



***Estágio no Gabinete de Turismo da Câmara Municipal  
das Caldas da Rainha***

**Nuno Miguel Vitória Carriço**

2012





***Estágio no Gabinete de Turismo da Câmara Municipal  
das Caldas da Rainha***

**Nuno Miguel Vitória Carriço**

Relatório de Estágio para obtenção do Grau de Mestre em Marketing e Promoção  
Turística

Relatório de Estágio realizado sob a orientação da Doutora Inês Paulo Cordeiro Brasão



## **Relatório de Estágio no Gabinete de Turismo da Câmara das Caldas da Rainha**

Copyright de Nuno Miguel Vitória Carriço, Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar e Instituto Politécnico de Leiria

A Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar e o Instituto Politécnico de Leiria têm o direito, perpétuo e sem limites geográficos, de arquivar e publicar este relatório de estágio através de exemplares impressos reproduzidos em papel ou de forma digital, ou por qualquer outro meio conhecido ou que venha a ser inventado, de o divulgar através de repositórios científicos e de admitir a sua cópia e distribuição com objetivos educacionais ou de investigação, não comerciais, desde que seja dado crédito ao autor e editor.



## **DEDICATÓRIA**

Aos meus pais e irmão, que me estimularam e pediram para nunca deixar de estudar e sempre me deram o total apoio nos momentos e decisões mais difíceis da minha vida...

Ao meu sobrinho, atualmente com 7 aninhos, desejando que também ele nunca deixe de ter esperança e consiga alcançar os seus próprios sonhos...





## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço à minha orientadora, Doutora Inês Brazão, pela ajuda e apoio na elaboração deste relatório, e ao Professor João Paulo Jorge, pelas “dicas” que me deu.

Agradeço ainda às pessoas que comigo partilharam estes últimos 12 meses de aprendizagem, especialmente à Anabela Martins, por me ter “aturado” nos dias menos bons, à Iolanda Viegas e à Vânia Ferreira.

Agradeço às minhas colegas do Centro da Juventude, Patrícia Faria e Maria João Caldeira, à Andreia Lopes pela sua simpatia no atendimento dos inúmeros cafés que fui bebendo, dia após dia.

Agradeço aos meus amigos, especialmente ao David Vieira que há muitos anos atrás acreditou em mim e me pediu para voltar a estudar. À Ana Paula Malheiros pela sua alegria e apoio incondicional.

Agradeço a todos que, de uma forma ou outra, sempre me disseram “Força, tu consegues!”.

Obrigado a todos.



## RESUMO

O relatório aqui apresentado consiste na descrição, apreciação e análise de dez meses de estágio no Gabinete de Turismo da Câmara Municipal das Caldas da Rainha. Iniciamos com uma breve introdução à temática a ser abordada, seguindo-se um capítulo dedicado ao estudo do Marketing e da Promoção Turística ao longo das últimas décadas, expondo alguns conceitos teóricos e destacando a importância crescente das estratégias de comunicação no sector turístico. Segue-se uma reflexão sobre as potencialidades do concelho das Caldas da Rainha, onde apresentamos os seus recursos e características diferenciadoras, os seus equipamentos culturais e museus, além da sua integração na Região Oeste. Posteriormente procede-se a uma descrição de todas as atividades realizadas durante período de estágio, dando destaque aos aspetos relacionados com a comunicação *online*, à organização e realização de eventos, assim como à elaboração de um plano de comunicação para o turismo do território concelhio. O capítulo final do relatório consiste na análise crítica do trabalho desenvolvido e na apresentação de algumas sugestões de melhoria na área de promoção dos recursos turísticos das Caldas da Rainha.

**Palavras-chave:** Comunicação, Redes Sociais, Promoção, Marketing, Eventos, Turismo



## **ABSTRACT**

This report is the description, analysis and evaluation of the initial ten months of training in the Tourism Office of the Municipality of *Caldas da Rainha*. It begins with a brief introduction to the topic being addressed, followed by a chapter devoted to the study of Marketing and Promotion of Tourism over the past decades, exposing some theoretical concepts and highlighting the growing importance of communication strategies in the tourism sector. Then, there's a reflection on the potential of the district of *Caldas da Rainha*, where we presented its resources and distinguishing characteristics, its cultural facilities and museums, as well as their integration in the *Oeste Region*. Later proceed to a description of all activities during the probationary period, highlighting the aspects related to online communication, organization and implementation of events, as well as the development of a communication plan for the tourism of the municipality territory. The final chapter of the report is a review of the work and a presentation of some improvement suggestions in promotion of tourism resources of *Caldas da Rainha*.

**Keywords:** Communication, Social Networks, Promotion, Marketing, Events, Tourism



## ÍNDICE

<b>CAPÍTULO I – INTRODUÇÃO .....</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO II – REVISÃO DA LITERATURA .....</b>	<b>3</b>
2.1 Conceito de turismo .....	3
2.2 O Turismo em Portugal .....	4
2.3 Marketing Turístico .....	6
2.4. Marketing Mix no Turismo .....	10
2.5. Promoção Turística .....	13
<b>CAPÍTULO III – CALDAS DA RAINHA, HISTÓRIA E CULTURA .....</b>	<b>15</b>
3.1 Caldas da Rainha – A cidade das águas .....	15
3.2 Caldas da Rainha – A cidade dos museus .....	17
3.3 Caldas da Rainha – A cidade das artes .....	21
3.3.1 Cerâmica e louça decorativa.....	22
3.3.2 Centro de Artes.....	23
3.3.3 CENCAL - Centro de Formação Profissional para a Indústria Cerâmica .....	24
3.3.4 ESAD.CR – Escola Superior de Artes e Design das Caldas da Rainha .....	24
3.3.5 Simppetra – Simpósio Internacional de Escultura em Pedra .....	26
3.3.6 Centro Cultural e de Congressos de Caldas da Rainha.....	27
3.3.7 Seres – Ateliês nos Silos.....	27
3.4 Caldas da Rainha na Região Oeste.....	28
<b>CAPÍTULO IV – ESTÁGIO.....</b>	<b>31</b>
4.1 Estágio.....	31
4.2 Redes Sociais e Comunicação Online.....	32
4.2.1 Sítio do Turismo das Caldas .....	33
4.2.2 Gestão de Conteúdos .....	33
4.2.3 Perfil, página e grupo no Facebook .....	33
4.2.4 Pesquisa e <i>Clipping</i> .....	34
4.3 Projetos e Eventos.....	34
4.3.1 Caldas das 1000 Imagens.....	34
4.3.2 Roteiro Turístico do TOMA .....	34
4.3.3 Festas da Cidade   Agenda Cultural .....	36
4.3.4 <i>Cineturismo</i> no Oeste.....	37
4.3.5 Caldas.Artesanato   Praça das Artes.....	38
4.3.6 Presença em Feiras - Expo Região 2011 .....	39
4.3.7 Presença em feiras - XXXIX Exposição Nacional e Pré-Ibérica de Columbofilia.....	42

4.3.8 Exposições na Galeria Municipal Osiris - “Arte de Recordar” e “Caldas das 1000 Imagens” .....	43
4.3.9 Dia Europeu Sem Carros 2011 .....	46
4.4 Plano de Comunicação.....	48
4.5 Outras funções.....	65
4.5.1 Centro Azul - Bandeira Azul 2011 .....	65
4.5.2 Posto de Turismo .....	65
4.5.3 Colaborações para imprensa.....	66
<b>CAPÍTULO V – ANÁLISE CRÍTICA E SUGESTÕES.....</b>	<b>67</b>
5.1 Análise Crítica .....	67
5.2. Sugestões.....	77
<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>81</b>
<b>WEBGRAFIA .....</b>	<b>83</b>
<b>APÊNDICE I: EVENTOS CRIADOS NO FACEBOOK.....</b>	<b>85</b>
<b>APÊNDICE II: DIVULGAÇÃO DE EVENTOS NO FACEBOOK.....</b>	<b>87</b>
<b>ANEXO I: MANUAL DE INSERÇÃO DE CONTEÚDOS NO PORTAL DA CÂMARA MUNICIPAL DAS CALDAS DA RAINHA .....</b>	<b>97</b>
<b>ANEXO II: AGENDA DAS FESTAS DA CIDADE 2011 .....</b>	<b>103</b>
<b>ANEXO III: CARTAZ DA EXPOSIÇÃO DE FOTOGRAFIA “CALDAS DAS 1000 IMAGENS” .....</b>	<b>109</b>
<b>ANEXO IV: CARTAZ DO DIA EUROPEU SEM CARROS 2011.....</b>	<b>111</b>
<b>ANEXO V: REVISTA DO TURISMO DO OESTE - JANEIRO, FEVEREIRO E MARÇO DE 2012 .....</b>	<b>113</b>
<b>ANEXO VI: ARTIGO SOBRE AS CALDAS DA RAINHA NA REVISTA APOSTA.....</b>	<b>119</b>
<b>ANEXO VII: GUIÃO DO PROGRAMA O HUMOR E A CIDADE.....</b>	<b>125</b>



## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 4.1:</b> Roteiro Turístico do <i>TOMA</i> – Apresentação oficial (elaboração própria).....	<b>35</b>
<b>Figura 4.2:</b> Roteiro Turístico do <i>TOMA</i> – Conteúdos .....	<b>36</b>
<b>Figura 4.3:</b> Roteiro Turístico do <i>TOMA</i> – Conteúdos .....	<b>36</b>
<b>Figura 4.4:</b> Espetáculo musical com a Banda Função Pública, celebrativo do Feriado Municipal de 2011 (elaboração própria) .....	<b>37</b>
<b>Figura 4.5:</b> Cartaz do Evento <i>Cineturismo no Oeste</i> .....	<b>38</b>
<b>Figura 4.6:</b> Caldas. Artesanato   Praça das Artes – Animação Musical (elaboração própria).....	<b>39</b>
<b>Figura 4.7:</b> Expo Região 2011 – Stand da Câmara Municipal das Caldas da Rainha (elaboração própria) .....	<b>41</b>
<b>Figura 4.8:</b> Expo Região 2011 – Equipa da Câmara Municipal das Caldas da Rainha (elaboração própria) .....	<b>41</b>
<b>Figura 4.9:</b> Exposição Nacional de Columbofilia 2011 – Stand da Câmara Municipal das Caldas da Rainha (elaboração própria) .....	<b>42</b>
<b>Figura 4.10:</b> Cartaz da Exposição <i>Arte de Recordar</i> .....	<b>44</b>
<b>Figura 4.11:</b> Exposição <i>Arte de Recordar</i> – Inauguração (elaboração própria).....	<b>44</b>
<b>Figura 4.12:</b> Exposição <i>Arte de Recordar</i> – Porto de Honra (elaboração própria) .....	<b>45</b>
<b>Figura 4.13:</b> Exposição <i>Caldas das 1000 Imagens</i> – Inauguração (elaboração própria). <b>46</b>	
<b>Figura 4.14:</b> Dia Europeu Sem Carros 2011 – Aula de <i>Cycling</i> (elaboração própria).....	<b>47</b>
<b>Figura 4.15:</b> Dia Europeu Sem Carros 2011 – Divulgação de veículos elétricos (elaboração própria) .....	<b>47</b>



## ÍNDICE DE TABELAS

<b>Tabela 4.1:</b> Metodologia do Plano de Marketing e Comunicação (elaboração própria)...	<b>51</b>
<b>Tabela 4.2:</b> Análise SWOT do Turismo das Caldas da Rainha (elaboração própria) .....	<b>54</b>
<b>Tabela 4.3:</b> Áreas de intervenção das propostas de implementação (elaboração própria) .....	<b>61</b>



## LISTA DE ABREVIATURAS

ADC – Associação para o Desenvolvimento do Ciclismo  
AHP – Associação de Hotelaria de Portugal  
AIRO – Associação Industrial da Região do Oeste  
APHORT – Associação Portuguesa de Hotelaria, Restauração e Turismo  
APICER – Associação Portuguesa da Indústria da Cerâmica  
CCC – Centro Cultural e de Congressos das Caldas da Rainha  
CENCAL – Centro de Formação Profissional para a Indústria da Cerâmica  
CNCAEPD – Comissão Nacional de Coordenação para o Ano Europeu das Pessoas com Deficiência  
CTT – Correios de Portugal  
ESAD.CR – Escola Superior de Arte e Design das Caldas da Rainha  
ETEO – Escola Técnica e Empresarial do Oeste  
Expoeste – Divisão de Feiras e Congressos das Caldas da Rainha  
IADE – Instituto de Artes Visuais, Design e Marketing  
IEFP – Instituto de Emprego e Formação Profissional  
OesteCIM – Comunidade Intermunicipal do Oeste  
OMT – Organização Mundial do Turismo  
PENT – Plano Estratégico Nacional do Turismo  
PEPAL – Programa de Estágios Profissionais na Administração Local  
PIB – Produto Interno Bruto  
Ponto de Ajuda – Contrato Local de Desenvolvimento Social das Caldas da Rainha  
QREN – Quadro de Referência Estratégico Nacional  
Qualifica – Associação Nacional de Municípios e de Produtores para a Valorização e Qualificação dos Produtos Tradicionais Portugueses  
TOMA – Rede de Transportes Urbanos das Caldas da Rainha  
Turismo do Oeste – Entidade Regional do Polo de Desenvolvimento de Turismo do Oeste  
UNESCO – *United Educational, Scientific and Cultural Organization*  
UNIDCOM – Unidade de Investigação em Design e Comunicação



## **CAPÍTULO I – INTRODUÇÃO**

No âmbito do Mestrado em Marketing e Promoção Turística da Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar, estabelecimento de ensino integrado no Instituto Politécnico de Leiria, e após a aquisição de conhecimentos de cariz mais teórico nas áreas do marketing e da promoção turística, uma abordagem exclusivamente prática com a realização de um estágio profissional revelou ser um importante complemento na formação académica adquirida.

Após um processo de seleção a nível nacional, realizámos um estágio no Gabinete de Turismo da Câmara das Caldas da Rainha, integrado no Programa de Estágios Profissionais na Administração Local (PEPAL), com início no dia 4 de Abril de 2011 e com a duração de um ano. Aproveitando este facto, dedicámos o nosso tempo de profissionalização para dinamizar alguns aspetos anteriormente pouco desenvolvidos, relacionados especialmente com a comunicação *online*, além de termos sempre cumprido todos os requisitos que nos foram propostos pelos objetivos definidos no contrato de estágio, assinado entre nós e a entidade promotora, neste caso a Câmara Municipal das Caldas da Rainha.

Este estágio permitiu-nos uma integração na equipa de colaboradores, assim como em todas as atividades gerais do Gabinete de Turismo da edilidade, com a realização de tarefas em diversas áreas funcionais, tais como acompanhamento e elaboração de projetos e eventos, atendimento ao público, criação e gestão de conteúdos promocionais, presenças em feiras, entre outras funções inerentes ao departamento.

Assim, este relatório de estágio, intitulado “Marketing e Promoção Turística – Gabinete de Turismo da Câmara Municipal das Caldas da Rainha”, é iniciado com nesta pequena introdução, onde apresentamos os traços gerais da estrutura do trabalho, tem como objetivo apresentar, numa segunda parte, a importância do marketing no turismo e a sua necessidade de planeamento enquanto ferramenta de trabalho de qualquer organização ligada à indústria turística. Na terceira parte, apresentam-se os recursos turísticos do Concelho das Caldas da Rainha, os seus equipamentos culturais, assim como a sua integração geográfica da Região Oeste.

No quarto capítulo são apresentadas as principais funções desenvolvidas durante o estágio, que decorreu entre os meses de Abril de 2011 e Abril de 2012, sob a supervisão

da Dra. Vânia Ferreira, até 31 de Julho de 2011, e do Dr. António Marques, de 01 de Agosto de 2011 até à conclusão do período de estágio.

O quinto e último ponto do relatório consiste numa análise crítica do trabalho desenvolvido ao longo de um ano, e termina com a apresentação de um conjunto de sugestões de melhoria da promoção dos recursos turísticos das Caldas da Rainha.



## CAPÍTULO II – REVISÃO DA LITERATURA

### 2.1 Conceito de turismo

Não se conhece exatamente a data do aparecimento da palavra turismo, mas a maioria dos autores aceita que tenha origem nas viagens que os estudantes ingleses se habituaram a realizar pelo continente europeu, sobretudo a partir de finais do século XVII, durante as quais realizavam a *Grand Tour* (Boyer, 2000). Os participantes dessas viagens passaram a ser conhecidos como turistas (*tourists*) e a atividade a que deram origem passou a designar-se por turismo (*tourism*).

O conceito de turismo, a partir dos anos 20 do século passado e até ao início da massificação do turismo, depois da 2ª Guerra Mundial, conhece várias definições (Valdês, 2003). Apesar da complexidade em encontrar uma definição conceptual para turismo, segundo a OMT - Organização Mundial do Turismo - turismo é o “conjunto de atividades desenvolvidas por pessoas durante as viagens em locais situados fora do seu ambiente habitual por um período consecutivo que não ultrapasse um ano, por motivos de lazer, de negócios e outros”.

Este conceito tem, no entanto, o inconveniente de distinguir o lado da procura e não evidenciar a oferta. De facto, apenas inclui no turismo as atividades desenvolvidas pelos visitantes deixando de lado todo o complexo de atividades produtoras de bens e serviços criados para servir direta e indiretamente os visitantes e cuja existência permanece mesmo quando as deslocações e estadas não se realizam.

O turismo não é uma atividade isolada, pois está relacionada com as várias atividades humanas, pelo que a sua interpretação como sistema compreende uma análise multidisciplinar, na medida das inter-relações produzidas entre diversos subsistemas - económico, social, político, cultural, ecológico e tecnológico.

Para Cunha (2001), o sistema funcional do turismo assenta na oferta e na procura e em todas as relações entre si formadas. O sujeito deste complexo é a procura turística, composto pelos núcleos emissores e toda a complexidade de situações que determinam os fluxos turísticos. A oferta é constituída pelo subsistema objeto, do qual fazem parte os centros recetores, os meios de transporte que ligam a origem ao destino, as entidades ou organizações que garantem os mecanismos de funcionamento e administração, quer

sejam públicos quer privados, e os meios e as formas promocionais que influenciam e direcionam a procura turística.

## **2.2 O Turismo em Portugal**

Geograficamente, o turismo em Portugal distribui-se por vastos espaços à beira-mar, montanha e campo, o que resulta numa acentuada dispersão do fluxo turístico. Apesar disso, os territórios turísticos por excelência são as zonas balneares, principalmente as praias do litoral do Algarve. A qualidade e extensão da orla marítima meridional portuguesa, no que se refere às condições físicas e climáticas, é superior à oferecida por outros países europeus, nomeadamente mediterrâneos, em que o turismo, como sector económico, tem tido um maior investimento que no nosso país. Por outro lado, a Ilha da Madeira é outro destino bastante conhecido a nível internacional e assenta grande parte da sua economia interna nas atividades ligadas ao setor turístico.

Outro território turístico com importância em Portugal é constituído pelos centros históricos das cidades, situados no litoral ou no interior, em que a marca da vivência de épocas passadas as torna quase exóticas aos olhos dos visitantes oriundos das regiões desenvolvidas do Centro e Norte da Europa, ou da América do Norte. Entre os centros históricos portugueses destacam-se o de Évora, considerado património mundial pela UNESCO – *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization* - desde 1986, ou o de Angra do Heroísmo, na Ilha Terceira, no Arquipélago dos Açores, cujo reconhecimento data de 1983. Mas, mesmo com menor expressão histórico-monumental, todos os pequenos e médios centros urbanos do país, cuja origem é, na maioria dos casos, anterior à nacionalidade, oferecem fortes motivos de interesse aos viajantes que os procuram. A passagem e permanência de diversos povos ao longo dos séculos e a sua influência nos territórios conferem algumas marcas distintivas ao país. Também o património imaterial de Portugal foi recentemente distinguido, com o Fado a merecer o reconhecimento de Património Imaterial da Humanidade.

Portugal é profusamente reconhecido na Europa pelo sol, praias, gastronomia e herança cultural e patrimonial. O país afirma-se cada vez mais no contexto internacional como um dos mais importantes destinos para os praticantes de golfe, com os seus *resorts* e aldeias turísticas. Recentemente, a ligação ancestral ao Oceano Atlântico tem alavancado uma nova imagem de Portugal, que se vem tentando comunicar não como país do Sul, mas como país do Oeste da Europa.

Dado o reconhecimento do potencial do sector turístico para Portugal, foi apresentado em 2007 o “Plano Estratégico Nacional do Turismo”, referindo que o Turismo é um sector de atividade prioritário para o país, pois tem uma importância verdadeiramente estratégica para a economia portuguesa em virtude da sua capacidade em gerar riqueza e emprego. Trata-se de um sector em que o país tem vantagens competitivas claras como sucede com poucos outros, em que o Governo e os empresários do sector se mostraram disponíveis para uma aposta no desenvolvimento do turismo em Portugal.

O Turismo é um dos principais setores da economia portuguesa, tendo o seu peso na economia vindo a crescer nos últimos anos (representa entre os 8% e os 11% do PIB). No entanto, Portugal perdeu quota de mercado a nível internacional, e está muito dependente do desempenho de três regiões (Algarve, Lisboa e Madeira), sendo ainda afetado por uma elevada sazonalidade e limitações nas ligações aéreas.

As perspetivas de forte crescimento para o mercado mundial constituem uma oportunidade para Portugal, mas é necessária uma estratégia de atuação que permita responder às exigências da procura e a um número crescente de ofertas concorrenciais. A visão para o Turismo em Portugal é ambiciosa, mas exequível, assente na ideia de que Portugal deverá ser um dos destinos de maior crescimento na Europa, através do desenvolvimento baseado na qualificação e competitividade da oferta, transformando o sector num dos motores de crescimento da economia nacional.

Segundo o PENT<sup>1</sup>, a proposta de valor de Portugal irá apostar nos fatores que mais diferenciam o país de outros destinos concorrentes – “Clima e luz”, “História, cultura e tradição”, “Hospitalidade” e “Diversidade concentrada” – e em elementos que qualificam Portugal para o leque de opções dos turistas – “Autenticidade moderna”, “Segurança” e “Qualidade competitiva”.

Dada a presente instabilidade económica portuguesa, é importante que se continue a apostar neste sector e que o Governo não deixe cair por terra tudo aquilo que tem sido feito, pois espera-se que não existam dúvidas quanto à importância do turismo para Portugal. Este sector poderá ser uma boa solução para inverter a situação atual, mas

---

<sup>1</sup> **PENT – Plano Estratégico Nacional do Turismo** disponível em [http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/conhecimento/planoestrategiconacionaldoturismo/Anexos/PENT\\_VERSAO\\_REVISTA\\_PT.pdf](http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/conhecimento/planoestrategiconacionaldoturismo/Anexos/PENT_VERSAO_REVISTA_PT.pdf)

para tal é preciso criar os meios necessários para dar resposta às necessidades que um sector turístico competitivo impõe.

