 - Abertura da exposição "25 anos do Grupo de Folclore" e lançamento do site no auditório do Curral das Freiras

13h00 - Actuação da Banda Filarmónica de Santo António

14h00 - "Vozes da Terra", Junta de Freguesia de Câmara de Lobos

16h30 - Início do Encontro de Folclore com o Desfile dos grupos

17h00\* - Actuações dos seguintes grupos:

- *Grupo de Folclore da Casa do Povo do Curral das Freiras*

- *Grupo de Folclore e Etnográfico da Boa Nova*

- *Grupo de Folclore Monte Verde*

- *Grupo de Folclore da Ponta do Sol*

19h30 - Entrega de troféus e rapsódia com os grupos

20:00 - DJ & MC PartyRocker

24:00h - Encerramento do evento

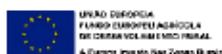
\*Em simultâneo com o Encontro de Folclore, das 17:00h às 18:30h, será transmitido o programa Atlântida alusivo à Festa da Castanha e aos 25 anos do Grupo de Folclores da Casa do Povo do Curral das Freiras.

### *Organização:*

*Casa do Povo do Curral das Freiras*

*Grupo de Folclore da Casa do Povo do Curral das Freiras*

### **Co - Financiado por:**



### **Apoios:** Câmara Municipal de Câmara de Lobos

Acaporama

Clube Desportivo do Curral das Freiras

Junta de freguesia do Curral das Freiras

Agricultores Locais e Escolas da freguesia

Banda Filarmónica de Santo António