O turismo em Portugal cresceu em todos os indicadores da atividade em 2010, segundo os dados do Turismo de Portugal, I.P., apresentados no documento “Turismo e a Economia uma relação de crescimento”<sup>2</sup>. Comparado com o ano anterior, em 2010 registou-se um crescimento de mais de 650 mil hóspedes, 1 milhão de dormidas traduzindo-se em mais de 700 milhões de euros em receitas.

Este crescimento teve repercussão nos vários destinos regionais, verificando-se um maior aumento na região de Lisboa. A única exceção foi a Madeira, com uma quebra influenciada pelo impacto dos fatores naturais no início de 2010, refere o mesmo documento.

No entanto, e apesar da crise económica e financeira que persistentemente se faz sentir não só no país, mas na Europa e no Mundo Ocidental, a indústria turística continua e decerto continuará a ser uma atividade económica promissora, digna de investimento e em constante crescimento.

## **2.3 Marketing Turístico**

A partir da década de 50 do século XX introduziu-se o novo conceito de marketing na comercialização do turismo, que surge a partir da entrada de uma série de empresas no negócio turístico. Podemos afirmar que o crescimento da indústria turística tem sido acompanhado pelo aumento da importância atribuída ao marketing turístico.

O turismo é diferente de outras indústrias ou atividades, pois o serviço prestado constitui uma amálgama que pode incluir componentes como o transporte, alojamento, comida, bebida, atrações ou visitas culturais, que geralmente são fornecidas por diferentes empresas e instituições. Estas componentes podem ser vendidas direta e separadamente aos turistas, ou combinadas em pacotes.

---

<sup>2</sup> **Turismo e a Economia – uma relação de crescimento** disponível em <http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/Noticias/Documents/Assembleia%20da%20Rep%C3%ABlica%20-%20Turismo%20e%20Economia.pptx>

O marketing turístico representa um meio de conceber uma situação orientada para o equilíbrio entre a satisfação das necessidades dos turistas e as necessidades e os interesses dos destinos ou das organizações. Pode ser definido como um processo de gestão através do qual as organizações de turismo identificam os seus clientes selecionados, presentes e potenciais, e comunicam com eles, de modo a compreender e influenciar as suas necessidades, desejos e motivações a nível local, regional, nacional e internacional, com o objetivo de conceber e adaptar os seus produtos turísticos em concordância com o objetivo de atingir o ótimo da satisfação turística e cumprir os objetivos da organização.

As necessidades e motivações dos consumidores ou utilizadores não são, contudo, permanentes ou imutáveis. Por isso, as empresas (tanto as públicas como as privadas) deverão dispor de sistemas de observação, informação e interpretação que facilitem não apenas a análise das necessidades atuais como, sobretudo, prever o que pode acontecer a curto ou médio prazo, tendo em conta o período de antecipação provável e o tempo necessário para, a partir desse conhecimento prévio, transformar ideias, objetivos, projetos, planos ou programas em novos equipamentos, produtos e/ou serviços, a colocar à disposição dos consumidores ou utilizadores quando se confirmar a existência dessas novas necessidades e motivações.

Por outro lado, o marketing territorial, associado a localidades e regiões, tem-se tornado uma atividade central na gestão regional, pois consegue gerar vantagens competitivas. Essas vantagens passam por uma diferenciação do destino, valorizando o intangível e tornando único o que dele procede (Baker e Cameron, 2008; Cooper e Hall, 2008). Adicionalmente, o aparecimento de marcas comuns a uma determinada região permite gerar sinergias de comunicação. Para além desta diferenciação o marketing tem como alvo central da sua atuação a sustentabilidade do destino, procurando evitar a erosão das fontes de diferenciação, e descobrir novos meios de desenvolvimento.

Um destino é mais que um produto ou que o somatório dos seus produtos - é antes o espaço físico onde o turismo tem lugar, onde as comunidades vivem e trabalham e está imbuído com símbolos e imagens de cultura e história (Cooper e Hall, 2008).

Assim, os esforços de marketing não se deverão centrar apenas em fazer chegar turistas, mas têm também um papel de relevo para o desenvolvimento local (Papadopoulos,

2004). Deste modo, o marketing deve estar adequado às características e complexidades associadas à região, não devendo ser desfasado da sua história e valores.

É necessário atender não só aos benefícios e bem-estar dos turistas, mas também ao das populações e comunidades visitadas e à sua envolvente social e cultural, sendo essencial promover os estilos de vida e património local. Ao mesmo tempo, é imprescindível sensibilizar os locais acerca do valor da sua região, dos seus hábitos e dos seus produtos regionais. Esta valorização dos ativos e produtos regionais não é uma tarefa de simples realização, sobretudo em localidades rurais.

Para além da sustentabilidade, outra das funções do marketing passa por diferenciar os destinos e os seus produtos, ou então os turistas decidirão apenas com base no fator preço.

Mais do que os produtos ou atrações do destino, interessa a componente intangível associada ao mesmo. As marcas constituem o principal meio utilizado pelo marketing para absorver e potenciar as características ligadas à experiência pessoal e, por conseguinte, estimular a diferenciação.

Os destinos ricos em história e tradições são mais facilmente percebidos como autênticos, porque a história é a garantia de verdade e não algo que é artificialmente construído (Yeoman, et al., 2007). De entre as diversas características associadas a um destino destacam-se os produtos e gastronomia regionais e todo o conhecimento local relativo à sua confeção. Contudo, os consumidores de turismo não procuram apenas o produto acabado, mas todas as condições sociais e culturais sob as quais o produto foi gerado (Littrell, et al., 1993).

Os pequenos destinos rurais têm maior dificuldade em atrair o apoio e divulgação de entidades nacionais de turismo. A atratividade destes destinos passa, assim, frequentemente por iniciativas levadas a cabo pelos respetivos municípios ou associações locais. Estas ações são por vezes realizadas numa perspetiva imediatista que prevalece sobre a sua sustentabilidade.

Com a economia globalizada, o sector de turismo necessita vislumbrar novas soluções que possam atender aos anseios, desejos e fantasias dos seus clientes, com equipas de profissionais que saibam identificá-los corretamente, satisfazendo com eficácia e

eficiência as suas necessidades (Keegan, 1995). O produto turístico é uma composição de ação e emoção, em que os aspetos tangíveis e intangíveis se sobrepõem numa mistura entre o real e o imaginário. Por este motivo, a criatividade do sector deve ser intensa.

Para compreender o que se passa na mente do consumidor de turismo é preciso pesquisar, e o marketing nesse processo é muito importante para descobrir o que é valorizado pelo cliente, ou seja, aquilo que ele valoriza e deseja.

Um dos objetivos do marketing deve ser procurar aumentar a procura de turistas em determinado destino. Conhecer os fatores comportamentais do consumidor de turismo, as suas necessidades, as suas influências, as suas limitações, é importante para minimizar situações que possam descontentar o cliente do segmento de turismo. Deve sempre existir uma forte relação entre as expectativas geradas antes do consumo e a satisfação alcançada após a experimentação. “Um cliente satisfeito volta a comprar uma hospedagem, uma viagem, uma locação de carro, ou simplesmente uma nova visita à cidade e um cliente insatisfeito passa a falar mal do serviço para “Deus e o mundo”... “ (Cobra, 2001).

O marketing no turismo deve ser encarado com muito profissionalismo, para que o mercado possa ser atendido nas suas expectativas e satisfazer os seus consumidores, mediante um cuidadoso equilíbrio dos elementos do composto de marketing - produto, preço, distribuição e promoção - que representam componentes da estratégia geral de marketing.

Outra questão bastante importante prende-se com o facto de que, quando nos referimos ao marketing turístico, devemos distinguir aquele que é praticado pelos grupos de maiores dimensões (de que é exemplo o Estado) que se poderá designar como marketing macroeconómico, de outro que é praticado pelas empresas turísticas individuais (seja um estabelecimento hoteleiro, um restaurante, uma agência de viagens, uma empresa de transportes), que poderá também ser designado de marketing microeconómico. Ambos são complementares e imprescindíveis, potencializando-se entre si.

Assim, e no que concerne à política do produto, por exemplo, de nada servirá oferecer uma prestação de serviço hoteleiro ótima ou ideal se o Estado não desenvolver as

medidas adequadas para impulsionar o desenvolvimento turístico. Conclui-se que cabe pois às Administrações Públicas desenvolver um conjunto de atuações fundamentais que caracterizam o mercado turístico no seu envolvente.

Nesta ótica de complementaridade do produto turístico é de salientar que as associações, cooperativas e empresas ligadas ao sector devem desenvolver ações de marketing, desejavelmente global, da zona ou da região em causa, apesar de poderem ser confrontados com diversas dificuldades, como a falta de meios técnicos e profissionais ou a escassez de meios económicos para iniciar o processo.

As ações de marketing global implicam a existência de meios económicos suficientes para a promoção, investigação e comercialização de uma área determinada; a existência de meios técnicos e científicos onerosos; disponibilidade de informação quer primária como secundária que, em alguns casos, é da responsabilidade exclusiva dos órgãos estatais; e ainda, poder político e de intervenção que entidades de menor dimensão normalmente não têm. Desta forma, importa que se desenvolva inicialmente um macro marketing, definindo um plano de marketing global a começar pela política do produto turístico já que é esta que cria a imagem específica e representativa da zona ou região no âmbito do seu conjunto.

No que respeita ao micro marketing, este será desenvolvido pelas empresas a título particular, ao definirem o seu produto, o seu preço, a sua distribuição e consequente promoção, desejavelmente integrado no âmbito dos objetivos globais antes definidos, minimizando os custos assim como a existência de rivalidades de difícil solução unitária.

O marketing, mais que uma atitude, uma política ou uma gestão centradas no presente, deve privilegiar uma persistente e organizada visão/antecipação do futuro. Em síntese, para trabalhar com turismo, é necessário: muita criatividade, boa estrutura, bons serviços, um bom planeamento de marketing, boa comunicação e competitividade.

#### **2.4. Marketing Mix no Turismo**

Outro conceito importante do marketing é o Marketing Mix, que poderá definir-se como o “conjunto de instrumentos controláveis de marketing – produto, preço, distribuição e promoção – que a empresa usa para produzir a resposta no seu mercado-alvo” (Kotler et al., 1999).



- Produto

A eficácia do planejamento do marketing mix depende tanto da capacidade de selecionar o mercado alvo correto, como da habilidade em apresentar um produto que gere altos níveis de satisfação.

As decisões com relação à formulação de produtos envolvem a consideração cuidadosa de vários fatores importantes como o serviço, a qualidade, abrangência, marca. O produto de viagens e turismo, segundo Burke (1991), têm várias características que os distinguem da maior parte dos produtos de outras indústrias, o que influencia a forma como estes produtos são comercializados, vendidos ou promovidos.

- Preço

A política de preços selecionada para um produto turístico está muitas vezes diretamente relacionada com o desempenho da procura futura. Estabelecer o preço certo é também crucial para o lucro do empreendimento turístico. As decisões relativas a preços serão as mais difíceis de tomar em relação ao marketing mix, uma vez que a complexidade criada pela sazonalidade da procura e pela perecibilidade do produto deve ser considerada.

- Distribuição

As características especiais do produto turístico levaram à adoção de formas específicas de distribuição. O produto turístico não tem qualquer transferência de propriedade e o serviço é simplesmente alugado ou consumido. Antes do consumo o produto turístico tem de estar acessível e disponível, pelo que é necessário um sistema de distribuição, ou seja, um canal utilizado para ganhar acesso aos compradores potenciais do produto.

Como a distribuição é um dos poucos elementos do marketing mix que podem ser manipulados para melhorar a competitividade e os resultados das empresas, as tecnologias de informação são importantes, em muitos casos, para ganhar vantagem no mercado através de diferenciação de produto, vantagens de custos ou outro tipo de eficiência nos processos de produção e distribuição.

As redes computadorizadas e os sistemas eletrónicos de distribuição desenvolvidos levaram a mudanças estruturais profundas dentro da atratividade turística. Em relação aos prestadores de serviços turísticos, a *World Wide Web* (www) oferece uma infraestrutura para a distribuição global e o fornecimento de informação multimédia de natureza turística, dando mais poder ao consumidor, através do fornecimento orientado de produtos que atendem às suas necessidades pessoais.

- Promoção

A promoção entende-se como o conjunto de atividades de comunicação que as organizações turísticas, ou órgãos públicos de turismo, desenvolvem para influenciar os públicos dos quais as suas vendas dependem. É necessário não só influenciar os grupos de mercado dos atuais clientes potenciais, mas também os contactos comerciais, ou mesmo políticos locais, ou grupos profissionais importantes.

A indústria turística insere-se no sector dos serviços, em que estes apresentam algumas características particulares que pressupõem uma abordagem de marketing algo diferente da que tradicionalmente se considera para o produto, destacando-se a sua intangibilidade, inseparabilidade, produção e consumo simultâneo, heterogeneidade e variabilidade. Os serviços turísticos têm também características específicas: custo elevado, sazonalidade, interdependência, impacto na sociedade, vulnerabilidade perante a envolvente contextual.

Neste contexto, as características básicas que distinguem os serviços dos bens materiais são (adaptado de Burke, 1991):

- Intangibilidade: os serviços não podem ser analisados de forma material pois não se visualizam, não se tocam e não se dimensionam. Depois de ocorrerem, existem apenas como memórias, sem qualquer valor residual.
- Inseparabilidade: os serviços são indissociáveis. O momento do seu consumo é simultâneo com a sua produção.
- Heterogeneidade: é o atributo mais visível de todos os serviços - a uniformidade ou a standardização são quase impossíveis pois existe sempre algo de carácter

mais subjetivo que os acaba por distinguir. Cada consumidor tem uma “visão” própria e particular do serviço.

- **Percibilidade:** qualquer serviço é “consumido” no momento exclusivo em que é oferecido ao cliente. Em hotelaria, “o quarto não vendido hoje, jamais voltará a ser vendido; amanhã volta a haver o mesmo número de quartos para vender”.
- **Unicidade:** certos produtos, pela sua diferenciação, pelo seu exotismo, pela sua raridade ou pela sua componente humana, cultural ou ambiental, são considerados únicos, facilitando o processo de diferenciação da concorrência.
- **Simultaneidade de produção e consumo:** apesar de muitos dos produtos turísticos terem sido comercializados previamente, o seu consumo é realizado no local e no momento da produção. Este facto implica que o canal de distribuição tenha de funcionar no sentido inverso ao sentido tradicional, uma vez que são os consumidores que têm de se deslocar ao local de consumo.
- **Sazonalidade:** a maioria dos produtos está sujeita à sazonalidade, ou seja, à flutuação na procura em diferentes épocas do ano, dias ou até horas. O maior desafio de gestão de marketing é diminuir o efeito da sazonalidade, mantendo um equilíbrio na procura durante todo o ano.

Relembrando que, na complexidade do produto turístico predominam elementos intangíveis, a qualidade com que esses elementos são fornecidos é dos atributos que os clientes mais valorizam, nomeadamente o alojamento ou a alimentação. Considera-se, no entanto, que uma coisa é realçar a qualidade do serviço na promoção, outra os clientes a reconhecerem, o que depende do desempenho e das atitudes dos colaboradores e exige a prática de um verdadeiro marketing interno, através de sistemas de motivação e incentivo e de transparência na definição de funções e no estabelecimento de objetivos, o que facilita a comunicação com os clientes.

## **2.5. Promoção Turística**

A atividade turística não se poderia desenvolver sem a promoção e a divulgação dos produtos e destinos turísticos, com o intuito de criar uma imagem aprazível e atrativa a

quem não conhece o território. A escolha de um destino é motivada por um conjunto de fatores que dependem em grande parte da informação que é difundida para o exterior.

São várias as entidades envolvidas no sistema de promoção e distribuição da atividade e que, em conjunto, atuam para que as deslocações turísticas se processem. Geralmente podem ser divididas em duas classes:

- Organismos oficiais - No contexto do marketing e promoção do setor do turismo nas regiões, existe um conjunto de entidades cuja atividade se desenvolve no sentido de coordenar e promover os destinos e os produtos turísticos. No primeiro grupo inserem-se os organismos estatais, regionais e locais autónomos, caso das Entidades e Polos de Desenvolvimento de Turismo, quem têm como função promover a valorização turística das respetivas áreas de intervenção no quadro da política de turismo. No segundo grupo incluem-se as associações profissionais, como a AHP (Associação da Hotelaria de Portugal) e a APHORT (Associação Portuguesa de Hotelaria, Restauração e Turismo), que promovem as empresas ligadas à indústria turística.
- Promotores turísticos - Para a promoção turística de um determinado destino concorrem os operadores turísticos, agentes que regulam fortemente a oferta turística. São considerados grossistas, na medida em que organizam viagens de grupo ou coletivas que combinam diversos bens e serviços adquiridos aos respetivos produtores. As agências de viagens, por sua vez, constituem retalhistas, uma vez que constituem o canal mais próximo de distribuição entre a oferta e a procura turística, transacionando produtos dos operadores.

Contudo, em Portugal, a legislação não distingue os operadores dos agentes de viagens, embora se diferenciem pelas funções que lhes estão inerentes. Enquanto o operador produz o pacote turístico e o vende por sua conta e risco, o agente de viagens apenas transaciona os produtos que o cliente solicita ao preço pré-determinado pelos produtores. Em suma, podemos afirmar que todo este complexo funcional opera através da sinergia e cooperação entre os diversos agentes intervenientes na indústria turística.

## **CAPÍTULO III – CALDAS DA RAINHA, HISTÓRIA E CULTURA**

### **3.1 Caldas da Rainha – A cidade das águas**

A cidade das Caldas da Rainha, cuja fundação se deveu à Rainha Dona Leonor de Avis, esposa de Dom João II, teve na sua génese a construção do primeiro hospital termal do mundo, no ano de 1485.

A ligação umbilical que a povoação desde sempre manteve com as termas resulta da herança deixada pela presença romana em Portugal, cujo usufruto das águas termais permitia a cura de enfermidades de vários foros.

A evolução e o crescimento urbano das Caldas da Rainha, originalmente chamada Caldas de Óbidos, têm como base de sustentação a edificação de um vasto complexo termal, que desde o final do século XV tem vindo a atrair muitas pessoas com o intuito de “ir a banhos”. A partir do ano de 1511, o pequeno povoamento ganha autonomia administrativa e é elevado à categoria de vila, conquistando território à vizinha Vila medieval de Óbidos e aos Coutos de Alcobaça, vasta propriedade dos Monges da Ordem de Cister.

Os séculos seguintes foram de grande desenvolvimento neste conjunto urbano, tendo o século XIX dado um novo conteúdo ao termalismo, com a chegada de novos hábitos de passar uma temporada nas termas por parte da burguesia. A chegada de membros da Família Real e de famílias de classes abastadas para visitar as Caldas, e não só para fruir das suas águas, impulsionou uma grande revolução urbanística na localidade. A obra do Hotel Lisbonense foi um marco histórico nessa lógica de bem-receber.

Já no século XX, no ano de 1927, Caldas da Rainha alcança o estatuto de cidade, mantendo-se o núcleo de um concelho tipicamente rural e marcado pela cultura de produtos hortofrutícolas (como acontece em toda a Região Oeste), conservando diariamente um mercado ao ar livre de venda desses produtos na popularmente designada “Praça da Fruta”.

Um outro aspeto identitário das Caldas da Rainha prende-se com a secular tradição ligada à cerâmica e faianças, expressão que alcançou fama através da obra e do

imaginário de Rafael Bordalo Pinheiro, cujo legado ainda hoje serve de inspiração a diversos artistas.

As expressões plásticas formam outro dos alicerces da cidade, desde cedo impulsionados pela Rainha Fundadora, Dona Leonor. Nomes como José Malhoa, António Duarte ou João Fragoso estarão sempre ligados à cidade termal, merecendo espaços museológicos onde se podem apreciar as suas obras.

A aposta em diversas estruturas museológicas dotou a cidade das Caldas da Rainha de um grande complexo de espaços expositivos, existindo atualmente 10 museus, na sua maioria sob tutela municipal. Uma certa dinâmica cosmopolita está também patente nos diversos espaços culturais, tais como o Centro Cultural e de Congressos, aberto ao público a 15 de maio de 2008, a Expoeste (1992) ou a secular Praça de Touros, erigida em 1883. O ensino das artes também marca presença, através do CENCAL – Centro de Formação Profissional para a Indústria da Cerâmica, estabelecido em 1981 e da ESAD.CR – Escola Superior de Arte e Design, inaugurada em 1990.

A nível arquitetónico, um estilo que tem expressão em muitos edifícios da cidade é o estilo Arte Nova, que tem bastante expressividade também a nível da cerâmica e olaria. A Gastronomia e a Doçaria são outros dos motivos que distinguem o concelho. As famosas Cavacas das Caldas, os Beijinhos, as Troupa-de-ovos ou o Ensopado de Enguias são alguns dos exemplos mais conhecidos.

Outros recursos que tornam a região atrativa estão ligados a zonas de Natureza, como a Lagoa de Óbidos ou o Paul da Tornada, locais de grande interesse paisagístico e habitat de muitas espécies de fauna e flora. A Praia da Foz do Arelho é, por excelência, a estância balnear do concelho.

Atualmente, a cidade vive essencialmente de empresas de serviços e alguma indústria, sendo apelidada como a “Capital do Comércio Tradicional<sup>3</sup>”, tal é o elevado número de estabelecimentos comerciais. É uma cidade jovem e dinâmica, resultado do vasto parque escolar que acolhe. Pela sua ótima localização geográfica e proximidade à capital, a cidade termal tornou-se um centro urbano de grande importância na Região Oeste. E é

---

<sup>3</sup> **Capital do Comércio Tradicional** é o *slogan* usado pela Associação Comercial dos Concelhos de Caldas da Rainha e Óbidos, tal como podemos observar em <http://www.capitaldocomercio.com/>

esta centralidade que serve de mote ao nosso estudo e que nos propomos promover e divulgar da melhor forma.

### **3.2 Caldas da Rainha – A cidade dos museus**

Caldas da Rainha é, provavelmente, das cidades de província de média dimensão, com maior número de museus. Atualmente oferece dez museus, contemplando diversas temáticas. Desde o final do século XIX, com a abertura do Museu de S. Rafael Bordalo e até aos dias de hoje, muitos foram os equipamentos museológicos edificados na cidade termal. O próximo museu, atualmente em construção, será dedicado à vida e obra de Leopoldo de Almeida, coautor do emblemático Padrão dos Descobrimentos. Está igualmente prevista a instalação de um museu destinado à obra do ceramista Mestre Ferreira da Silva, localizado num espaço anexo ao CENCAL.

Seguidamente expomos os diversos museus existentes na cidade:

- Casa Museu de S. Rafael Bordalo

A Casa Museu de S. Rafael Bordalo situa-se na Rua Rafael Bordalo Pinheiro, antiga casa do seu filho Manuel Gustavo. O Museu foi fundado no ano de 1884 com as peças produzidas no decorrer dos anos na fábrica de cerâmica do artista. Nele se exibem as diferentes fases de elaboração das peças.

O acervo da Casa Museu é constituído sobretudo por cerâmica produzida ao longo dos anos na Fábrica Bordalo Pinheiro, contendo originais e cópias de peças desenhadas e executadas pelo artista no final do séc. XIX.

- Museu de José Malhoa

Inaugurado a 28 de Abril de 1934, dia do aniversário de José Malhoa, que havia falecido a 26 de Outubro do ano anterior foi, provisoriamente, instalado na “Casa dos Barcos”, no Parque D. Carlos I, um edifício cedido pelo Hospital Termal, abrindo anualmente ao público entre 28 de Abril e 26 de Outubro.

O projeto definitivo, dos arquitetos Paulino Montês (1897-1962) e Eugénio Correia (1897-1985), é concluído em 1937. A 11 de Agosto de 1940, dá-se a inauguração do edifício, no

âmbito dos festejos provinciais dos Centenários da Fundação e da Restauração de Portugal.

O Museu localiza-se no coração do Parque D. Carlos I, o “pulmão verde” da cidade. Possui um ótimo acervo de pintura, escultura, medalhística e cerâmica do último quarto do séc. XIX e início do séc. XX. O sector de pintura tem um importante conjunto de obras de José Malhoa, a par de diversos outros autores. O núcleo de cerâmica centra-se na obra de Rafael Bordalo Pinheiro.

O edifício do Museu José Malhoa sofreu, entre Setembro de 2006 e Dezembro de 2008, diversas obras de remodelação e de requalificação; um núcleo provisório foi, então, estabelecido no Museu do Ciclismo. O Museu reabriu em 19 de Dezembro, com uma nova apresentação das coleções e várias melhorias no acolhimento aos visitantes.

Nos anos 90 do século passado, iniciou-se a construção do chamado Centro de Artes, estrutura municipal tutelada pelo Pelouro da Cultura, que tem como missão apoiar o desenvolvimento das Artes e da Cultura. Para além dos museus municipais, integra diversas infraestruturas que têm vindo a ser criadas pela Câmara Municipal desde a década de 1980, e que tem como função apoiar a produção artística e promover eventos e atividades de âmbito cultural. Atualmente agrega quatro museus, estando a ser construído mais um equipamento que deverá ser inaugurado dentro em breve – o Museu Leopoldo de Almeida.

Exibimos de seguida os museus que integram o Centro de Artes:

- Atelier-Museu António Duarte

O Atelier-Museu António Duarte (1912-1998) foi inaugurado em 1985, após doação da coleção de arte do Mestre escultor à sua cidade natal, Caldas da Rainha. A ideia inicial de dotar o edifício com um ateliê visava dar condições para que paralelamente à missão museológica, autores convidados pudessem aí desenvolver projetos artísticos. Podemos aqui encontrar, distribuída por várias salas, grande parte da sua produção escultórica, desde escultura pública (sobretudo esboços, modelos e maquetas) que constituem a expressão mais conhecida da sua obra, a um registo mais intimista e pessoal. Os núcleos



mais representativos do espólio são os compostos por Retrato, Escultura, Criação Livre e Arte Sacra, agregando igualmente uma Galeria de Exposições Temporárias.

- Atelier-Museu João Fragoso

O Atelier-Museu João Fragoso (1913-2000) foi inaugurado em 1994 no seguimento da política cultural da autarquia iniciada com o Atelier-Museu António Duarte. Como no caso anterior, este museu foi criado com o intuito de acolher parte significativa da obra de um grande escultor da cidade e simultaneamente criar um espaço oficial que permitisse dar continuidade à sua produção artística.

O espaço de nave única percorre as três etapas fundamentais da sua obra, que notavelmente coincidem com os movimentos mais significativos da arte do século XX: figuração, abstração e arte conceptual.

- Museu Barata Feyo

O Museu Barata Feyo (1899-1990), inaugurado em 2004 e projetado por um dos seus filhos, Arquiteto António Barata Feyo, acolhe um importante acervo de obras deste escultor da escola do Porto. Escultor, ensaísta e pedagogo, foi como estatuário que mais se notabilizou. Podemos admirar os aspetos mais significativos da sua obra, de onde se destacam três grupos temáticos principais: o retrato, a escultura oficial e escultura religiosa.

- O Espaço da Concas

Neste núcleo museológico instalado no edifício dos Ateliers Municipais, inaugurado em 2009, está patente parte da obra plástica da pintora Concas (1946-1991), doada pela família ao Município das Caldas da Rainha.

Estão representadas as várias fases da sua obra desde os primeiros desenhos ainda em Moçambique (década de 60), passando por trabalhos do período em que frequentou a Escola de Belas Artes de Lisboa, até à obra que terminou na véspera da sua morte. Maria da Conceição Nunes - Concas - integrou o “Grupo Seis”, constituído por vários artistas e que esteve na génese da Escola Superior de Artes e Design das Caldas da Rainha.

- Museu da Cerâmica

Instalado no palacete romântico da Quinta do Visconde de Sacavém<sup>4</sup>, rodeado de jardins e lagos. As coleções do Museu são constituídas por uma síntese representativa de vários centros cerâmicos portugueses e estrangeiros, desde o século XVI aos nossos dias. Predomina a produção caldense que abrange desde as formas olárias, a produção artística do século XIX com autores como Manuel Mafra, introdutor, neste centro, do estilo naturalista de Bernard Palissy, até à produção contemporânea de alguns ceramistas caldenses como Ferreira da Silva ou Eduardo Constantino.

Merece destaque o importante e versátil núcleo de cerâmicas da autoria de Rafael Bordalo Pinheiro, executado na Fábrica de Faianças de Caldas da Rainha, bem como a produção Arte Nova de Costa Motta Sobrinho. As coleções integram ainda núcleos de miniatura com destaque para as obras de Mestre Elias e de azulejaria.

- Museu do Hospital e das Caldas da Rainha

O edifício onde se instalou o Museu tem origem na antiga “Caza Real”, assim conhecida por nela ter “assistido” a Rainha Dona Leonor nas suas visitas às Caldas. Foi ampliado já no século XVIII por D. João V e manteve a sua função de albergue da família real até à Implementação da República, altura em que passou a alojar o Tribunal Judicial até final dos anos 50. Após atravessar um período de degradação, foi transformado em 1993 em equipamento museológico. Revela as memórias da instituição hospitalar e do espaço urbano que em seu torno se desenvolveu. O seu espólio é constituído por pintura, escultura, talha, ourivesaria, paramentaria, mobiliário, cerâmica, documentos gráficos e instrumentos médicos e científicos do séc. XX.

- Museu do Ciclismo

Inaugurado em 14 de Dezembro de 1999, reúne peças relativas à história do ciclismo no país. Localiza-se perto do centro histórico da cidade e tem exposições durante todo o ano. É gerido pela Associação para o Desenvolvimento do Ciclismo (ADC), integrada pela Câmara Municipal das Caldas da Rainha, a Federação Portuguesa de Ciclismo e o Sporting Clube das Caldas. A ADC tem também como função a dinamização do ciclismo,

---

<sup>4</sup> A Quinta Visconde de Sacavém é um conjunto arquitetónico em estilo romântico, constituída por um palacete e jardins, que por si só vale a pena ser visitada.

a divulgação da história do ciclismo através da realização de ações de promoção da modalidade, recolha de espólio e registo histórico do ciclismo, formação técnico-pedagógica na área do ciclismo e do uso da bicicleta, dinamização de provas desportivas, edições de publicações na área velocipédica, divulgação da história através da organização de exposições, colóquios e seminários.

A coordenação do museu está a cargo de Mário Lino, nome conceituado na história e promoção do ciclismo, no concelho das Caldas da Rainha.

- Museu Bernardo

Espaço museológico alternativo, o Museu Bernardo foi inaugurado a 25 de Julho de 2007, no número 16 da Rua Engenheiro Duarte Pacheco. Nasceu de um projeto ocorrido 11 anos antes, quando o prédio se encheu de gente para uma mostra de jovens talentos das Caldas da Rainha, o *Art Attack*. Hoje, para além do museu, é possível visitar a Casa Bernardo, uma vivenda na Rua Maestro Armando Escoto, perto da fábrica de Faianças Artísticas Bordallo Pinheiro.

Ao longo do ano, os espaços do Museu e da Casa Bernardo acolhem diversas exposições de arte contemporânea, dando destaque à produção de novos artistas, além de albergar jovens talentos estrangeiros nas chamadas “residências artistas”.

Além dos equipamentos existentes, está atualmente em fase de construção o Museu Leopoldo de Almeida, a próxima estrutura a ser inaugurada no Centro de Artes. Leopoldo de Almeida foi um escultor português, nascido em 1898, em Lisboa, e falecido em 1975, na mesma cidade, considerado o mais empenhado e representativo escultor do Estado Novo. Entre muitas outras obras, executou os grupos escultóricos do Monumento aos Descobrimentos e algumas esculturas patentes no Palácio de S. Bento.

### **3.3 Caldas da Rainha – A cidade das artes**

Berço de inúmeros artistas e artesãos, a cidade das Caldas da Rainha soube desde cedo estimular a produção artística, tradição que se iniciou pela própria mão da Rainha Dona Leonor, fundadora da localidade.

### 3.3.1 Cerâmica e louça decorativa

Um aspeto profundamente diferenciador da região das Caldas da Rainha está relacionado com a tradição da indústria cerâmica e a sua importância no contexto nacional.

Segundo o livro de Alberto Pinto Ribeiro “A nova cerâmica das Caldas – séc. XX”, através de relatos orais que se foram mantendo, sabe-se que já no século XV existia produção cerâmica nas Caldas da Rainha.

Como refere Serra “A primeira fase da cerâmica Caldense iniciou-se na década de 1820, com a produção de D. Maria dos Cacos, caracterizada pela monocromia verde-cobre ou castanho-manganes de peças de tipo utilitário (funcionalista) de gosto popular. Um segundo momento é marcado, em meados do mesmo século, pela renovação introduzida por Manuel Cipriano Gomes Mafra, mais tarde conduzida ao seu ápice por Rafael Bordallo Pinheiro e discípulos seus, como por exemplo Francisco Elias.

No final do século XIX a louça das Caldas, inspirada em motivos naturalistas, constituía a principal indústria local e nesta época já tinha características que a identificavam como única. Nos finais do século XVIII e princípios do século XIX essa «indústria» atingira um ponto alto, seguindo-se uma decadência que só a entrada em cena de Rafael Bordalo Pinheiro, dois anos antes, permitira interromper (...) A primeira secção a ser organizada foi a dos materiais de construção. Entrou em funcionamento logo em Setembro de 1884. Produziu telha, tijolo e azulejo. Mas havia também a intenção de fabricar manilhas, sifões, etc. O sector da louça artística principiou a laborar em Junho de 1885, depois de experiências realizadas por Rafael na Fábrica de Gomes e de Avelar. O sector de maiores proporções físicas e de mais complexa, instalação seria o da louça comum. Só começou a funcionar em Agosto de 1888. Mas a produção de faiança utilitária não resolveu satisfatoriamente os problemas técnicos, mau grado o investimento tecnológico realizado, e depressa comprometeu a saúde financeira da empresa.

Pela mesma altura, a vila recebeu um dos primeiros estabelecimentos de ensino técnico criados no país. As novas escolas, promovidas pelo ministério das obras públicas, comércio e indústria, destinavam-se explicitamente a ministrar formação profissional aos operários. Caldas recebeu uma escola industrial três anos mais tarde. Muito embora a escola das Caldas não se tenha transformado numa escola nacional de cerâmica, como

chegou a ser proposto, constituiu um equipamento prestigiado entre as classes médias urbanas (...)

Mas se Rafael Bordalo Pinheiro não foi bem sucedido na reformulação da base tecnológica da produção de cerâmica local, obteve um êxito estrondoso com as inovações que introduziu nas formas, elementos e estilos decorativos da loiça das Caldas. Com Bordalo, a cerâmica caldense foi divulgada a uma escala sem precedentes. (Serra)

Não podemos deixar de referenciar a louça das Caldas mais conhecida a nível nacional, a “louça malandra” que cresceu com o Zé Povinho, mais uma criação do génio de Bordalo. Perante um exemplar desta louça fálca ninguém deixa de esboçar um sorriso; é atualmente uma imagem de marca da cidade e nos últimos anos têm sido feitos esforços para a elevação desta expressão criativa no sentido de deixar de ser considerada uma arte menor.

Nas Caldas da Rainha podem-se observar exemplos de toda esta produção cerâmica em espaços como o Museu da Cerâmica, a Fábrica de Faianças Bordallo Pinheiro, a Casa Museu São Rafael ou nas lojas de louça tradicional, localizadas na sua maioria na Rua de Camões, no centro histórico da cidade. Este vasto património cerâmico é um dos elementos caracterizadores da produção cultural da cidade, que *per si* poderá tornar-se num grande potencial na oferta turística da região.

### **3.3.2 Centro de Artes**

Desde a década de 90 do século passado, existe na cidade o Centro de Artes, conjunto multidisciplinar que oferece a artistas e estudantes condições propícias para aprofundarem e desenvolverem o seu trabalho, especialmente nas áreas da pintura e escultura. Com vista a estimular a criação artística, vêm sendo dinamizados programas de residência temporária e parcerias institucionais e privadas. O complexo é composto pelos seguintes elementos:

- “Pavilhão de Ateliês - compreende vários espaços de trabalho para o desenvolvimento de projetos artísticos; acolhe o programa de residências e a realização de *workshops* em diversas áreas artísticas.

- Residência de Artistas - estrutura de apoio, destinada a acolher autores que desenvolvam atividades nos ateliês ou que participem nos eventos periodicamente realizados pelo Centro.
- Exposições Temporárias - constituída por quatro galerias: duas no Atelier-Museu António Duarte, uma no Atelier-Museu João Fragoso e uma no Museu Barata Foyo.
- Espaços de Ar-Livre - Jardim envolvente com local preparado para a criação de obras de grandes dimensões, e onde se concretiza o "Simpósio Internacional de Escultura em Pedra – Simppetra", evento bienal que se realiza desde 1986.  
(Fonte: Câmara Municipal das Caldas da Rainha)

O fomento e incentivo à produção artística têm sido igualmente alicerçados através de dois estabelecimentos de ensino, nomeadamente o CENCAL, na formação profissional e a ESAD.CR., no ensino superior.

### **3.3.3 CENCAL - Centro de Formação Profissional para a Indústria Cerâmica**

O CENCAL - Centro de Formação Profissional para a Indústria Cerâmica - é um estabelecimento de formação e de apoio técnico-pedagógico, vocacionada para o setor da indústria cerâmica portuguesa. Surgiu em 1981, através de um protocolo assinado entre o IEFP - Instituto de Emprego e Formação Profissional, APICER - Associação Portuguesa da Indústria Cerâmica e AIRO - Associação Industrial da Região do Oeste.

As atividades formativas iniciaram-se em 1985 nas atuais instalações. Nessa altura, deu-se especial atenção às necessidades futuras das empresas, lançando-se em áreas inovadoras, especialmente no domínio das novas tecnologias.

O CENCAL simula uma pequena empresa de cerâmica para que os formandos possam tomar contacto com a realidade fabril. Compreende a todo o processo de fabricação, desde a modelação até à cozedura e, por fim, a pintura. Para os deslocados, o estabelecimento tem capacidade para receber cerca de meia centena de alunos internos. O complexo agrega um bar, refeitório, sala de convívio, biblioteca e sala de estudo, para além de superfícies de jogos e salas para atividades culturais. Existe ainda um pequeno espaço de venda de peças produzidas, na área de receção da escola.

Os destinatários deste centro de formação são principalmente jovens à procura do primeiro emprego ou profissionais em busca da formação contínua. Além disso, uma área que o CENCAL tem dado particular atenção é a cerâmica criativa, organizando periodicamente *workshops*, colóquios e seminários ou recebendo, nas suas instalações a fim de realizarem projetos, artistas, investigadores, *designers* e técnicos.

### **3.3.4 ESAD.CR – Escola Superior de Artes e Design das Caldas da Rainha**

A Escola Superior de Artes e Design é uma Escola do Instituto Politécnico de Leiria fundada em 1990. A tradição de cerâmica artística nas Caldas foi um fator determinante na localização deste estabelecimento do ensino público. Caldas da Rainha é, por excelência, uma cidade de artes, com vasto património artístico e cultural, sobretudo nas áreas das artes visuais, caso da pintura, da escultura, do *design* e da produção cerâmica.

A escola principiou a atividade letiva oferecendo três cursos de bacharelato, aptos a atenuar a falta de competitividade da indústria cerâmica e a ausência de técnicos superiores qualificados nos domínios das Artes e do *Design*.

Em 2002, deu-se início a uma nova etapa na instituição, aumentando a oferta formativa e começando a dispor dos cursos de Animação Cultural e Som e Imagem. No ano seguinte, assumiu-se plenamente como uma escola de artes e *design* - reformulou a designação e objetivos e integrou o grupo restrito das escolas superiores com formação inicial em Teatro, prevendo-se o seu alargamento a outras áreas das artes performativas. A escola possui também uma ampla capacidade técnica que, para além das inúmeras salas-atelier, inclui oficinas tradicionais e multimédia, auditórios e anfiteatros, cantina e outros espaços coletivos dirigidos à comunidade académica.

Atualmente, a ESAD.CR dispõe de 7 licenciaturas - Som e Imagem, Artes Plásticas, *Design* de Cerâmica e Vidro, *Design* Gráfico e Multimédia, *Design* de Ambientes, *Design* Industrial e Teatro. Desde o ano de 2008 alguns destes cursos são lecionados em regime pós-laboral. A escola oferece ainda mestrados em Artes Plásticas, Teatro, *Design* de Tipografia, *Design* de Produto e Gestão Cultural, bem como alguns Cursos de Especialização Tecnológica.

A ESAD.CR é considerada uma das melhores escolas de *Design* a nível nacional e Europeu, colecionando já um vasto currículo de prémios e distinções de forma singular. A

escola tem também ganho bastante projeção ao nível das Artes Plásticas, de forma equiparável à Faculdade de Belas-Artes de Lisboa.

### **3.3.5 Simppetra – Simpósio Internacional de Escultura em Pedra**

Como muitos outros simpósios de escultura, o Simppetra partiu da iniciativa de escultores que pretendiam promover a escultura, gerando uma dinâmica cultural que envolvesse as comunidades locais e outros artistas. O escultor António Duarte era a figura tutelar que polarizava uma série de eventos e artistas (alguns dos quais seus antigos alunos, como Antonino Mendes e António Vidigal), os quais tomaram a iniciativa de lançar um simpósio de escultura em pedra.

Tomando por exemplo os eventos realizados nas cidades do Porto e Évora no início dos anos 80, estes escultores, no âmbito das atividades programadas pelo Atelier-Museu António Duarte, lançaram as bases de dois eventos que funcionaram alternadamente e que tiveram forte repercussão no panorama artístico português: O Simppetra e a Bienal de Escultura e Desenho das Caldas da Rainha.

O primeiro simpósio iniciou-se em 1986, com poucos recursos financeiros e de equipamento, porém, teve desde o início o empenho de todos quantos nele participaram. Deles, apenas três escultores eram estrangeiros, no entanto, deram ao evento uma projeção internacional que lançou as bases para que hoje seja conhecido em todo o mundo. De forma progressiva e evolutiva, o Simppetra mudou: desde os locais, ao número e nacionalidade dos participantes, bem como às condições de trabalho, aos recursos e equipamento, sendo hoje reconhecidamente um dos mais antigos e renomados simpósios do mundo. O Centro de Artes é o núcleo criativo do evento e bienalmente é a capital mundial da escultura em pedra.

O certame tem como objetivos promover o intercâmbio cultural e artístico de escultores de diferentes formações e experiências; Enriquecer e valorizar o património artístico da cidade; Promover a escultura como veículo de desenvolvimento educativo e cultural dos cidadãos; Contribuir para a atração de turismo cultural à região e estabelecer intercâmbios com escolas do ensino artístico e instituições relacionadas com a escultura.

Como resultado das várias edições da bienal, podemos apreciar várias esculturas que se encontram em diversos espaços na cidade e no concelho.



### **3.3.6 Centro Cultural e de Congressos de Caldas da Rainha**

Destinado às atividades culturais e à realização de congressos, o Centro Cultural e Congressos Caldas da Rainha, ou mais simplesmente CCC, é um dos espaços mais recentes da cidade das Caldas da Rainha.

Iniciado em 2006 e inaugurado a 15 de Maio de 2008 (feriado municipal), a ideia para a construção de um Centro Cultural nasce após a demolição do Teatro Pinheiro Chagas (no Largo 5 de Outubro, a antiga “Praça do Peixe”) e depois da Casa da Cultura, junto ao parque (em frente ao Hospital Termal, nas instalações do antigo casino), ter sido derrubada, numa época em que as autoridades políticas haviam prometido a construção de um novo equipamento.

O Centro Cultural e Congressos das Caldas da Rainha expressa um ótimo exemplo físico e arquitetónico de todas as qualidades que um edifício com estas características deve conter. Para além da realização de atividades culturais, este é sem um polo da Cultura e do Turismo na cidade das Caldas da Rainha e um exemplo das melhores práticas de programação e promoção cultural não só no concelho, mas em toda a região. O facto de os auditórios não terem qualquer ligação direta ao exterior, como uma janela, revela o cuidado com a insonorização destes mesmos espaços. Já a enorme caixa que é possível visualizar, trata-se do palco e de todos os mecanismos cénicos mecânicos e de iluminação, bastante comum nos grandes teatros nacionais e europeus. A nível acústico, o grande auditório está equipado com meios mecânicos móveis que podem ser ajustados para permitirem um melhor desempenho acústico, dispondo igualmente de fosso para orquestra, ideal para bailados e ópera representada. Este espaço, multifuncional e versátil, em harmonia com o seu imponente volume arquitetónico, traduz-se num núcleo cultural de grande importância a nível local e regional.

### **3.3.7 Seres – Ateliês nos Silos**

O SERES – Ateliês nos Silos é um projeto envolvido em plataformas de crescimento para a Criatividade e a Cultura com base física assente na antiga fábrica da moagem Ceres em Caldas da Rainha e base virtual assente em redes onde se ligam variadas tipologias de agentes.

O projeto visa a facilitação de cruzamento de linguagens em ambiente hiper-criativo, um híbrido de colaboração criativa. É um dos primeiros projetos desta natureza em Portugal – uma antiga moagem de cereais dá lugar à instalação de ateliês criativos numa dinâmica de flexibilidade e multifuncionalidade para um largo espectro de atividades de natureza puramente criativa.

A estrutura conta com espaços-ateliê disponibilizados a baixo valor e cuja população alvo é prioritariamente a comunidade estudantil e ex-alunos da ESAD.CR. Conta igualmente com uma sala multifunções – o Espaço Silos - que se destina à realização de exposições, mostras e *workshops*.

Pretende-se envolver uma comunidade multidisciplinar de práticas criativas e negócios, trabalhando permanentemente no local e em articulação com projetos de agentes externos. O seu crescimento passa pela integração em plataformas nacionais e internacionais de criatividade e cultura. O objetivo é facilitar as trocas de práticas culturais em movimentos livres e coordenados com plataformas já existentes, promover experiências, produção e *performances* de comunidades criativas em espaços de baixo custo face aos valores promovidos noutros locais que oferecem condições similares.

### **3.4 Caldas da Rainha na Região Oeste**

A Região Oeste é constituída pelos municípios de Alcobaça, Alenquer, Arruda dos Vinhos, Bombarral, Cadaval, Caldas da Rainha, Lourinhã, Nazaré, Óbidos, Peniche, Sobral de Monte Agraço e Torres Vedras, incorporando municípios dos distritos de Leiria e Lisboa. “É um espaço único, de ruralidade moderna, unido por uma herança cultural comum, cimentada em séculos de cultura da vinha e de tradições marítimas e piscatórias.

A proximidade a Lisboa e a situação estratégica na ligação a outros centros urbanos de referência tem sido a base do desenvolvimento da região Oeste. As autoestradas A8 (Lisboa/Leiria), (A17/A29 a ligar ao Porto) e A15 (Óbidos/Santarém), em conjugação com a IP6, A1, A23 (esta ligando a Espanha) tornam o acesso ao Oeste extremamente fácil e rápido e transformam qualquer deslocação à região num passeio cómodo e agradável. Ao mesmo tempo, a facilidade de acessos aos aeroportos internacionais de Lisboa e Porto, facilitam a ligação do Oeste a todos os grandes centros de Portugal e da Europa.”  
(Fonte: *Turismo do Oeste*)

O concelho das Caldas da Rainha faz parte do distrito de Leiria, da qual dista cerca de 50 quilómetros. Encontra-se a 80 quilómetros da capital e a sua centralidade em relação à Região Oeste à qual pertence, posicionam o concelho como um grande polo de comércio, serviços, cultura e desenvolvimento turístico.

“A área do concelho é de 25 916 hectares, sendo constituído por 16 freguesias: A-dos-Francos, Alvorninha, Carvalhal Benfeito, Coto, Foz do Arelho, Landal, Nadadouro, Nossa Senhora do Pópulo, Salir de Matos, Salir do Porto, Santa Catarina, São Gregório, Serra do Bouro, Tornada, Vidais e Santo Onofre. O Concelho faz fronteira a norte com o Concelho de Alcobaça, a leste com o de Rio Maior e a sul com o de Bombarral, Cadaval e Óbidos”. (*Fonte: Câmara Municipal das Caldas da Rainha*)

A localidade, cuja fundação ocorreu no final do século XV com a construção do Hospital Termal, erigido a mando da Rainha Dona Leonor de Avis e seu cônjuge D. Afonso II, viria a ter um grande desenvolvimento com Afonso V de Portugal, que ordenou reconstruir e ampliar o hospital. Durante treze anos, até ao fim da sua vida, ele próprio, a família real e a corte usufruíram anualmente das águas termais, o que permitiu à vila desenvolver-se em larga escala.

Caldas da Rainha atingiu o estatuto de vila em 1511. Apesar do desenvolvimento e prosperidade que conheceu na passagem da Idade Média para a Idade Moderna, o Concelho das Caldas da Rainha foi criado apenas em 1821. Foi durante o século XIX que a vila conheceu o seu maior esplendor, com a moda das estâncias termais, passando a ser frequentada pelas classes mais abastadas que aqui buscavam as águas sulfurosas para tratamentos. Complementarmente, a abundância de argila na região, permitiu que se desenvolvessem numerosas fábricas de cerâmica, que converteram a então vila num dos principais centros produtores do país, com destaque para as criações de Rafael Bordalo Pinheiro iniciadas na Fábrica de Faianças das Caldas da Rainha, entre 1884 e 1907.

O crescimento demográfico sentido no século XIX continuou no século XX, com a elevação da vila à categoria de cidade em 1927. Ao longo do tempo, outras artes além da cerâmica aqui prosperaram, como a pintura e a escultura, fazendo das Caldas da Rainha um centro de artes plásticas, onde se destacaram nomes como os de José Malhoa, António Duarte e João Fragoso. Nos dias que correm, Caldas da Rainha continua a ser

um centro urbano de grande prosperidade, dotado de um razoável complexo de comércio tradicional, aliado a uma forte herança cultural e artística.

O concelho das Caldas da Rainha é dos maiores em termos de área geográfica na Região Oeste. É administrativamente composto por 16 freguesias: A dos Francos, Alvorninha, Carvalhal Benfeito, Coto, Foz do Arelho, Landal, Nadadouro, Nossa Senhora do Pópulo (Caldas da Rainha), Salir de Matos, Salir do Porto, Santa Catarina, Santo Onofre (Caldas da Rainha), São Gregório, Serra do Bouro, Tornada e Vidais. Pelo número de freguesias periféricas, Caldas da Rainha é um concelho essencialmente rural, de média dimensão, onde a agricultura, especialmente a produção de hortofrutícolas, detém um papel preponderante na economia local.

A Entidade Regional de Turismo da qual a cidade das Caldas da Rainha faz parte é o Pólo Turístico do Oeste, um dos seis polos de desenvolvimento turístico<sup>5</sup> (Douro, Serra da Estrela, Oeste, Alqueva, Litoral Alentejano, Porto Santo) que pelas suas características específicas e distintivas, justificou a sua criação.

A localização das Caldas da Rainha é um dos seus pontos fortes. Outro é a sua gente, como refere José Hermano Saraiva: “Quando penso que esta é a única cidade portuguesa que nasceu de um hospital, começo a hesitar. É de hospital que derivam as palavras hospitaleiro, hospitalidade. A população das Caldas tem atrás de si uma verdadeira escola de hospitalidade. Durante séculos viveu de ver chegar os aquistas, recebê-los carinhosamente, acompanhá-los, animá-los no seu tratamento, despedindo-se e desejando à partida feliz regresso. E essa atitude afetuosa, cordial, repassada de simpatia, ainda hoje é um facto vivo”.

A par disso, a importância socioeconómica de Caldas da Rainha a nível regional é evidente. A cidade oferece um conjunto de serviços que a tornam bastante movimentada diariamente. Para além de um complexo comercial de razoável dimensão, dispõe igualmente de equipamentos fundamentais, quer na área dos cuidados de saúde, quer a nível cultural. Podemos afirmar que a área de influência das Caldas em diversos serviços estende-se aos concelhos de Alcobaça, Óbidos, Peniche e Bombarral.

---

<sup>5</sup> Conforme o Decreto-lei 67/2008 de 10 de Abril, alterado pelo Decreto-lei 187/2009 de 12 de Agosto.

## **CAPÍTULO IV – ESTÁGIO**

### **4.1 Estágio**

Neste terceiro capítulo do nosso relatório iremos descrever as principais tarefas realizadas no âmbito do nosso estágio, integrado no Programa de Estágios Profissionais na Administração Local. O estágio teve lugar no Gabinete de Turismo da Câmara Municipal das Caldas da Rainha, com início no dia 4 de Abril de 2011 e com a duração de um ano. Até 11 de Outubro, as instalações do gabinete estavam localizadas no edifício dos Paços do Concelho sendo que, a partir dessa data, o funcionamento passou a realizar-se numa sala cedida pelo Centro da Juventude das Caldas da Rainha, visto que se encontra numa fase final a abertura da nova Loja do Turismo das Caldas da Rainha, que agregará o Posto de Turismo, o Gabinete de Turismo e outros espaços relacionados com o sector e cuja abertura ao público deverá acontecer no próximo mês de maio ou junho de 2012. Outra mudança que ocorreu durante o estágio prende-se com a coordenação, que numa primeira instância esteve a cargo da Dra. Vânia Ferreira, mas que por motivo de saída da Câmara das Caldas, para ingressar na edilidade de Alcobaça, passou a ser responsabilidade do Dr. António Marques, Diretor Executivo da Expoeste e reconhecido dinamizador da atividade turística na cidade termal.

Após a saída da Dra. Vânia, o Gabinete passou a funcionar apenas com 2 elementos – nós próprios e a Dra. Anabela Martins. A estrutura do Pelouro do Turismo, tutelado pelo Dr. Hugo Oliveira, Vereador dos Pelouros da Juventude e Imagem, Modernização Administrativa e Novas Tecnologias, Património Municipal e Aprovisionamento, Desenvolvimento Económico e Mobilidade Urbana, inclui ainda uma equipa de 3 assistentes operacionais, que desenvolvem funções no Posto de Turismo, localizado do edifício dos Paços do Concelho: Iolanda Araújo, Fátima Godinho e Isabel Roldão.

Nos meses de verão pudemos ainda contar com a colaboração de 6 estagiários, oriundos do Curso de Turismo da ETEO – Escola Técnica e Empresarial do Oeste, e do Curso de Gestão e Organização de Eventos, do Centro de Formação de Santarém, que se ocuparam da dinamização das atividades no Centro Azul e do evento “Caldas.Artesanato”. Foi um período de trabalho intenso, pelo que não nos poderemos esquecer do contributo tão importante dado por Daniela Carvalho, Jéssica Gonçalves, Fábria Machado, Ana Alves, Susana Pinto e Jaime Carreira.

No início do nosso estágio, e após a assinatura do contrato, ficámos a conhecer os objetivos propostos, a serem alcançados ao longo dos 12 meses:

- a. Acompanhamento de projetos do setor turístico;
- b. Apoio e acompanhamento de todos os processos relativos à atualização de dados e informações (análise e tratamento de conteúdos) no âmbito turístico para a criação de suportes gráficos e digitais;
- c. Apoio a todas as animações turísticas e organização de eventos.

Como podemos observar, o nosso desempenho teria que ser bastante versátil, já que as funções inerentes à conclusão dos objetivos versavam tarefas bastante diversas, divididas em dois grupos de ações: por um lado, solicita-se um trabalho de pesquisa e planeamento, muito mais “teórico” e metódico (tratamento de conteúdos e acompanhamento de projetos); por outro lado, exige-se o apoio nas atividades e eventos turísticos, o que pressupõe uma série de tarefas de âmbito prático. Podemos afirmar que ficámos bastante entusiasmados com o trabalho proposto, que se viria a traduzir numa aplicação direta dos conhecimentos teóricos anteriormente adquiridos.

Ao longo do tempo que passámos nas Caldas da Rainha, muitos foram os momentos de satisfação, desafios, conquistas e novas experiências. Podemos garantir que todo o período de estágio foi bastante benéfico para efetivar alguns conhecimentos apreendidos anteriormente, especialmente nas componentes da logística de eventos, do marketing e da comunicação *online*.

#### **4.2 Redes Sociais e Comunicação Online**

A comunicação digital é uma ferramenta (ainda) recente e por isso pouco conhecida por diversas empresas e instituições. A internet é o meio onde a comunicação digital é mais explorada, apesar de não ser o único onde está presente. A popularização das novas tecnologias na sociedade permite às empresas, por meio da utilização da comunicação digital, uma maior proximidade e controle de seus clientes no processo de construção de marca. Com base nestes pressupostos, tentámos utilizar estas ferramentas de modo a potenciar o reconhecimento das Caldas da Rainha, dando a conhecer os seus recursos e atividades.

#### 4.2.1 Sítio do Turismo das Caldas

A página do Turismo das Caldas da Rainha está integrada no Portal da Câmara, a exemplo do que acontece com a maioria dos municípios portugueses. Ao longo de algum tempo, dedicámos o nosso esforço na melhoria da informação disponibilizada no sítio *online*. Em consequência desta situação, alterámos o aspeto gráfico da página inicial do sítio, passando a existir um *banner* com os cartazes dos eventos e iniciativas futuras. Incluímos igualmente uma hiperligação à página do Facebook e tentámos criar uma rede de comunicação entre as duas plataformas (sítio eletrónico e *Facebook*).

#### 4.2.2 Gestão de Conteúdos

Ao longo do período de estágio, estivemos responsáveis pela atualização e inserção de conteúdos (eventos, atividades e informações) no sítio do Turismo da Câmara Municipal das Caldas da Rainha, através do Sistema de Gestão de Conteúdos *Oracle*<sup>6</sup>. Para melhor entendermos a forma de inserção de conteúdos, anexamos um pequeno manual de instruções que nos foi disponibilizado pelo Gabinete de Imprensa da Câmara Municipal das Caldas da Rainha. (*Anexo I*)

#### 4.2.3 Perfil, página e grupo no *Facebook*

Um aspeto bastante relevante foi a criação de um perfil no *Facebook*, a posterior integração de página e criação do grupo Caldas da Rainha | Cidade dos Museus. Sabemos da importância que os canais *online* conferem à promoção de um produto ou destino. A criação e conseqüente crescimento do perfil na rede social decorreram de uma forma muito rápida, tendo a rede de “amigos” atingido o número limite imposto pelos administradores do *Facebook* – 5000 em pouco mais de um mês. A etapa seguinte passou pela incorporação de uma página própria, que ultrapassa atualmente os 900 “fãs”. Além disso, tem na sua rede mais de 1700 subscritores de atualizações públicas<sup>7</sup>.

Um objetivo que tentámos desde cedo alcançar prende-se com a partilha de informação de interesse turístico. Demos especial relevância à divulgação de eventos que decorreram no concelho, criando uma verdadeira rede de promoção através da rede

---

<sup>6</sup> **Oracle** é um sistema informático que detém várias ferramentas de edição de conteúdos, entre outras. Mais informações em <http://www.oracle.com/pt/index.html>

<sup>7</sup> Dados referentes a 8 de fevereiro de 2012

social. Ao longo dos dez meses retratados neste relatório, criámos mais de 20 eventos e divulgámos cerca de 160 eventos organizados por outras instituições. Podemos encontrar uma listagem com todos os eventos criados e partilhados em apêndice deste trabalho. (*Apêndices I e II*)

#### **4.2.4 Pesquisa e *Clipping*<sup>8</sup>**

Outra questão que tentámos explorar prende-se com a divulgação de todas as notícias que estivessem ligadas a Caldas da Rainha, especialmente sobre aspetos relacionados com o turismo, as artes e a cultura. Periodicamente realizámos uma pesquisa *online* e partilhámos as notícias no nosso perfil e página do *Facebook*. A partilha dos eventos e atividades culturais a terem lugar no Centro Cultural e de Congressos foi igualmente realizada, assim como vídeos do *Youtube* sobre diversos temas relacionados com a região.

### **4.3 Projetos e Eventos**

Outra vertente que tivemos a oportunidade de experienciar, e que faz parte do âmbito de competências do Gabinete de Turismo, prende-se com o desenvolvimento de projetos, geralmente em colaboração e em parceria com outras entidades. Por outro lado, a dinamização de eventos de índole cultural e turístico foi outro dos aspetos onde pudemos colaborar.

#### **4.3.1 Caldas das 1000 Imagens**

Projeto que inicialmente pretendia ser apenas um concurso de fotografias no *Facebook*, acabou por ser o mote para a elaboração e edição de uma nova coleção de postais ilustrados, em parceria com a *Vogal - Papelaria Técnica*, e cujo lançamento para o mercado deverá ocorrer em breve. A coleção engloba as 36 fotografias finalistas do concurso “Caldas das 1000 Imagens”, cujo desenvolvimento e organização referiremos posteriormente.

#### **4.3.2 Roteiro Turístico do TOMA<sup>9</sup>**

---

<sup>8</sup> *Clipping* é uma expressão idiomática da língua inglesa, que define o processo de seleccionar notícias em jornais, revistas, *sites* e outros meios de comunicação.

<sup>9</sup> **TOMA** é o nome dado ao projeto de mobilidade municipal, cuja linha de transportes urbanos visa melhorar a mobilidade e diminuir o número de automóveis que todos os dias circulam e



O sistema *MOOV-U BUS*<sup>10</sup> foi apresentado na tarde de 22 de setembro de 2011 - Dia Europeu Sem Carros - e funciona no autocarro que faz o percurso compreendido entre a Rainha e a Rua Heróis da Grande Guerra, percorrendo os pontos turísticos mais importantes.

Projeto desenvolvido tecnologicamente pela empresa caldense *Makewise*, possibilita a todos os cidadãos que utilizam a linha verde do TOMA a oportunidade de ficar a conhecer melhor os pontos turísticos da cidade e a deparar-se com sinais-sonoros que indicam aos invisuais cada paragem.

O *MOOV-U* é uma solução de gestão de conteúdos digitais para marketing digital de proximidade. Num ponto único, o sistema pode gerir vários meios de comunicação digital, como os *smartphones*, *muppies* digitais interativos e écrans de informação de autocarros em rotas urbanas, como é o caso do TOMA. Na fase de desenvolvimento deste projeto, o Gabinete de Turismo facultou todos os conteúdos relacionados com os sítios de interesse turísticos, fornecendo textos e fotografias ilustrativas dos vários locais que o roteiro integra.

Figura 4.1: Roteiro Turístico do TOMA – Apresentação oficial



Fonte: Própria

---

congestionam o trânsito no centro da cidade. Mais informação em [http://www.cm-caldas-rainha.pt/portal/page/portal/PORTAL\\_MCR/MUNICIPIO/TRANSPORTES\\_MOBILIDADE/PROJEC\\_TO\\_MODILIDADE](http://www.cm-caldas-rainha.pt/portal/page/portal/PORTAL_MCR/MUNICIPIO/TRANSPORTES_MOBILIDADE/PROJEC_TO_MODILIDADE)

<sup>10</sup> **Moov-U - Power to Interact** é uma solução de divulgação de informação, comunicação e interação em meios digitais. Focando a gestão no objeto de divulgação, através da mesma plataforma tecnológica, pode gerir simples e eficazmente os mais diversos meios e conteúdos informativos ou publicitários. Mais informação em <http://www.moov-u.net>

Figura 4.2: Roteiro Turístico do TOMA – Conteúdos



Fonte: Própria

Figura 4.3: Roteiro Turístico do TOMA – Conteúdos



Fonte: Própria

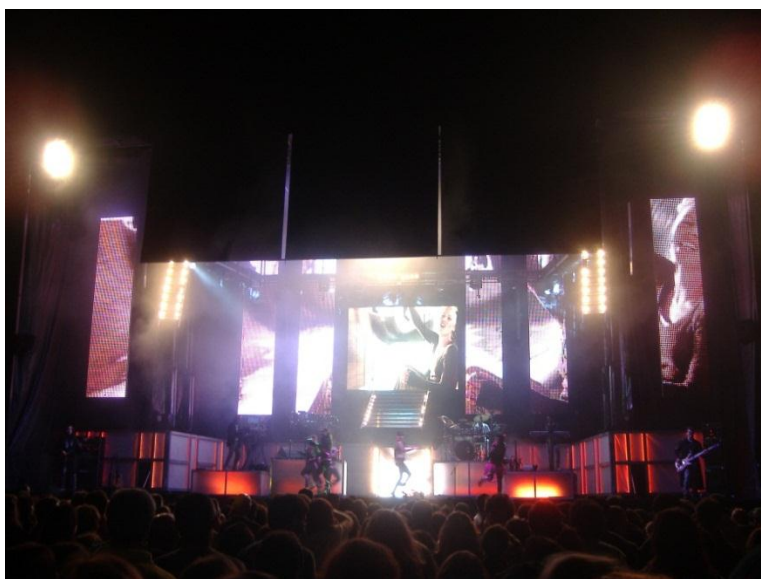
#### 4.3.3 Festas da Cidade | Agenda Cultural

No dia 15 do mês de maio celebra-se o feriado municipal nas Caldas da Rainha (decretado em 1962). Ao longo de todo o mês decorrem atividades culturais e de entretenimento. A coordenação e organização de todos esses acontecimentos ficou a

cargo do Gabinete de Turismo, que com a colaboração do Gabinete de Imprensa, edita anualmente uma agenda cultural contendo toda a programação.

Fizemos parte da equipa que coordenou o projeto e articulámos as informações que fomos recebendo das diversas instituições do concelho. O momento alto das celebrações acontece na véspera de dia 15, quando um concerto musical é oferecido a toda a população. Após esse evento, realiza-se um espetáculo de fogo-de-artifício. Durante esse dia, tratámos de toda a logística inerente à organização do concerto e do espetáculo pirotécnico, recebemos e acompanhámos todo ao *staff* (artistas e equipa técnica) ao restaurante e solucionámos várias situações técnicas para que tudo acontecesse como previsto e sem percalços. Em anexo poderemos visualizar a Agenda das Festas da Cidade. (*Anexo II*)

Figura 4.4: Espetáculo musical com a Banda *Função Pública*, celebrativo do Feriado Municipal



Fonte: Própria

#### **4.3.4 Cineturismo no Oeste**

Tratou-se do primeiro evento inteiramente organizado pelo Gabinete de Turismo em que tivemos a oportunidade de colaborar. Decorreu no auditório do Centro da Juventude das Caldas da Rainha durante o dia 26 de Maio, e pretendeu divulgar o que de melhor se produz a nível dos filmes de promoção turística.



Ao longo de um dia, contámos com a presença cerca de 50 pessoas na assistência, que tiveram a oportunidade de visionar um conjunto significativo de filmes turísticos, selecionados do Festival *Art & Tur*, em formato 2D e 3D, e assistir a uma palestra sobre a importância do audiovisual na promoção turística, que contou com a presença do Doutor Francisco Dias e do Mestre Valdemar Martins, docentes da Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar.

Figura 4.5: Cartaz do Evento *Cineturismo no Oeste*



Fonte: Gabinete de Comunicação da Câmara Municipal das Caldas da Rainha

#### 4.3.5 Caldas.Artesanato | Praça das Artes

O evento Caldas.Artesanato | Praça das Artes decorreu ao longo dos meses de agosto e setembro, inserido no programa de animação de verão “Caldas Anima” e contou com cinco edições, realizadas no Largo José Barbosa, às sextas-feiras, das 22:00 às 23:30, de 05 de Agosto, até dia 02 de Setembro, inclusive.

A Praça das Artes, para além integrar espaços de exposição e venda de artesanato, contou sempre com animação musical ao vivo. Tentámos deste modo promover a comercialização e divulgação de várias expressões artesanais, com especial destaque ao artesanato contemporâneo. O lugar escolhido para se desenvolverem estas iniciativas foi o Largo José Barbosa, localizado bem no centro da cidade e muito aprazível para receber este género de atividades. Ao longo de 5 noites, muitas foram as pessoas que puderam conhecer e adquirir diversas peças de artesanato, além de assistir a concertos de bandas da região, onde várias correntes de música *jazz* puderam ser apreciadas.

Figura 4.6: *Caldas. Artesanato | Praça das Artes – Animação Musical*



Fonte: Própria

#### **4.3.6 Presença em Feiras - Expo Região 2011**

A Expo Região decorreu de 19 a 22 de Maio de 2011 na Expoeste. Trata-se de uma feira que pretende promover as atividades económicas da região e contou com a sua 17<sup>a</sup> edição. Paralelamente decorreu a II Feira de Ensino, Formação e Emprego – Emprega 2011, organizada pelo Ponto de Ajuda – Contrato Local de Desenvolvimento Social, da Santa Casa da Misericórdia das Caldas.

Este certame pretendeu divulgar e criar um espaço de partilha e orientação para as questões do emprego e formação profissional, com a presença de várias empresas de recrutamento e seleção e ofertas de emprego, ensino e formação, empreendedorismo, voluntariado e mostra de atividades económicas.

Constando igualmente do programa de atividades, realizaram-se sessões temáticas sobre orientação profissional, a vertente profissional e as novas realidades do mercado de trabalho. Em complementaridade e em colaboração com a Associação Comercial dos Concelhos de Caldas da Rainha e Óbidos foi ainda organizada uma mostra de doçaria regional.

O Município das Caldas da Rainha fez-se representar através de um *stand* “*open space*”, que incorporou várias vertentes da identidade cultural da cidade termal. Assim, pudemos contar com uma representação da “Praça da Fruta”, com bancas de madeira e produtos regionais, peças de faianças Bordallo Pinheiro de grandes dimensões, uma peça escultórica do Centro de Artes, um monitor de vídeo (onde foram difundidos filmes promocionais de vários pontos de interesse da cidade), integrado numa bicicleta com a figura do Zé Povinho, uma mostra de faianças da empresa Molde, uma apresentação de doces e bolachas de chocolate da Bombondrice<sup>11</sup> e ainda uma degustação de vinhos da região.

Durante os 4 dias do certame, tivemos a oportunidade de promover a região e os seus produtos mais emblemáticos. Representou uma nova aprendizagem pessoal, dado que contactámos e trabalhamos com muitos colaboradores de diversos serviços da Câmara, tendo sido uma forma muito interessante de nos integrarmos na instituição onde exercemos funções durante 12 meses.

---

<sup>11</sup> **Bombondrice** é uma fábrica de chocolate das Caldas da Rainha, que engloba igualmente um espaço de visita, onde se pode conhecer todas as etapas do fabrico de chocolate. Mais informações em <http://www.bombondrice.pt/>

Figura 4.7: *Expo Região 2011* – Stand da Câmara Municipal das Caldas da Rainha



Fonte: Própria

Figura 4.8: *Expo Região 2011* – Equipa da Câmara Municipal das Caldas da Rainha



Fonte: Própria

#### 4.3.7 Presença em feiras - XXXIX Exposição Nacional e Pré-Ibérica de Columbofilia

A Federação Portuguesa de Columbofilia realizou de 12 a 15 de janeiro de 2012, na Expoeste, a 39ª Exposição Nacional e Pré-Ibérica, onde estiveram em exibição cerca de 500 pombos-correios, que participaram nas provas mais importantes do calendário nacional. O certame, que recebeu cerca de 6 mil visitantes de norte a sul do país, contou também com uma vertente comercial, com 75 *stands*. A convite da Federação Nacional de Columbofilia, o Município das Caldas da Rainha marcou presença no certame. Elaborámos um *stand* com alguns dos motivos mais representativos da cidade termal: peças de faianças Bordallo Pinheiro, Beijinhos, Cavacas das Caldas e licores biológicos. As paredes do *stand* foram decoradas com algumas das fotografias finalistas do concurso “Caldas das 1000 Imagens” e o comércio tradicional esteve representado por um carrinho de compras. Vários vídeos das Caldas foram apresentados num monitor, numa parceria com a Tv Caldas<sup>12</sup>.

Figura 4.9: Exposição Nacional de Columbofilia 2011 – Stand da Câmara Municipal das Caldas da Rainha



Fonte: Própria

<sup>12</sup> A **Tv Caldas** é uma plataforma web, dinamizada pelo Centro da Juventude das Caldas da Rainha, que tem como objetivo a divulgação da atividade artístico-cultural das Caldas da Rainha, tal como, fomentar o comércio, associativismo e tradição local. Mais informações em <http://www.tvcaldas.com>



#### **4.3.8 Exposições na Galeria Municipal Osiris - “Arte de Recordar” e “Caldas das 1000 Imagens”**

A Galeria Osiris localiza-se no edifício dos Paços do Concelho, cujo acesso exterior é feito através do Posto de Turismo. Longe da dinâmica de outros tempos (antes da construção do Centro Cultural e de Congressos), a Galeria é atualmente um espaço pouco usado e cujas condições de funcionamento deixaram de ser as melhores. Apesar disso, tentámos dinamizar o recinto e ao longo do estágio tivemos o privilégio de coordenar a organização de duas exposições com temáticas distintas: “Arte de Recordar” e “Caldas das 1000 Imagens”

A Exposição “Arte de Recordar”, da autoria da pintora Inês Neves<sup>13</sup>, que decorreu entre 3 de junho e 3 de julho de 2011. A mostra foi composta por 73 aguarelas, ilustrando todo o património religioso edificado do concelho, e representativo das 16 freguesias das Caldas da Rainha. A artista, natural da Batalha, tem desenvolvido trabalhos sobre vários concelhos do distrito de Leiria, tendo já realizado o levantamento do património religioso edificado e posteriormente compondo as suas telas sobre os concelhos de Alcobaça, Nazaré, Porto de Mós, Batalha e Caldas da Rainha.

Interessa realçar que a quase totalidade das 73 aguarelas que compuseram a exposição na Galeria Osiris foram adquiridas pelas Juntas de Freguesia do concelho, o que traduz a qualidade dos trabalhos expostos e o interesse patrimonial que cada aguarela concede.

---

<sup>13</sup> **Arte de Recordar** é também o nome do blogue de Inês Neves, onde podem ser visualizadas todas as obras expostas na Galeria Municipal Osiris – [www.artederecordaravida.blogspot.com/search/label/Concelho%20de%20Caldas%20da%20Rainha](http://www.artederecordaravida.blogspot.com/search/label/Concelho%20de%20Caldas%20da%20Rainha)

Figura 4.10: Cartaz da Exposição *Arte de Recordar*

osíris  
No Município das Caldas da Rainha

Galeria  
**osíris.cr**

**3 de Junho**  
(Inauguração às 18h30)

**«Arte de Recordar»  
de Inês Neves**

Exposição de aguarela dedicada às Igrejas do Concelho das Caldas da Rainha.

**De 3 de Junho a 3 de Julho de 2011**

Horário:  
Segunda a Sexta  
- 9h30-18h30  
Sábados e Domingos  
- 10h30-13h00 | 15h00-18h30  
Encerrado aos Feriados



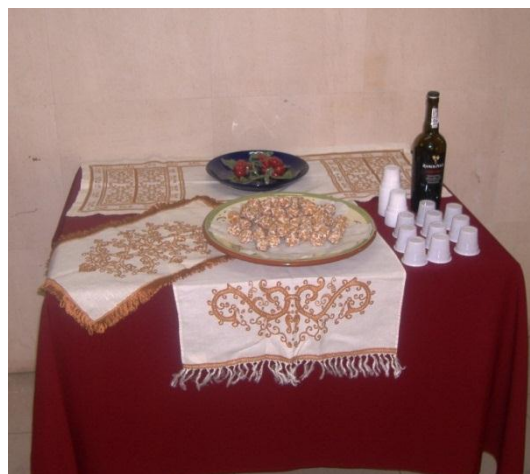
Fonte: Gabinete de Comunicação da Câmara Municipal das Caldas da Rainha

Figura 4.11: Exposição *Arte de Recordar* – Inauguração



Fonte: Própria

Figura 4.12: Exposição *Arte de Recordar* – Porto de Honra



Fonte: Própria

Outra exposição que teve lugar na Galeria Osíris, cuja organização resultou de uma parceria entre o Gabinete de Turismo e o Estúdio de Fotografia Foto Franco, apresentou o resultado do concurso de fotografia “Caldas das 1000 Imagens”, anteriormente promovido através do Facebook. A exposição esteve patente de 15 de julho de 2011 até meados do mês de setembro e contou com 36 fotografias finalistas, selecionadas de mais de 150 fotos a concurso.

Tratou-se de uma ótima experiência profissional, já que todo o processo produtivo foi de nossa autoria, desde a ideia de promover o concurso à organização da exposição. A seleção das fotos foi realizada por um júri composto pelos seguintes elementos: Marcos Pinto, Presidente da Associação dos Fotógrafos Profissionais de Portugal; Filipa Godinho, *Web designer* da Câmara Municipal das Caldas da Rainha; João Frade, Presidente da Associação Comercial dos Concelhos das Caldas da Rainha e Óbidos, João Bernardes, representante do Turismo de Oeste e de nós próprios. A votação decorreu de uma forma bastante participativa e a apreciação das fotografias nem sempre foi consensual, o que tornou o acontecimento bastante mais interessante, já que houve uma análise crítica bastante evidente. Como resultado deste processo, foram escolhidas 36 fotografias, que posteriormente integraram uma exposição na Galeria Municipal Osíris, e cujos contornos iremos mais tarde descrever. Podemos visualizar o cartaz da iniciativa em anexo. (*Anexo III*)

Figura 4.13: Exposição *Caldas das 1000 Imagens* – Inauguração



Fonte: Própria

#### **4.3.9 Dia Europeu Sem Carros 2011**

Tratou-se de um evento organizado pelos Gabinetes de Turismo e Ação Social que, apesar de não ter uma índole turística, tenta promover a mobilidade e a exploração pedestre dos espaços urbanos. O Dia Europeu Sem Carros foi assinalado com diversas atividades: *Cycling*, jogos de xadrez, divulgação de bicicletas, motas e carros elétricos, ação de promoção de seguros para bicicletas. Além disso, a autarquia colocou a utilização do TOMA de forma gratuita, de modo a promover o uso de transportes públicos no centro da cidade.

A iniciativa *Dia Europeu Sem Carros*, que foi lançada em 2002 e que conta com o apoio da Comissão Europeia, tem como objetivo sensibilizar os cidadãos para as vantagens de andarem a pé, de bicicleta e de transportes públicos. E também encorajar as cidades a promoverem um sistema de transportes eficaz ao nível dos recursos, a promoção do uso de combustíveis limpos e de propulsão humana.

Apesar de ser um ano de contenção financeira, o Município das Caldas não deixou de assinalar o dia. A animação na cidade foi a custo zero, assente sobretudo em parcerias com entidades exteriores, nomeadamente o Ponto de Ajuda, Banco de Voluntariado da Escola Secundária Raul Proença, IEFP, Ginásio Balance, Associação Tabuleiro de

Cores, Liberty Seguros, Associação Marcar o Ritmo, Auto Júlio, Almeida e Santos, Turn in Green e Move Free.

O cartaz para assinalar este dia foi de nossa autoria. Esta situação ficou a dever-se ao facto de o Gabinete de Comunicação da Câmara das Caldas da Rainha deixar de contar com a colaboração de um designer gráfico, por motivos de termo de contrato. (Anexo IV).

Figura 4.14: Dia Europeu Sem Carros 2011 – Aula de Cycling



Fonte: Própria

Figura 4.15: Dia Europeu Sem Carros 2011 – Divulgação de veículos elétricos



Fonte: Própria

#### **4.4 Plano de Comunicação**

Um projeto que nos foi solicitado prende-se com a elaboração de um Plano de Comunicação do Turismo das Caldas, inserido no Plano de Desenvolvimento de Turismo das Caldas da Rainha. Iniciámos o processo de conceção do plano apoiando-nos em alguma pesquisa anteriormente realizada pelo Gabinete de Turismo.

##### *A importância de um Plano de Marketing e Comunicação*

Nas instituições modernas (públicas e privadas) existe uma grande preocupação em tentar conhecer os seus clientes, de modo a estabelecer uma melhor relação entre a procura e a oferta. Só através de um planeamento eficaz, assente em estudos de mercado e integrando todos os agentes participantes (concorrentes, fornecedores, conjuntura económica, política e social, entre outros) se consegue alcançar tal feito. O planeamento tem como primeira vantagem proporcionar ao dirigente uma visão clara das escolhas possíveis em relação ao futuro. Permite-lhe assegurar de que as ações propostas e os orçamentos são coerentes com as orientações escolhidas e com a ambição do projeto. Através de uma calendarização precisa de realização no tempo e da implementação de meios de controlo, será melhor seguir as fases de desenvolvimento da sua ideia e considerar eventuais ações corretivas. A postura básica no planeamento do marketing turístico é ser simples e “a melhor maneira de iniciar um estudo é tentar organizar as próprias ideias, colocando-as no papel” (Dencker, 1998).

No planeamento deve-se verificar a finalidade e a necessidade da sua proposta de marketing, deixar clara a definição do problema de marketing, avaliar se o produto ou serviço tem o plano correto de marketing e se o retorno traz benefícios ao turismo.

Outro facto importante no planeamento turístico é o conhecimento da procura, que pode ser entendido por “volume total que seria comprado por um grupo definido de consumidores, em determinada área geográfica, em período de tempo definido, sob um determinado programa de marketing” (Kotler, 1994). O conhecimento da procura pode implicar segmentação do mercado segundo: dificuldade de acesso, inexistência de serviços turísticos, custo elevado, desconhecimento do produto; com relação à distância: local, regional, nacional, internacional; por rendimento e consumo: turismo popular, social, de luxo; e por motivações: turismo de negócios, desportivo, de aventura, religioso,

cultural, científico, gastronómico, estudantil, de congressos, de saúde, ecológico, de terceira idade (Kotler, 1994).

O planeamento “deve ser focado para atingir os objetivos de aumento de procura de turistas, de aumento de ocupação de um hotel ou de um voo e assim por diante” (Cobra, 2001). Significa encontrar oportunidades atraentes e desenvolver estratégias de marketing rentáveis.

O planeamento de marketing compreende (Cooper, et al., 2003):

- Fixação de objetivos;
- Avaliação de oportunidades;
- Planeamento de estratégias de marketing;
- Desenvolvimento dos planos de marketing.

O Plano de Marketing, portanto, integra o planeamento estratégico de marketing, que por sua vez, ao ser formulado, deve considerar não apenas as variáveis controláveis da empresa (variáveis do ambiente interno da organização ou micro ambiente de marketing), mas também as variáveis externas (incontroláveis) que dizem respeito aos ambientes competitivo, económico, tecnológico, político e legal, sociocultural e além disso, os recursos e objetivos da empresa.

A falta de planeamento de marketing poderá resultar em várias consequências, entre as quais o desperdício de crescimentos potenciais de mercado e de novas oportunidades de marketing; a falta de manutenção da procura por causa da expansão dos mercados e diminuição da quota de mercado, devido às ações dos concorrentes; problemas de procura em períodos de época baixa (sazonalidade); pouco conhecimento das ofertas de produtos no destino; má imagem do destino; falta de apoio para iniciativas cooperativas de marketing; serviços de informação turística de baixa qualidade ou inadequados; diminuição dos níveis de qualidade abaixo dos limites aceitáveis; dificuldade na atração de intermediários para a venda ou produção de pacotes turísticos; insatisfação ou falta de motivação dos funcionários dos serviços turísticos.



Assim sendo, a implementação de um plano de marketing pode contribuir para a diminuição de muitos obstáculos enfrentados pelas estruturas turísticas, que embora não possam garantir o sucesso, podem tornar uma organização menos vulnerável às forças de mercado e a situações imprevisíveis. Passamos seguidamente a expor o plano que elaborámos.

## **A. Introdução**

Considera-se que o turismo pode constituir uma importante aposta de intervenção da Câmara Municipal e é nesse sentido que se parte para a conceção da estratégia, alicerçada nos recursos endógenos do território e na identidade cultural, base para todo o processo. O planeamento estratégico deverá concentrar-se essencialmente nos seguintes aspetos:

- Aproveitamento, valorização e desenvolvimento de recursos;
- Melhoria de equipamentos e serviços de apoio aos turistas, de modo a melhor satisfazer as necessidades durante a sua estada, através da reabilitação e/ou da criação de novas infraestruturas;
- Melhoria das acessibilidades, sinalização e informação turística (por exemplo: postos de informação/uniformização da sinalética dos pontos de interesse da cidade);
- Organização de ações de formação dos recursos humanos, de modo a certificar a formação turística (por exemplo: funcionários do turismo e guias turísticos locais);
- Criação de suportes gráficos e digitais atualizados e atrativos;
- Captação de investimentos e candidaturas a fundos estruturais de investimento, que permitam ir ao encontro das necessidades do turismo das Caldas da Rainha;
- Comunicação de Marketing: institucional – através da criação de uma imagem representativa do turismo da cidade das Caldas da Rainha de forma a captar um novo posicionamento e reconhecimento nos mercados (por exemplo feiras de turismo) e promocional – através da captação e fidelização de visitantes (*cartazes outdoor*).

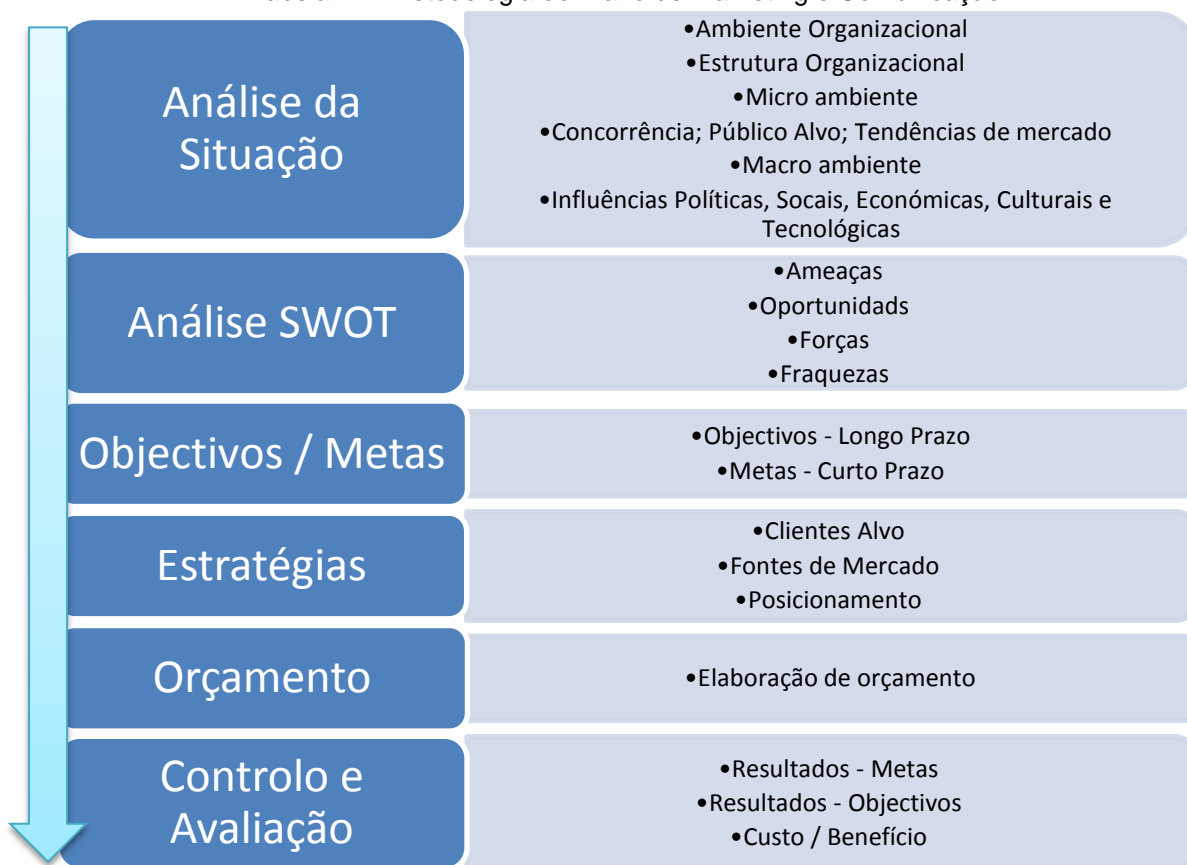
Enquanto o Marketing Institucional desenvolvido por uma empresa serve de apoio aos objetivos comerciais da organização, através da consolidação de sua boa imagem, no turismo a ação institucional tem por finalidade destacar e diferenciar um determinado destino. A divulgação de um território turístico pode tornar-se uma iniciativa desenvolvida



por organismos governamentais, uma vez que tendem a beneficiar toda a comunidade: o fluxo turístico movimentar a economia, proporciona consumo em diversos setores empresariais, gera empregos, e resulta em maior obtenção de taxas e impostos para a administração pública.

Tendo em conta estes princípios, e para melhor organizar o nosso trabalho, mostramos seguidamente a metodologia que iremos utilizar:

Tabela 4.1: Metodologia do Plano de Marketing e Comunicação



Fonte: Própria. Adaptado de <http://www.iapmei.pt/iapmei-art-03.php?id=2343>

## B. Análise da situação do Turismo no Concelho das Caldas da Rainha

A fase preliminar do diagnóstico da situação, que deve levar em conta quer as variáveis externas, quer as internas à instituição, permite avaliar as tendências de evolução do mercado e a posição atual e potencial da marca dentro desse contexto.

A análise da situação pode ser decomposta em duas grandes etapas: a análise externa, ou macroambiente de marketing, que visa identificar as oportunidades e ameaças e a

análise interna, que diz respeito à identificação das forças e fraquezas da empresa face à concorrência.

A análise ao meio envolvente externo inclui fundamentalmente a estrutura, a segmentação, as tendências do mercado e a influência que essas tendências exercem sobre a economia, a demografia e a geografia, a cultura, a ecologia, a tecnologia, os canais de distribuição e o seu poder negocial, a concorrência e as suas práticas de venda. Pode-se acrescentar, ainda à análise externa, outros fatores que condicionam a atividade turística, como a política, as taxas de câmbio, a alteração do preço do petróleo, as catástrofes ambientais.

No meio envolvente interno ou funcional, a análise deve centrar-se ao nível da empresa e dos produtos e serviços. Ao nível organizacional é necessária uma análise funcional, financeira, estrutural, aos ativos físicos, aos recursos humanos, ao risco empresarial e à capacidade competitiva.

Ao nível de produtos e mercados, deve ser analisada a natureza dos produtos e serviços, o sistema de eficiência de gestão de qualidade, níveis de preços, os sistemas de apoio pós-venda e as relações, apoio e eficácia dos sistemas de publicidade, promoção, ação comercial e distribuição.

Aproveitando um diagnóstico anteriormente realizado pelo Gabinete de Turismo, podemos afirmar que a situação atual do turismo no concelho caracteriza-se em traços largos por:

- Turismo sol e mar de muito pouco valor acrescentado e com curta época balnear. Existem duas praias no concelho - a praia da Foz do Arelho e a de Salir do Porto. A da Foz do Arelho tem maior visibilidade a nível nacional, sendo muito procurada por pessoas da região. Durante o verão realizam-se eventos tanto diurnos como noturnos. No turismo náutico a Lagoa de Óbidos é aproveitada para alguns desportos, como vela e *windsurf*.
- Turismo cultural com muita potencialidade mas pouco consolidado. Existência de vários museus, de um centro cultural e de um centro de exposições; Elevado número de edifícios de estilo Arte Nova (muitos deles a necessitarem de conservação urgente); Elementos decorativos e arquitetónicos relacionados com a presença de Bordallo Pinheiro na cidade; Vasta tradição em artesanato (bordados e louça decorativa).

- Turismo gastronómico: riqueza gastronómica, existindo um variado número de pratos confeccionados com produtos frescos das hortas da região. Caso curioso é o elevado número de excursionistas que passam pela cidade para adquirir os produtos hortícolas na “Praça da Fruta”, especialmente ao sábado de manhã.
- A taxa média de ocupação dos hotéis é baixa e a duração de estadia muito curta. Os empregos gerados pelo sector turístico são muito reduzidos. Oferta hoteleira pouco atrativa, mostrando sinais de alguma melhoria (abertura do Hotel *Sana Silver Coast* e reconversão de alguns estabelecimentos, caso do Hotel Avenida e Hotel Dona Leonor).

No diagnóstico das principais debilidades, constata-se uma situação muito distante do que se pode considerar um destino turístico competitivo. O concelho tem argumentos interessantes ao nível dos recursos primários de atratividade, tanto naturais como histórico-culturais, assim como alguns equipamentos para uso turístico, mas que não se tem conseguido afirmar como destino recetor.

Além do mais, o nível de notoriedade e reconhecimento de Caldas da Rainha como destino turístico pelos mercados é muito baixo. Situação que se agrava devido à localização inadequada do Posto de Turismo, falta de sinalética adequada e desatualização (e por vezes inexistência) de suportes gráficos de informação promocional (desdobrável turístico, mapa da cidade).

### **C. Análise SWOT**

Após o diagnóstico da situação é extremamente importante sintetizar a informação para facilitar a compreensão e a utilização da mesma.

Com este intuito surge a análise SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities and threats*) como um diagnóstico exaustivo que permite à empresa fazer o prognóstico da situação, definindo as condições fundamentais que servem de base ao lançamento de estratégias de longo prazo que permitem o sucesso da empresa na sua atividade de mercado.

Tabela 4.2: Análise SWOT do Turismo das Caldas da Rainha

Pontos Fortes	Pontos Fracos
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Património histórico e cultural rico abrangendo múltiplas áreas, com boas capacidades de aproveitamento e transformação em produtos turísticos;</li> <li>- Boas acessibilidades rodoviárias e ferroviárias;</li> <li>- Facilidade de circulação automóvel entre os vários locais turísticos, o que favorece o lançamento de produtos considerados estratégicos para o município e a sua região pelo PENT;</li> <li>- Sensibilidade da população residente e das instituições locais e regionais para o Turismo como fator de desenvolvimento;</li> <li>- Forte capacidade do concelho para atrair e fixar populações, principalmente no que se refere às camadas jovens e de estratos socioeconómicos médios e médios altos.</li> <li>- Proximidade de localidades fortemente atrativas turisticamente (Óbidos, Peniche e Nazaré);</li> <li>- Proximidade com a capital;</li> <li>- Segurança e clima ameno;</li> <li>- Existência de infraestruturas com qualidade para a captação de eventos de importância nacional e internacional: Centro Cultural e de Congressos, Expoeste, Centro de Alto Rendimento de Badminton e demais infraestruturas desportivas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta de captação de turistas comparativamente com o número de visitantes;</li> <li>- Taxa de ocupação baixa na globalidade dos estabelecimentos de alojamento;</li> <li>- Falta de marca, <i>slogan</i> e logótipo associado ao turismo das Caldas da Rainha;</li> <li>- Incipiente cooperação institucional (entre instituições públicas e público -privadas);</li> <li>- Ausência de produtos turísticos integrados e estruturados, capazes de atrair investimentos especializados;</li> <li>- Ausências de serviços especializados, cuja diferenciação lhes permita afirmarem-se nos mercados turísticos;</li> <li>- Debilidade do ambiente económico para atrair novos investimentos mas também da dinâmica do tecido empresarial;</li> <li>- Carências na qualificação dos recursos humanos;</li> <li>- Baixa qualidade dos serviços turísticos;</li> <li>- Fracas condições para a transformação dos visitantes em turistas;</li> <li>- Inadequada localização do Posto de Turismo e falta de publicações com informação turística;</li> <li>- Ausência de interação entre residentes e visitantes;</li> <li>- Ausência de “novas experiências” para atrair o turista.</li> </ul>
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crescente desenvolvimento do Turismo, principalmente nas áreas em que o município é rico em recursos (naturais e culturais) ou tem grandes potencialidades em produtos (<i>Touring</i>, por exemplo);</li> <li>- Localização geográfica;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Transformação do concelho numa “terra de passagem”, embora do constante crescimento da população residente;</li> <li>- Falta de interesse dos investidores por Caldas da Rainha, face à sua fraca atratividade;</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Proximidade de localidades que geram movimentos turísticos (mercado do golfe);</li> <li>- Tendência dos mercados para criarem produtos turísticos com base em recursos que o concelho possui;</li> <li>- Tendência dos mercados para o desenvolvimento de férias curtas (<i>short breaks</i>), espalhadas várias vezes por ano segundo motivações diferenciadas;</li> <li>- Interesse institucional de várias entidades e organizações no território, públicas e privadas, no desenvolvimento do Turismo;</li> <li>- Existência de carências relevantes ao nível do investimento produtivo nas áreas cultural e ambiental, designadamente pelo lançamento e fixação no concelho de Empresas de Animação Turística e de Agências Turísticas;</li> <li>- Disponibilidade de instrumentos de planeamento estratégico de grande relevância para a estruturação da oferta turística do concelho;</li> <li>- Turismo como sector de diversificação da economia local;</li> <li>- Possibilidade de conseguir apoios comunitários para apostar nos produtos estratégicos;</li> <li>- Possibilidade de desenvolver o turismo náutico na Lagoa de Óbidos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fortes carências na implementação de um modelo institucional específico, voltado para o desenvolvimento do Turismo;</li> <li>- Carência de meios (especialmente de recursos humanos com formação adequada).</li> <li>- Descida constante do poder de compra;</li> <li>- Taxa de desemprego elevada.</li> </ul>
--	---

Fonte: Própria

Face ao confronto destes fatores, conclui-se que a competitividade do turismo das Caldas da Rainha poderá ser substancialmente aumentada se a transformação a realizar neste domínio assentar numa oferta turística corretamente concebida, planeada, estruturada, organizada e promovida, fundamentada nas cinco grandes motivações turísticas existentes – história e cultura, ambiente natural, litoral/ruralidade e saúde/bem-estar, sempre baseada em produtos e serviços de elevada qualidade.

Julgamos que a competitividade, nestes casos, passa por estimular todos os meios utilizados na criação de valor, associando-os ao desenvolvimento (ou mesmo reconversão) das formas de turismo existentes, com prioridade absoluta para colmatar as carências de alojamento que estão a condicionar Caldas da Rainha como destino turístico, pelo que a transformação a operar neste domínio estará fortemente dependente da imagem que o turista e o investidor tiverem do município.

Deste modo surge a necessidade de utilização de uma marca para que o consumidor ou turista saiba avaliar e distinguir com facilidade os produtos e serviços turísticos de Caldas da Rainha – melhoria da imagem percebida. A marca deverá ser aproveitada na perspetiva de uma estratégia diferenciadora, desempenhando o papel de elemento identificador, valorativo e diferenciador da oferta.

Paralelamente verifica-se que o posicionamento geográfico do território facilita a sua transformação numa “terra de passagem” entre Lisboa, Óbidos e a Região Leiria/ Fátima.

Comparando esta situação com os pontos fortes, verifica-se que o concelho dispõe de instrumentos capazes de se defender desta situação e de lhe pôr cobro, através da utilização adequada dos seus recursos (ou procedendo à requalificação de situações já identificadas), realçando-se aqui a necessidade de criação de uma imagem sólida e coerente, onde o “todo pode ser superior à soma das partes”.

O PENT aponta para o nosso polo turístico o desenvolvimento dos seguintes produtos: *Touring Cultural* e Paisagístico, Golfe e *Resorts* Integrados no Turismo Residencial, podendo ainda abranger através da nossa região Centro: Gastronomia e Vinhos, Turismo de Natureza e Saúde e Bem-Estar.

Estaremos também atentos a possíveis áreas de intervenção, que mesmo não fazendo parte do plano, demonstrem contribuir para a adequada estruturação do nosso destino turístico.

- Turismo ativo e desportivo, atraindo campeonatos regionais, nacionais e internacionais.
- Turismo Termal com história, infraestruturas e serviços de apoio mas que não acompanharam as potencialidades da nova vertente do termalismo como conceito

de bem-estar estando focado somente para a uma vertente clínica e /ou de tratamento.

- Turismo de negócios ou MICE – O concelho abriga um Centro Cultural e de Congressos, infraestrutura essencial para a captação para o turismo de negócios. No entanto, carece de infraestruturas base (hotelaria) para estimular este tipo de turismo.

#### **D. Objetivos (longo prazo)**

O estabelecimento de objetivos (longo prazo) e metas (curto prazo) é bastante importante, uma vez que se inicia o processo de definição da estratégia e se determina a sua direção. Assim, torna-se relevante que os objetivos sejam definidos da forma mais correta, ou seja, deve ser evitado qualquer tipo de ambiguidade na sua definição, devem ser quantificados e assegurado que as pessoas que irão contribuir para o seu cumprimento os compreendam.

Os objetivos deverão ser claros, reais e realistas para poderem ser comparados no futuro com os resultados efetivamente alcançados, então a empresa tem de estabelecer controlos e pontos de comparação de desempenho para avaliar o seu desempenho.

Num plano de marketing, os objetivos devem também estar quantificados como, por exemplo, estabelecer o volume de vendas a alcançar, índice de satisfação dos clientes, quota de mercado. Podem definir-se como os horizontes a alcançar num determinado período de tempo que preferencialmente deverão ser quantificados. No caso de uma empresa hoteleira poder-se-iam considerar enquanto objetivos, por exemplo, o aumento dos benefícios relativamente ao exercício anterior, numa determinada percentagem; o aumento da quota de penetração da empresa no mercado numa dada percentagem; a melhoria da imagem da empresa face aos agentes e aos sujeitos envolvidos no processo (clientes, agentes de viagens, grandes operadores); criação de novos produtos que possam alargar a oferta do hotel; a atração de novos segmentos de procura de origens distintas do habitual, entre outros.

Seguidamente importa fixar e aprovar as estratégias que possibilitarão alcançar os objetivos antes delineados, considerando diferentes alternativas em termos de métodos de procedimento assim como a aplicação da teoria custo/benefício nas diferentes ações empreendidas. Neste contexto, importa realizar um inventário dos métodos a aplicar face

às alternativas possíveis de atuação e assim construir diversos cenários dispondo sempre de opções que revelem eficácia e rendibilidade da ação.

No extremo, o termo estratégia significa a arte, a habilidade e a técnica de conseguir combinar o mais eficazmente possível, os diferentes meios disponíveis criando linhas de atuação e gestão possíveis, tendo em vista alcançar os objetivos antes definidos. Podemos considerar diferentes tipos de estratégias mas há que ter sempre em mente que a estratégia deve conjugar os menores custos relativos e a obtenção dos maiores benefícios.

Traçamos alguns desafios para alicerçar uma visão do futuro do Turismo nas Caldas da Rainha:

- Caldas da Rainha será um destino procurado por viajantes que procurem conhecer o património histórico e cultural presente na cidade com uma variedade de experiências ao seu dispor;
- Contará com Rotas temáticas dos recursos turísticos do concelho;
- O centro da cidade e a zona histórica estarão revitalizados, contando com atividades de animação, tendo em conta a preservação de tradições e da cultura da cidade;
- Aumento da oferta de alojamento e qualidade dos serviços;
- 1 Megaevento por ano;
- Marca que represente as Caldas e os seus produtos fora do concelho.

#### **E. Metas (curto prazo)**

Para conseguir alcançar os objetivos deverão ser tomadas as seguintes atitudes, tentando alcançar as seguintes metas:

- Promover esforços de marketing e de promoção nos mercados prioritários, para aumentar as receitas do turismo;
- Encorajar o investimento no turismo através de uma estratégia sustentável;
- Melhoria de infraestruturas e sinalização para melhorar a qualidade das experiências, tanto para os visitantes como para os residentes;
- Contribuir com a gestão dos recursos naturais, culturais e históricos para que sejam continuamente aproveitados por gerações futuras;
- Criar parcerias públicas ou privadas para planeamento e implementação estratégica do programa do turismo.



Tendo por base estes pressupostos, identificaram-se algumas ações que deverão ser desenvolvidas:

- Participar em Feiras e Eventos dando a conhecer a cidade (parceria com o Turismo do Oeste);
- Criar a *Marca Caldas* para ser a imagem do concelho em ações promocionais. Promover o comércio tradicional nas Caldas, assim como as suas infraestruturas e eventos. Realizar encontros com os agentes locais para determinar prioridades para preencher lacunas na estação baixa, passando por eventos especiais, atividades de grupo, vendas diretas, relações públicas e outras estratégias de promoção;
- Criar um mapa oficial e guia turístico para as atrações do concelho e evidenciá-los (museus, eventos, infraestruturas, história e cultura, serviços de apoio ao turista);
- Edificar um posto de turismo dinâmico que contenha uma posição estratégica com uma loja de produtos regionais, mostra de artesanato ao vivo permanente, atividades culturais; existência de um questionário com sugestões e recomendações para melhoramento do serviço;
- Promover a qualificação dos recursos humanos no sector turístico através de ações de formação;
- Encorajar o desenvolvimento de negócios que beneficiem tanto visitantes como residentes. Novos conceitos de desenvolvimento de serviços tentando obter apoios e investimentos para a criação de infraestruturas com serviços de qualidade (hotéis, restaurantes, atividades guiadas, passeios pedestres, BTT, ecoturismo, etc.);
- Procurar apoios através da *mais.centro.qren.pt*, Turismo de Portugal, IP, entre outras plataformas;
- Patrocinar *workshops* que incluam os agentes da cidade para o desenvolvimento de projetos, indicar possibilidades de áreas e meios para tirar o melhor proveito de apoios (ações de formação sobre o QREN, por exemplo);
- Recursos turísticos que se encontrem situados em zonas de má visibilidade e que estejam degradados devem ser alvo de intervenção para que a experiência turística seja melhor;
- Desenvolver programas de sensibilização para manter as ruas limpas;
- Possibilidade de articulação com os diversos gestores dos recursos para possibilidade de visitas guiadas sobre a história dos mesmos;
- Promover a venda de produtos característicos caldenses nas áreas identificadas.

- Criar uma base de dados no sítio dos produtos característicos e onde se podem comprar.
- Melhorar a comunicação e cooperação entre organizações, sendo que, conflitos entre indivíduos são causados por maus entendidos e para o turismo obter o máximo de sucesso no concelho, as entidades públicas ou privadas têm que trabalhar juntas para atingir os objetivos.
- Acolher reuniões com agentes do sector turístico para comunicar e partilhar informações, identificar ideias comuns e determinar maneiras de trabalhar conjuntamente. Explorar possibilidades de parcerias entre agentes públicos e privados, envolvendo as comunidades escolares e integrando as nas atividades e eventos desenvolvidos pelo Turismo.
- Acompanhar a evolução em números do sector e registrar a evolução do turismo nas caldas.

#### **F. Mercados Estratégicos e Clientes Alvo**

O mercado compreende muitos tipos de clientes, produtos e necessidades. A definição do público-alvo significa identificar um segmento particular ou segmentos da população que desejamos alcançar. É necessário determinar que segmentos oferecem as melhores oportunidades para o negócio.

Dito isto, julgamos que o nosso público-alvo deverá ter origem nos seguintes segmentos:

- Mercado regional;
- Mercado nacional com aposta em *short-breaks*;
- Fluxos turísticos de localidades vizinhas e *cross-selling*;
- *Empty Nesters* (pessoas sem filhos a seu encargo);
- Turista de Negócios (CCC);
- Viajantes culturais;
- Famílias com filhos (vertente férias, sol e mar);
- Participantes de Feiras, Festivais e Eventos (Expoeste);
- Turismo sénior com aposta nos grupos.

#### **G. Ações a desenvolver**

Dos dados anteriormente apresentados, definimos algumas ações que deverão ser implementadas, divididas em cinco áreas de intervenção:

Tabela 4.3: Áreas de intervenção das propostas de implementação



Fonte: Própria

### **Informação Turística**

- Reformulação do sítio do Turismo no Portal da Câmara Municipal das Caldas da Rainha

Esta proposta surge da urgência em revitalizar e dinamizar a imagem das Caldas da Rainha enquanto destino turístico. No sítio do Turismo das Caldas da Rainha, os conteúdos relacionados com “Informações Úteis”, “Património”, “Espaços a visitar”, “Alojamento”, “Gastronomia” ou “Eventos Culturais”, deverão ser mais explorados, permitindo descobrir mais aspetos sobre a região. Deverá existir uma hiperligação direta

para o sítio do Centro Cultural e de Congressos das Caldas da Rainha, além de se promover os eventos do CCC através de um *banner* próprio.

- Atualização de panfletos e desdobráveis turísticos

Outra ação essencial é a atualização e renovação do grafismo dos materiais promocionais oferecidos aos visitantes e turistas da cidade. Os folhetos existentes estão desatualizados, face às profundas alterações urbanísticas de que a cidade foi alvo nas últimas duas décadas

Os novos materiais deverão ter uma função informativa, com um grafismo moderno e que espelhe de forma apelativa os recursos que a cidade tem para oferecer.

### **Merchandising Turístico**

- Criação de uma linha de *souvenirs* alusivos à cidade das Caldas da Rainha.

Conceção de vários artigos alusivos à história, tradições e lendas das Caldas da Rainha, tais como postais ilustrados, *t-shirts*, porta-chaves, edição de guias turísticos de bolso.

Esta ação visa o aproveitamento de projetos já existentes (Prémios Rainha<sup>14</sup> – Concurso Desenho Livre, Concurso Caldas Criador). Também o aproveitamento dos trabalhos resultantes de *workshops* dentro destas áreas criativas, como é o do desenho, pintura, fotografia, serigrafia e Banda Desenhada. Pretende-se produzir uma linha de artigos representativos das Caldas da Rainha, dando a conhecer alguns trabalhos dos artistas do concelho.

### **Promoção Turística e criação de suportes gráficos e digitais**

- Criação de desdobrável turístico e mapa

Após um levantamento de todos os recursos turísticos naturais e arquitetónicos passíveis de visita, deverá ser criado um mapa turístico, que integrará todos os pontos de interesse, além de informação adicional sobre os mesmos. O mapa terá a sua versão em

---

<sup>14</sup> Mais pormenores em [http://www.cm-caldas-rainha.pt/portal/page/portal/JUVENTUDE/PREMIOS\\_RAINHA](http://www.cm-caldas-rainha.pt/portal/page/portal/JUVENTUDE/PREMIOS_RAINHA)

papel, que será distribuída no Posto de Turismo e em estabelecimentos de alojamento, e uma versão digital, passível de ser impressa e disponibilizada no sítio do Turismo.

- Criação de filmes promocionais para internet sobre os Recursos Turísticos das Caldas da Rainha

Uma forma de promoção cada vez mais atual implica a divulgação de vídeos através das plataformas digitais, concretamente no *YouTube* e nas Redes Sociais. Este objetivo poderá ser concretizado em parceria com a Tv Caldas ou através de concursos lançados a criativos.

No caso da Tv Caldas, poderia ser criado um novo formato de programas, em que um convidado seria o anfitrião na descoberta de espaços de interesse na cidade termal (museus, praças, monumentos). Este formato poderia replicar-se em diversas temáticas, tais como as artes e o *design*, as tradições, o artesanato, entre outras.

- Cartão “Descubra as Caldas” - promoções em rede

Criação de um cartão que poderia ser adquirido no Posto de Turismo a um preço simbólico e que permitiria o acesso a todos os espaços culturais da cidade com descontos. Além do mais, poderiam existir descontos em restaurantes e bares, lojas de produtos regionais e de artesanato.

Deixamos um exemplo para melhor entendermos o conceito: um visitante, ao entrar em determinado número de museus, teria um desconto no alojamento num hotel. Ao almoçar ou jantar em determinado restaurante, teria uma oferta num espaço noturno ou numa loja de artesanato.

- Criação de *Newsletters* e *Press Releases* dos eventos e atividades culturais do concelho

Esta medida é importante, dada a quantidade de ações de âmbito cultural e interesse turístico que decorrem no concelho ao longo de todo o ano. Através de um serviço de subscrição, os interessados poderiam manter-se informados e atualizados acerca dos acontecimentos mais relevantes a decorrer na cidade e no concelho.

Reconhecemos que cada vez mais a atualização frequente de notícias e o modo como chegam aos consumidores determinam a presença e conseqüente sucesso dos eventos e atividades culturais. Para tal, teria que existir uma maior sinergia entre os vários departamentos do município e o Gabinete de Comunicação da Câmara Municipal das Caldas da Rainha.

### **Sinalização e Mobilidade Turística**

- Cartão Turístico “Toma”

Um dos mais recentes serviços de mobilidade turística, inaugurado em setembro de 2011, é o roteiro nos autocarros do TOMA, que a par da promoção do uso de transportes públicos para deslocamentos dentro da cidade, tem o objetivo de divulgar sítios que merecem ser visitados.

A nossa proposta pretende que com a criação de um bilhete diário, todos os turistas possam usufruir do autocarro para se deslocar entre os vários pontos de interesse. Deseja-se difundir a mobilidade sustentável numa perspetiva turística e facilitar a visitação de vários equipamentos, que se encontram distantes entre si.

- Placas sinalizadoras bilingues e em *Braille*

Aproveitando os pontos de paragem do TOMA, poderiam ser colocadas placas que informassem acerca do património caldense, assim como espaços e equipamentos a visitar que se localizem nas redondezas.

Usando um grafismo atual e apelativo, estes equipamentos teriam informações disponíveis também em inglês e *Braille*, o que permitiria um contacto mais abrangente entre os visitantes e o património.

Sabemos que a elaboração de um plano de comunicação é um processo moroso e complexo. Apesar disso, estamos convictos que fizemos o melhor que estava ao nosso alcance. Na data de elaboração deste relatório de estágio (meados do mês de fevereiro de 2012) este projeto continua a ser desenvolvido, pelo que não poderemos incluir todos os elementos que resultarão do mesmo.

## 4.5 Outras funções

### 4.5.1 Centro Azul - Bandeira Azul 2011

O Centro Azul funcionou durante toda a época balnear, compreendida entre 15 de Junho a 15 de Setembro. Trata-se de um posto de informação turística e de sensibilização ambiental, servindo de apoio às duas praias da Foz do Arelho: Mar e Lagoa.

A praia do Mar da Foz do Arelho detém 2 galardões de qualidade: Praia com Bandeira Azul e Praia com Bandeira de Acessibilidade. Já a praia da Lagoa tem Bandeira da Acessibilidade. A Bandeira Azul é um galardão de qualidade ambiental, atribuída a praias e marinas que cumpram vários critérios guia e que abrangem quatro capítulos, nomeadamente a qualidade da água, a qualidade do meio costeiro, a informação e educação ambiental e a gestão e segurança da praia. Por sua vez, a Bandeira da Acessibilidade é um símbolo que nasceu de uma iniciativa da Comissão Nacional de Coordenação para o Ano Europeu das Pessoas com Deficiência (CNCAEPD) e que significa que as pessoas com mobilidade condicionada encontram nesta praia um conjunto de equipamentos e infraestruturas que ajudam à fruição da praia em melhores condições, nomeadamente passadiços, wc adaptado, lugares de estacionamento e *tiralot*.

Durante todo o período balnear, tivemos como função transportar os estagiários para o Centro Azul, de segunda a sexta-feira. Já no final da época, de 01 a 15 de setembro, depois de terem terminado todos os estágios previstos, coube-nos a nós a tarefa de assegurar o funcionamento do Centro Azul.

### 4.5.2 Posto de Turismo

Em algumas ocasiões pontuais, ficámos responsáveis pelo Posto de Turismo. Constatámos que o Posto, por se localizar num espaço não muito visível (encontra-se na ala lateral do edifício dos Paços do Concelho), não recebe um grande número de turistas. Por outro lado, existe uma grande falta de material promocional do concelho. Os mapas da cidade que estão ao dispor são fotocópias de um mapa muito antigo, editado originalmente há mais de 2 décadas. Estando prevista a construção de uma Loja do Turismo<sup>15</sup>, que agregará um posto de informação turística, entre outras valências,

---

<sup>15</sup> A **Loja do Turismo** é um espaço a ser construído brevemente, inserido no projeto de Regeneração Urbana que a Câmara das Caldas da Rainha está a desenvolver e cujo programa de

pensamos que as condições de receção aos turistas serão bastante melhoradas, assim como a qualidade dos serviços prestados a todos os visitantes.

#### 4.5.3 Colaborações para imprensa

Como referimos anteriormente, alguns aspetos do nosso desempenho em período de estágio prenderam-se com a melhoria na comunicação do Turismo das Caldas da Rainha. A pesquisa constante e a procura de conteúdos relacionados com a cidade termal traduziram-se igualmente na colaboração com o Turismo do Oeste, que trimestralmente edita uma agenda de atividades, onde agrega todos os eventos dos 12 municípios que lhe estão afetos. Tivemos a cargo a reunião dos eventos a ocorrerem no concelho. Inicialmente deparámo-nos algumas dificuldades em obter respostas dos diversos organismos da região, caso das juntas de freguesia, associações culturais, museus, entre outras instituições, constatando que (infelizmente) não existe o hábito de partilhar informações entre organismos. Mas, apesar desse contratempo, podemos afirmar que a participação das Caldas da Rainha na Agenda do Oeste nunca tinha sido tão representativa. Podemos ver um exemplar da Agenda de Atividades do Turismo do Oeste em anexo. (*Anexo V*)

Outra colaboração que tivemos o privilégio de realizar foi com a Revista “ApostA”, publicação interna dos CTT – Correios de Portugal, cuja edição de janeiro de 2012 integra um artigo de 5 páginas inteiramente dedicado à Cidade das Caldas da Rainha. Foi-nos solicitado o envio de várias fotografias ilustrativas dos sítios mais emblemáticos da cidade, assim como elementos identitários da região. Em anexo, poderemos visionar todo o artigo em questão. (*Anexo VI*)

Uma última colaboração que efetuámos traduziu-se na ajuda na elaboração de um guião para o programa “A Cidade e o Humor”<sup>16</sup>. Para tal, preparámos um documento que integrou um conjunto de pontos de visita “obrigatória”, sugestões de alojamento e restauração, além dos produtos típicos da cidade. (*Anexo VI*)

---

ação visa a valorização de diversas áreas de excelência urbana. Mais informação em [http://www.cm-caldas-rainha.pt/portal/page/portal/PORTAL\\_MCR/ACTIVIDADE\\_MUNICIPAL/PLANEAMENTO\\_URBANISMO/REGENERACAO\\_URBANA](http://www.cm-caldas-rainha.pt/portal/page/portal/PORTAL_MCR/ACTIVIDADE_MUNICIPAL/PLANEAMENTO_URBANISMO/REGENERACAO_URBANA)

<sup>16</sup> **A Cidade e o Humor** é um programa apresentado pelo humorista José de Pina, que regista um sem número de aventuras, descobrindo algumas das grandes cidades de Norte a Sul do país. Cada emissão explora um pouco da história, do património, da gastronomia e da cultura locais. O vídeo do programa dedicado à cidade das Caldas da Rainha poderá ser visionado em <http://www.youtube.com/watch?v=1t5p49rpHWg>



## CAPÍTULO V – ANÁLISE CRÍTICA E SUGESTÕES

### 5.1 Análise Crítica

Neste último capítulo do nosso relatório pretendemos analisar todas as vivências, contactos e experiências que experimentámos durante o período de estágio, assim como interpretar e analisar de forma crítica o ambiente de trabalho e o conjunto de operações e interações desenvolvidas. Por último, pretendemos deixar algumas sugestões que permitam reforçar a promoção e comunicação das Caldas da Rainha a nível dos seus recursos turísticos, com o objetivo de potenciar a atratividade e o reconhecimento que julgamos merecer, alicerçados numa herança cultural de mais de 500 anos.

De acordo com os objetivos que nos foram propostos no contrato de estágio deveremos refletir sobre o conjunto de conhecimentos e competências adquiridos e que ficamos por adquirir. Na generalidade, julgamos que todos os três objetivos foram alcançados: acompanhamento de projetos do setor turístico; apoio e acompanhamento de todos os processos relativos à atualização de dados e informações (análise e tratamento de conteúdos) no âmbito turístico para a criação de suportes gráficos e digitais; apoio a todas as animações turísticas e organização de eventos. Gostaríamos de esclarecer que a maioria das tarefas foi desenvolvida em simultâneo, até porque as dinâmicas associadas ao ambiente profissional a isso nos obrigaram. Quer isto dizer que, apesar de neste relatório as várias ações serem relatadas de modo individual e esquemático, na realidade não pudemos dedicar o nosso tempo no desenvolvimento de uma atividade em regime de exclusividade. Na maior parte das vezes, trabalhamos em vários projetos em simultâneo.

- *Acompanhamento de projetos do setor turístico*

Este primeiro objetivo traduziu-se no acompanhamento e execução de alguns projetos, designadamente o Plano de Comunicação, que será incluído no Plano Estratégico do Turismo das Caldas da Rainha, documento orientador das estratégias a serem desenvolvidas nos próximos anos pela edilidade, na área do turismo. Após o diagnóstico, análise e elaboração de estratégias do Plano de Comunicação, deixámos algumas sugestões de melhoria, na forma de ações concretas, que julgamos exequíveis e de fácil concretização.

Acreditamos que o potencial de crescimento do número de turistas é elevado, se se conseguir promover os recursos de forma diferenciada, destacando os aspetos identitários e singulares das Caldas da Rainha. Consideramos que o elevado número de equipamentos culturais pode (e deve) tornar-se num fator diferenciador e atrativo da cidade, numa região que se vem afirmando cada vez mais como um destino diversificado, com características muito próprias e genuínas. Pensamos que só numa lógica de complementaridade de produtos a região pode crescer. Caldas da Rainha terá que se saber comunicar como um espaço com características diferenciadoras, ligado às Artes e ao Design.

Constatamos que o estabelecimento de tantos museus nunca foi verdadeiramente acompanhado de uma estratégia de promoção turística, facto demonstrado pela ausência de qualquer roteiro ou referência física a esse produto. Um museu assume, nos dias de hoje, dimensões extremamente variadas e abrangentes. Deixou de ser simplesmente um espaço de exposição para se abrir a diferentes públicos, onde se encontram os turistas. Pode ser um espaço de estudo e pesquisa mas também uma “sala de visitas” de uma localidade. Consideramos que falta uma verdadeira imagem de marca dos museus da cidade, potenciador de desenvolvimento no segmento de turismo cultural.

Como elucidam Neil e Philip Kotler (1998), “se a orientação para o consumidor (cliente, visitante, utilizador) e o serviço constituem o núcleo do marketing, um dos elementos fundamentais no seu estudo é a aplicação dos princípios de segmentação do mercado, seleção de públicos-alvo e posicionamento no processo de planificação estratégica do museu. [...] Uma vez definidos os segmentos de público, o museu pode conceber uma imagem e um conjunto de ofertas que sejam atrativas para os seus públicos-alvo e que lhe proporcionem uma certa vantagem sobre os seus competidores”. Acreditamos que esta deveria ser a conduta adotada, com vista ao posicionamento diferenciado das Caldas da Rainha, reforçando a sua riqueza cultural e diversidade de equipamentos museológicos. Existem muitas cidades no mundo que fazem dos museus o seu principal atrativo turístico. Julgamos que também a cidade das Caldas pode ambicionar ser uma referência nacional, tendo em consideração a quantidade e qualidade dos seus museus.

Outro projeto desenvolvido, e com potencial de crescimento e consolidação foi o concurso de fotografias “Caldas das 1000 Imagens”, que teve a sua génese numa conversa informal com a nossa (então) coordenadora Vânia Ferreira. Falávamos sobre formas de dinamizar o recém-criado perfil no *Facebook* e constatámos que uma iniciativa

que poderia ter sucesso seria desafiar os nossos “amigos” a participar num concurso de fotografia, onde pudessem destacar os recursos naturais e patrimoniais das Caldas da Rainha. Por termos sido os autores da iniciativa, desde logo ficou acordado que a responsabilidade do desenvolvimento de tal projeto seria de nossa inteira responsabilidade. Foi a primeira “prova de fogo”, pelo que a logística necessária à execução desta tarefa se tornou bastante estimulante. Desde a elaboração de um regulamento, o convite aos jurados, a procura de parcerias para a concessão de prémios para os vencedores, entre outros pormenores relacionados com a organização, foram aspetos tidos em conta e que contribuíram para a concretização desta iniciativa de comunicação. Conseguimos que os vencedores das duas categorias – Natureza e Património – teriam direito a uma estadia de uma noite para duas pessoas, com jantar incluído, no *Hotel Silver Coast*, e um bilhete duplo para um espetáculo à escolha no Centro Cultural e de Congressos. Seriam ainda entregues diplomas de agradecimento a todos os finalistas. Conseguimos ainda garantir a impressão em grande formato das 36 fotografias finalistas, que seriam posteriormente expostas na Galeria Municipal Osiris, através de uma parceria com o Estúdio de Fotografia Foto Franco. O sucesso desta iniciativa foi evidente, revelado através da participação no concurso - 148 fotos de cerca de 40 autores diferentes. Tratou-se de um motivo para os participantes descobrirem a cidade e o concelho, assim como darem a conhecer vários recursos naturais e patrimoniais, através do seu “olhar” de fotógrafos e registado em imagens. Todo o espólio resultante do concurso passou a ser divulgado no Portal da Câmara, assim como em outros suportes que venha a ser relevantes na promoção das Caldas da Rainha, em iniciativas futuras, tendo ainda suscitado o interesse por parte do setor privado em dinamizar e comercializar as fotografias, em forma de postais turísticos, tornando-as num futuro produto de promoção da cidade.

Com o intuito de dar continuidade a este meio de divulgação dos recursos naturais e patrimoniais, sentimos a necessidade de desenvolver este projeto numa outra vertente, estando prevista a realização de um outro concurso que verse as paisagens e recursos naturais da área rural do concelho.

Estamos cientes que, apesar dos momentos de contingência económica que o nosso país atravessa, o futuro na cidade termal será promissor. Está a ser empreendido um verdadeiro renascimento em várias áreas da malha urbana, especialmente nas zonas comerciais de serviços, cujo arranque já se iniciou com a requalificação do centro histórico, e que se prolongará até 2013/2014, através do Programa de Ação “Caldas,

Comércio, Cidade”, cujo objetivo principal é o de fomentar a atratividade do centro urbano, dotando-o de uma série de equipamentos e serviços, de modo a torna-lo um espaço de encontro entre a tradição e a inovação, apoiando as práticas económicas e sociais tradicionais no seu processo de modernização e adaptação a novas realidades. Por outro lado, e apesar dos momentos de incerteza quanto ao futuro do complexo termal – que inclui o Hospital Termal, a Mata Rainha Dona Leonor, o Parque D. Carlos I, entre outros equipamentos centenários – a dinamização das Termas das Caldas da Rainha será uma realidade. Seja através do município ou através de organismos privados, terá sempre que existir um esforço na reabilitação e valorização desse património tão carismático e precioso.

Existem outros projetos em crescimento. Neste momento está em desenvolvimento o processo de qualificação de três géneros de produtos tradicionais das Caldas: os hortofrutícolas, a doçaria (Cavacas, Beijinhos e Trouxas de Ovos) e os Bordados das Caldas. Este procedimento resulta de uma parceria entre o município e a Qualifica - Associação Nacional de Municípios e de Produtores para a Valorização e Qualificação dos Produtos Tradicionais Portugueses<sup>17</sup> - e pretende promover o conhecimento, o uso e o respeito pelos produtos tradicionais portugueses, valorizando a sua função económica e a sua dimensão social e cultural e satisfazendo as expectativas dos consumidores, designadamente em matéria de formas de apresentação comercial e uso dos mesmos. Outra meta que se pretende alcançar está relacionada com o incentivo à comercialização dos produtos tradicionais, apoiando, melhorando e proporcionando a existência de estabelecimentos, mercados locais e específicos, circuitos e cadeias de comercialização.

Este projeto surge em paralelo ao plano de regeneração urbana da cidade das Caldas da Rainha, e passa não só pela identificação e qualificação dos produtos endógenos do território, mas também pela qualificação dos próprios espaços onde são produzidos, vendidos e consumidos. O projeto da *Qualifica* trará uma nova dinâmica a um dos maiores “ex-libris” das Caldas da Rainha - a “Praça da Fruta” – que revela ser um núcleo potenciador de fluxos turísticos regionais. Com a sua reabilitação física e com os seus produtos qualificados, o mercado diário beneficiará a cidade, consolidando-se como elemento atrativo a nível regional, quer pelas suas características típicas, quer pela nova imagem e funcionamento. Acreditamos que venha a traduzir-se num dos fatores que mais beneficiará a cidade e complementar a experiência turística do local.

---

<sup>17</sup> **Qualifica** - Associação Nacional de Municípios e de Produtores para a Valorização e Qualificação dos Produtos Tradicionais Portugueses. Mais informações em <http://www.qualifica.pt>

Consideramos que o Plano de Comunicação por nós iniciado deve torna-se um elemento fundamental para o desenvolvimento destas valências patrimoniais. Debatemo-nos com uma grande empatia do público quando se desenvolvem projetos “no terreno”, no entanto a mensagem municipal de gestão territorial passa de forma despercebida para a grande maioria dos caldenses. O município carece de organização e coesão territorial na sua comunicação para o exterior. Esta realidade agrava-se quando não se consegue captar a atenção da comunicação social para alguns assuntos de maior relevo, como as questões relacionadas com a valorização e conservação do património.

A comunicação deverá passar pela planificação atempada e controlada por um Gabinete de Comunicação, algo que não acontece e que fica demonstrado pela fraca aposta nos recursos humanos e verbas agregados a este departamento. O Gabinete integra uma equipa constituída por dois elementos – uma jornalista e uma *web-designer*. Por outro lado, constatamos que não existe monitorização e avaliação da comunicação municipal, o que se traduz na inexistência de uniformidade na transmissão de informações e conteúdos.

Nesta dimensão a imagem da Câmara deverá ser de transparência e modernidade, voltada para as novas tecnologias. A aposta em ferramentas tão simples como o *Facebook* ou um *site* dedicado ao turismo deveriam ser apostas claras na comunicação de todos os organismos sob tutela do município, apesar de que neste campo todo o sistema de intranet em rede nem sempre permite a utilização destas ferramentas de trabalho da forma mais eficiente.

A necessidade de criação de uma imagem /marca levou a que o município firmasse uma parceria com o IADE – Instituto de Artes Visuais, Design e Marketing - para o desenvolvimento de uma estratégia que passa pela identificação dos produtos identificativos do concelho e subsequentemente a criação da *Marca Caldas*, integrada na metodologia *Ideas(R)Evolution*<sup>18</sup>. Trata-se de um procedimento que aposta na indução de processos criativos nas organizações, praticando dinâmicas individuais e/ou de grupo em que participam todos os *stakeholders* (partes interessadas) no sentido de orientar a criatividade para o fortalecimento dessas marcas. Para tal, aplica-se uma sistematização de processos de *branding* (criatividade, construção e gestão) em dinâmicas ativas por via

---

<sup>18</sup> **Ideas(R)Evolution** é uma metodologia criada pelo IADE. Mais pormenores disponíveis em [http://www.iade.pt/pt/investiga%C3%A7%C3%A3o/projectos/ideas\(r\)evolution.aspx](http://www.iade.pt/pt/investiga%C3%A7%C3%A3o/projectos/ideas(r)evolution.aspx)

de um modelo científico original - *Cellular System Model*; tornado assim as marcas “organismos vivos” através de um processo de autorregeneração, em contínuo, alimentado por um observatório da Marca (monitor da qualidade do desempenho). O que se traduz em fatores de inovação, diferenciação e competitividade tendendo para a tangibilização das novas ofertas da marca e a sua interação com os consumidores e o mercado. Este conceito foi desenvolvido pela UNIDCOM/IADE - Unidade de Investigação em Design e Comunicação - e testado em laboratório ao longo de um ano.

Segundo Américo Mateus, coordenador do projeto, a metodologia *Ideas(R)evolution* é revolucionária. “Há muitas pessoas que, por insegurança, não se julgam criativas. O conceito que propomos destaca-se porque propõe um processo criativo participativo, onde todos são agentes e se sentem à vontade para expor os seus pensamentos. Na *Ideas(R)evolution* não há cargos, não há diferenciação. Todos são chamados a participar porque todas as ideias são consideradas uma parte do quebra-cabeças que será montado ao final do processo”.

Com vista à criação de uma estratégia de desenvolvimento diferenciadora para o território, a Câmara Municipal das Caldas da Rainha adotou este serviço inovador. Para tornar a marca “Caldas da Rainha” mais autêntica, com mais significado e capacidade de criar compromissos com o público-alvo a que se dirige, o processo de criação de valor, dinâmicas de grupo e técnicas criativas aplicadas à inovação será desenvolvido pelos habitantes locais que sentem e vivem o território como ninguém. Acreditamos que esta medida irá certamente ajudar, não só na identificação dos produtos estratégicos mas também identificar e segmentar o público existente e potencial das Caldas da Rainha.

Em fase de finalização encontra-se o projeto “*Caldas Story District – Caldas Centro Estórico*”. Trata-se de um projeto desenvolvido pela empresa EVOL e que pretende ser uma viagem pelo património imaterial do centro histórico de Caldas da Rainha, feita de forma participativa e interativa. Se por um lado vive das estórias contadas na primeira pessoa, por quem nasceu, trabalhou ou viveu no centro histórico da cidade, por outro pretende que estas estórias<sup>19</sup> sejam escutadas por novos “ocupantes”, efémeros ou permanentes, e se perpetuem no tempo, intensificando assim a experiência da visita a Caldas da Rainha, conhecendo melhor o seu passado, raízes e gentes.

---

<sup>19</sup> **Estória:** história de carácter ficcional ou popular; conto; narração curta.

Segundo Rita Olivença, da EVOL, o “projeto *Caldas Story District* – Caldas Centro Estórico irá colocar no Largo da Copa, no Largo D. Manuel I e no Largo João de Deus, objetos de larga escala, que remetem para a obra de Bordalo Pinheiro. Estes objetos terão incorporado um sistema desenvolvido para interagir com o visitante aquando da sua presença perto do objeto, na medida em que só com a sua aproximação permitirá escutar as estórias”. O *Caldas Story District*, além de direcionado para turistas, é muito orientado para os caldenses, na medida em que retrata diretamente as suas raízes. A extensa obra deixada pelo Mestre Rafael Bordalo Pinheiro, o Hospital Termal, o Parque D. Carlos I e toda a zona histórica envolvente está carregada de estórias que o caracterizam e valorizam. É principalmente deste património efémero que o projeto trata, visto que corre o risco de se perder no tempo. O projeto complementa e valoriza a visita turística ao centro da cidade, e o próprio património, acrescentando-lhe a documentação e experiencia da memória do passado - os amores, as brincadeiras, as tertúlias - tudo na primeira pessoa, contado pelos caldenses. De salientar que, além da rota no centro da cidade, o *Caldas Story District* compreende a publicação *online* da recolha, para que todos os caldenses, visitantes e outros interessados a possam visitar e aprofundar.

- *Apoio e acompanhamento de todos os processos relativos à atualização de dados e informações (análise e tratamento de conteúdos) no âmbito turístico para a criação de suportes gráficos e digitais.*

Este segundo objetivo proposto revelou-se o mais explorado e aprofundado ao longo dos meses de estágio. Aproveitando alguns conhecimentos adquiridos anteriormente, especialmente relacionados com as cadeiras de *Promoção e Comunicação Digital* e *E-Marketing Turístico*<sup>20</sup>, o Turismo das Caldas da Rainha passou a poder contar com uma presença na rede social *Facebook*, espaço de partilha de informação e onde se puderam desenvolver inúmeras ações de divulgação. Conseguimos tratar e melhorar alguns conteúdos no sítio na internet do Turismo das Caldas, tornando-o mais dinâmico e atrativo. Mas gostaríamos de salientar que existe um longo percurso pela frente, apesar dos primeiros passos já terem sido dados. Seria vantajoso e importante criar um portal muito mais dinâmico, recorrendo a ferramentas em *flash*, com mais animação e interação com o público, assim como incorporando uma ligação direta às redes sociais através da página oficial.

---

<sup>20</sup> **Promoção e Comunicação Digital** e **E-Marketing Turístico** são conteúdos programáticos do Plano Curricular do Mestrado em Marketing e Promoção Turística.

Numa cidade indubitavelmente ligada às artes e, atendendo à facilidade no acesso a ferramentas tecnológicas, não se justifica que os *layouts* das páginas associadas à Câmara Municipal tenham um aspeto tão normalizado e formal, quando constatamos que não seria necessário qualquer tipo de investimento informático para modernizar o aparênciã das páginas *online*. Com um *site* do Turismo neste formato, mais interessante e atrativo, poderiam acrescentar-se alguns instrumentos interativos, permitindo aos “potenciais” turistas fazer, por exemplo, uma visita virtual ao Hospital Termal, aos museus e outros equipamentos, assim como permitir a reserva em unidades hoteleiras ou adquirindo bilhetes para eventos no Centro Cultural e de Congressos e locais de interesse turístico. No fundo, criar uma multiplicidade de soluções que pudessem atrair o potencial visitante de forma mais eficiente, reforçando uma imagem da cidade mais moderna e orientada para o futuro.

Apesar de todos estes aspetos referidos, congratulamo-nos por ter alcançado uma meta relevante: o Turismo das Caldas da Rainha passou a ter presença assegurada nas redes sociais, o que confere algum progresso face ao que anteriormente existia.

Quanto aos materiais promocionais (brochuras e panfletos), deparámos com uma desatualização e até ausência de elementos. É bastante frustrante o facto de não existir sequer um mapa atual e atrativo para oferecer aos visitantes da cidade. Tivemos a informação que o mapa turístico, que ainda nos dias de hoje é entregue, em fotocópias, foi editado há mais de 20 anos, o que em nada dignifica a imagem da cidade a todos os que a visitam. Por motivos relacionados com a falta de verbas, não foi ainda possível concretizar a edição do novo mapa turístico, que deverá decorrer futuramente, através de uma colaboração entre a Câmara Municipal e a Associação Comercial.

Outra iniciativa que ainda não foi concretizada prende-se com a edição de uma coleção de postais ilustrados, resultante do concurso de fotografia “Caldas das 1000 Imagens”, cujo processo se tem arrastado desde há uns meses a esta parte, e que por falta de orçamento ainda não foi concluído.

- *Apoio a todas as animações turísticas e organização de eventos*

Neste terceiro objetivo proposto para o estágio, podemos afirmar que a nossa participação em atividades e eventos turísticos foi bastante diversificada. Desde aspetos de logística e organização até à execução efetiva dos mesmos, muitas foram as etapas



que experienciámos. Importa no entanto referir que o Gabinete de Turismo não tem a exclusividade na organização de eventos municipais. Aliás, os eventos de maior dimensão são responsabilidade do Centro da Juventude das Caldas da Rainha, como acontece com o Carnaval, os Marchas Populares e a Animação de Verão nas Caldas e na Foz do Arelho. Apesar do município não deter na sua estrutura orgânica qualquer empresa municipal, é através da Associação para o Desenvolvimento da Juventude das Caldas da Rainha<sup>21</sup>, entidade cofinanciada pela edilidade, que o programa anual de eventos é desenvolvido. Não querendo suscitar dúvidas sobre quaisquer questões de âmbito político, acreditamos que a eficiência na organização de eventos poderia ser potenciada se existisse uma empresa municipal que agregasse todos estes aspetos, como acontece no concelho vizinho de Óbidos, onde a “*Óbidos Patrimonium, E.M.*” tem a exclusividade na organização dos eventos culturais e de entretenimento, com resultados bastante positivos.

Já na reta final do nosso estágio, estivemos envolvidos noutra iniciativa - a presença na Bolsa de Turismo de Lisboa, de 29 de fevereiro a 4 de Março. Num momento de grandes incertezas sobre o futuro do Polo de Desenvolvimento Turístico de Oeste, a participação na feira foi alicerçada numa parceria entre a Turismo do Oeste, a OesteCIM – Comunidade Intermunicipal do Oeste - e os municípios que compõem a região, em conformidade com uma estratégia de unidade que tem como principal objetivo promover o destino Oeste enquanto marca turística de excelência.

Numa lógica de união e partilha entre todos, o Oeste esteve representado, desde a sua ruralidade à sua vertente mais turística. Esta participação foi desenvolvida com a colaboração de todos os municípios, num *stand* com cerca de 180 metros quadrados onde foi possível, a visitantes e profissionais do setor, conhecer de perto os diversos produtos que o Oeste tem para oferecer, desde o golfe, ao vinho, passando pelas praias, surf, doçaria e gastronomia e os diversos eventos que cada concelho organiza ao longo do ano.

A par da componente de divulgação institucional, cada concelho apresentou diversas atividades, como provas de vinho e ginja, de diversos produtos regionais, danças tradicionais e música. A Câmara Municipal das Caldas da Rainha optou por desenvolver

---

<sup>21</sup> **Associação para o Desenvolvimento da Juventude das Caldas da Rainha** é um organismo municipal que desenvolve vários projetos, especialmente vocacionados para os mais jovens. Mais informação em [www.cm-caldas-rainha.pt/portal/page/portal/JUVENTUDE](http://www.cm-caldas-rainha.pt/portal/page/portal/JUVENTUDE)

todas as atividades no 1º dia do certame, onde esteve presente com degustações de doçaria e licores biológicos, mostras de Bordados das Caldas e Louça das Caldas, onde os artesãos tiveram oportunidade de executar ao vivo os seus trabalhos. Ainda enquadrado no *stand*, estiveram em exposição permanente alguns elementos identitários da cidade: uma peça de grande dimensão da Fábrica de Faianças Bordallo Pinheiro e peças de cerâmica tradicional. Para que esta participação fosse possível, contámos com a colaboração da Fábrica Bordallo Pinheiro, da empresa Bombondrice, da Fábrica de Cavacas das Caldas, do ceramista Vítor Lopes e das artesãs bordadeiras Liseta Pereira e Inês Timóteo. Em relação à presença em feiras e outros certames de promoção turística, acreditamos que a aposta nesta área deve ser aperfeiçoada passando, por exemplo, pela criação de estruturas próprias e pertencentes à autarquia para facilitar a presença neste tipo de eventos.

Podemos afirmar que o estágio se mostrou bastante estimulante, a nível pessoal e profissional. Permitiu acompanhar de perto todo um conjunto de questões práticas relacionadas com o funcionamento de um gabinete de turismo, num contexto de uma instituição pública. Apesar disso, não poderíamos deixar de tecer uma série de considerações finais sobre as experiências laborais que tivemos a oportunidade de viver.

Julgamos que existe pouca flexibilidade dentro da organização do Turismo das Caldas da Rainha. Por se tratar de uma instituição pública, a burocracia a si associada dificulta bastante o desenvolvimento de alguns projetos e iniciativas, não existindo por vezes a dinâmica necessária à persecução de alguns objetivos. Claro que temos a noção que o papel de uma câmara municipal é antes de mais, o de criar condições para que os vários agentes ligados ao setor turístico, entre profissionais da hotelaria e restauração, passando pelos diretores dos museus e equipamentos culturais, comerciantes e demais profissionais, que de uma forma direta ou secundária, prestam serviços turísticos, consigam criar sinergias entre si, melhorando a oferta de produtos de qualidade e comunicando-os como únicos e especiais. O grande desafio é sem dúvida aperfeiçoar a imagem e a perceção das Caldas da Rainha, de modo a atrair mais visitantes à região, especialmente aqueles cujas motivações de visita estejam relacionadas com a Arte e a Cultura, satisfazendo as suas expectativas e tentando supera-las.

Outro aspeto que dificulta o funcionamento eficaz do Gabinete de Turismo advém do facto de os recursos humanos serem reduzidos. Após a finalização do estágio, serão apenas 4 pessoas que exercerão funções no Gabinete, estando 3 delas ligadas ao Posto

de Turismo. Julgamos que nos dias que vivemos, e tendo o turismo um papel tão importante no desenvolvimento das regiões, a Câmara deveria empenhar-se na criação de uma equipa de trabalho, composta por técnicos com formação técnica e superior, de modo a desenvolver estratégias de promoção.

Finalizamos este ponto afirmando que existiram conhecimentos que ficaram por adquirir, especialmente os que estão relacionados com os procedimentos administrativos e de âmbito burocrático relacionados com o funcionamento orgânico de uma instituição pública. Apesar de tudo, estamos convictos que a nossa contribuição no Gabinete de Turismo foi positiva.

## **5.2. Sugestões**

Caldas da Rainha orgulha-se de possuir um vasto património cultural, principalmente a nível de arte moderna e contemporânea portuguesa. Conta com diversos equipamentos culturais, nomeadamente o Museu José Malhoa e o Museu de Cerâmica, o Centro de Artes, os belos edifícios Arte Nova que encontramos ao caminhar pelas ruas, e ainda com a ESAD.CR, e - muito importante – com a presença de uma população que sempre esteve predisposta para a arte e a cultura. Mas, e apesar dos muitos recursos turísticos, consideramos a região não soube acompanhar o crescimento turístico que ocorreu nas últimas décadas em Portugal, quer a nível do alojamento, quer a nível de outros serviços de apoio ao turista. Estamos cientes que a região carece de uma estratégia de promoção e comunicação uniformizada e bem estruturada, já que não consegue ser verdadeiramente (re) conhecida como um destino de férias ou lazer.

Deixamos então algumas sugestões que, no nosso ponto de vista, poderão ajudar nesta nova dinâmica que é pretendida por parte da Câmara Municipal. Assim sendo, e como anteriormente referenciámos aquando da elaboração do nosso Plano de Comunicação (*ver ponto 3.5. deste relatório*), existem algumas ações exequíveis que poderão traduzir-se na melhoria da imagem global das Caldas da Rainha enquanto destino turístico. Claro que é necessário reforçar outros aspetos importantes na atividade turística, como por exemplo a requalificação de alguns estabelecimentos de restauração e hotelaria, melhoria na limpeza e manutenção de algumas áreas da cidade, especialmente as mais periféricas, ou a padronização da sinalética turística.

Outro aspeto que queremos realçar prende-se com a localização das Caldas da Rainha, que pode beneficiar de uma estratégia de *cross-selling* com territórios vizinhos, cuja oferta turística pode complementar a da cidade termal. Numa análise simples, consideramos os nossos concorrentes mais diretos Alcobaça, Óbidos e Lisboa, baseando-nos na proximidade geográfica: Alcobaça possui o majestoso mosteiro e começa a ser uma localidade com grandes investimentos na cultura, com um forte programa a nível de espetáculos culturais. Tem museus, mas não de arte como as Caldas da Rainha. Óbidos é talvez o principal direto das Caldas da Rainha, pela sua proximidade e oferta, mas posiciona-se mais para os eventos, apesar de ter algumas infraestruturas e equipamentos artísticos, nomeadamente o espólio da pintora Josefa de Óbidos. Lisboa, para fazer jus a capital tem a maior oferta cultural e de arte do país; pode ser uma ameaça, mas também se pode converter em oportunidade. Aliás, o facto de estas localidades estarem muito próximas de Caldas pode trazer benefícios, no sentido em que os interessados mais facilmente se deslocarão à cidade termal se já se encontrarem na região. Cremos que estes produtos devem ser “vendidos” de forma composta, aproveitando a complementaridade (e não a concorrência) que existe estes concelhos.

Por outro lado, a ameaça de produtos substitutos no nosso entender pode estar num turismo vocacionado para eventos (e nesse caso temos os nossos vizinhos de Óbidos muito bem posicionados; a temporada de Ópera por exemplo pode ser funcionar como um produto substituto). Analisando o perfil dos nossos clientes, sensíveis às expressões artísticas, pensamos que as reconstruções históricas, os concertos, um certo tipo de turismo ativo (com participação em workshops, por exemplo) podem ser os produtos substitutos. Uma das ações que se poderia prever e organizar para acautelar esta situação é precisamente ser o próprio destino a fornecer alguns desses produtos, que poderiam completar a oferta e evitar que o cliente optasse pela escolha de outro destino. Caldas da Rainha já possui uma boa programação de espetáculos no Centro Cultural e de Congressos, o que é uma mais-valia à cidade. Mas poderiam ser criados *workshops* ligados à arte, como cursos de pintura, por exemplo, uma vez que os turistas cada vez mais gostam de incluir experiências nas suas férias - “fazer coisas” e não apenas “ver coisas”. As exigências dos visitantes são cada vez mais complexas, pelo que a originalidade das experiências – e a imagem a si associada – é fator decisivo na escolha dos destinos.

Para concluirmos o nosso trabalho, além dos aspetos anteriormente mencionados, deixamos outras sugestões:

#### *Roteiro dos Museus das Caldas da Rainha*

A elaboração e edição de um roteiro que agregue todos os museus da cidade é um ponto de partida para uma visita aos vários equipamentos. Julgamos que este é um dos pontos fortes e uma atração que Caldas da Rainha deve saber aproveitar. Poucos são os municípios cujo complexo museológico é tão vasto. Esta ação poderia ser acompanhada pela colocação de sinalética própria, cuja marca identificadora deveria ir ao encontro do *slogan* “Caldas da Rainha – a Cidade dos Museus”.

#### *Roteiro da Arte Nova*

Um outro aspeto diferenciador da cidade é a vasta representatividade de edifícios Arte Nova que se podem encontrar no núcleo urbano. É de facto relevante a quantidade e qualidade de elementos desta corrente na cidade das Caldas. A cerâmica foi certamente a arte mais afetada. O conceito de objetos cerâmicos baseados no ideal naturalista da Arte Nova teve como resultado pratos em forma de alface ou couve, terrinas em forma de abóbora, travessas com o formato de peixe, entre outros. Rafael Bordalo Pinheiro renovou os padrões saídos da Fábrica de Faianças e influenciou a produção de motivos naturalistas de desenho fluido e orgânico, estilizando plantas e animais. A criação de um roteiro ilustrativo dos edifícios, peças de cerâmica e outros elementos característicos desta corrente artística, ilustrado e acompanhado de pequenas notas explicativas, seria outro trabalho que seguramente teria bastante aceitação.

#### *Linha de Cerâmica “Caldas Ceramics”*

Sendo as Caldas da Rainha um centro de produção cerâmica de grande importância a nível nacional e integrando dois estabelecimentos de ensino ligados ao setor, julgamos que poderia ser elaborada uma linha de peças decorativas de cerâmica, que seriam vendidas na Loja do Turismo. Para a concretização deste projeto, poderia ser formalizada uma parceria com o CENCAL no fabrico desses elementos decorativos.

#### *Roteiro da Cerâmica – Turismo Industrial*

Aproveitando o facto de ainda existirem algumas unidades fabris no sector da cerâmica e vários ateliês de artesãos, distribuídos por vários pontos do concelho, a constituição de um roteiro de turismo industrial relacionado com esta atividade poderia tornar-se um motivo de atração adicional, direcionado a um nicho de mercado em franca expansão,

formado por interessados em conhecer a estrutura das unidades produtivas, a forma de produção e a tecnologia empregada.

Não podemos deixar de mencionar a Louça das Caldas mais conhecida a nível nacional, a “louça malandra”, cujo desenvolvimento se deveu em grande linha com a figura do Zé Povinho, mais uma criação do génio de Bordallo. Perante um exemplar desta louça fálca ninguém deixa de esboçar um sorriso; é atualmente uma imagem de marca da cidade e nos últimos anos têm sido feitos esforços para a elevação desta expressão criativa no sentido de deixar de ser considerada uma arte menor. Seguindo esta tendência de valorização destas expressões artísticas, foi criada em 2009 a *Confraria do Príapo*<sup>22</sup>, que de acordo com os seus estatutos “tem por objeto social defender, valorizar e promover, com identidade própria, a cerâmica erótica das Caldas da Rainha, de que o falo é a principal peça e símbolo.” Sem dúvida que este reconhecimento em relação à região é bastante evidente. Sempre que nos referimos a algo relacionado com as Caldas, a conotação com o “das Caldas” é quase imediata. E apesar de não ter um valor depreciativo, existe alguma resistência em assumir este símbolo como elemento diferenciador e genuíno da cidade.

Esperamos que todo o potencial turístico que Caldas da Rainha possa continuar a ser explorado, de forma sustentável e planeada e que resulte em benefício das suas gentes. É evidente que a atividade turística tem uma importância muito grande para o desenvolvimento local e enquanto houver um pensamento de economia caseira não poderemos atender à procura do turista atual. A transformação que as Caldas da Rainha está a ter, em termos de infraestruturas base, deverá ser acompanhado de projeto que vá ao encontro desta nova fase da cidade, Projeto este que não desenvolverá a não ser com uma visão estratégica de futuro, com investimentos na comunicação integrada com os vários agentes do território (público e privado) mas com também com a cooperação intermunicipal.

O desenvolvimento deverá passar não só mas também pela transformação das pequenas indústrias em potenciais produtos turísticos atendendo cada vez mais aos nichos que procuram a Região Oeste. Também deverá haver uma aposta forte na captação de fluxos turísticos dos concelhos vizinhos, pensando em serviços complementares que atendam aos mercados do golfe e de eventos, produtos bastante emblemáticos na região.

---

<sup>22</sup> Podemos conhecer um pouco mais sobre este organismo em <http://confrariadopriapo.blogspot.pt/>

## BIBLIOGRAFIA

- BAPTISTA, Mário; *Turismo Gestão Estratégica*; Editora Verbo Lisboa; 2ª edição, 2003.
- COBRA, Marcos; *Marketing de Turismo*. Editora São Paulo, 2001.
- COOPER, Chris,[et al.]; *Turismo Princípios e Práticas*; Editora Bookman; 2ª edição, 2003.
- COUTO, João Pedro; *Marketing Turístico: Conceitos e Tendências*; Ponta Delgada: Universidade dos Açores, 2009.
- GONZAGA, Luiz; *Como Aprender Turismo, Como Ensinar 1*; Editora São Paulo, 2003.
- LAS CASAS, Alexandre Luzzi.; *Plano de Marketing para micro e pequena empresa*; Editora São Paulo. Atlas, 3ªed., 2005.
- KOTLER, Philip; *Marketing para o Século XXI*; Editorial Presença, 2000.
- KOTLER, Neil, KOTLER, Philip; *Estrategias y marketing de museos*; Barcelona: Editorial Ariel, 1998.
- LAMBIN, Jean-Jacques; *Marketing Estratégico*; Editora McGRAW-HILL de Portugal, Lda.; 4ª edição, 2000.
- LICÍNIO, Cunha; *Introdução ao Turismo*; Editora Verbo; 2ª edição, 2003.
- LINDON, Denis,[et al.]; *Mercator XXI: Teoria e Prática do Marketing*; Editora Dom Quixote; 10ª edição, 2004
- LISBOA, João,[et al.]; *Introdução à Gestão de Organizações*; Editora Vida Económica; 2004.
- MCDONALD, M.; *Planos de Marketing: planeamento e gestão estratégica, como criar e implantar*, Rio de Janeiro; Editora Elsevier, 2004.
- NUNES, J., & CAVIQUE, L; *Plano de Marketing: Estratégia em Ação*; Lisboa: Publicações Dom Quixote, Lda., 2001.
- RIBEIRO, Alberto Pinto; *A nova cerâmica das Caldas – séc. XX*; Edição de autor, Lisboa, 1989.
- RODRIGUES, Luís Nuno, TAVARES, Mário, SERRA, João B.; Terra de Águas: Caldas da Rainha, *História e Cultura*; Grafiartes; 1ª edição, 1993.
- SARAIVA, José Hermano; *O Tempo e a Alma*. Lisboa: Círculo dos Leitores, 1986.
- SOARES, Mário; *Caldas da Rainha Vista Em Cem Biografias*; Caldas da Rainha; Estounoir, 1ª edição, 2004.
- TRANCOSO, Vasco; *Caldas da Rainha: Um Contributo Iconográfico através do Bilhete Postal Ilustrado editado até Meados do Século XX*, ELO – Publicidade, Artes Gráficas, Lda.; 1ª edição, 1999.
- VÁRIOS; *Caldas da Rainha – Património das Águas*; Lisboa, Assírio & Alvim, 2005.





## WEBGRAFIA

- ACCCRO – Associação Comercial dos Concelhos de Caldas da Rainha e Óbidos.** Disponível em <<http://www.capitaldocomercio.com/>>. Acesso em 10 de outubro de 2011
- Blogue Arte de Recordar – Arte de Recordar em Caldas da Rainha.** Disponível em <[www.artederecordaravida.blogspot.com/search/label/Concelho%20de%20Caldas%20da%20Rainha](http://www.artederecordaravida.blogspot.com/search/label/Concelho%20de%20Caldas%20da%20Rainha)>. Acesso em 9 de novembro de 2011
- Bombondrice.** Disponível em <<http://www.bombondrice.pt/>>. Acesso em 10 de outubro de 2011
- Centro da Juventude de Caldas da Rainha.** Disponível em <[www.cm-caldas-rainha.pt/portal/page/portal/JUVENTUDE](http://www.cm-caldas-rainha.pt/portal/page/portal/JUVENTUDE)>. Acesso em 25 de outubro de 2011
- Centro de Artes – Câmara Municipal das Caldas da Rainha.** Disponível em <[http://www.cm-caldas-rainha.pt/portal/page/portal/PORTAL\\_MCR/VISITANTE/MUSEUS/CENTRO\\_ARTES](http://www.cm-caldas-rainha.pt/portal/page/portal/PORTAL_MCR/VISITANTE/MUSEUS/CENTRO_ARTES)>. Acesso em 22 de novembro de 2011
- CTT. Revista ApostA.** Disponível em <<http://www.ctt.pt/fectt/export/download/grupoctt/comimagens/APOSTA102.pdf>>. Acesso em 9 de janeiro de 2012
- IAPMEI. Fazer um plano de marketing.** Disponível em <<http://www.iapmei.pt/iapmei-art-03.php?id=2343>>. Acesso em 13 de setembro de 2011
- Ideas(R)Evolution.** Disponível em <[http://www.iade.pt/pt/investiga%C3%A7%C3%A3o/projectos/ideas\(r\)evolution.aspx](http://www.iade.pt/pt/investiga%C3%A7%C3%A3o/projectos/ideas(r)evolution.aspx)>. Acesso em 10 de março de 2011
- Instituto dos Museus e da Conservação - Museu da Cerâmica.** Disponível em <[http://www.imc-ip.pt/pt-PT/museus\\_palacios/ContentDetail.aspx?id=1098](http://www.imc-ip.pt/pt-PT/museus_palacios/ContentDetail.aspx?id=1098)>. Acesso em 15 de setembro de 2011
- Instituto dos Museus e da Conservação – Museu José Malhoa.** Disponível em <<http://mjm.imc-ip.pt/pt-PT/museu/ContentList.aspx>>. Acesso em 15 de setembro de 2011
- Louça das Caldas – Câmara Municipal das Caldas da Rainha.** Disponível em <[www.cm-caldas-rainha.pt: http://www.cm-caldas-rainha.pt/portal/page/portal/PORTAL\\_MCR/VISITANTE/TRADICAO/LOUCA\\_CALDAS](http://www.cm-caldas-rainha.pt/portal/page/portal/PORTAL_MCR/VISITANTE/TRADICAO/LOUCA_CALDAS)>. Acesso em 24 de novembro de 2011
- Moov-u – Power to interact.** Disponível em <<http://www.moov-u.net>>. Acesso em 17 de dezembro de 2011
- MUNICIPAL/PLANEAMENTO\_URBANISMO/REGENERACAO\_URBANA.** Disponível em <<http://www.moov-u.net>>. Acesso em 22 de outubro de 2011
- Oracle® Portugal.** Disponível em <<http://www.oracle.com/pt/index.html>>. Acesso em 11 de outubro de 2011
- Plano Estratégico Nacional do Turismo.** Disponível em <[http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/conhecimento/planoestrategiconacionaldoturismo/Anexos/PENT\\_VERSAO\\_REVISTA\\_PT.pdf](http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/conhecimento/planoestrategiconacionaldoturismo/Anexos/PENT_VERSAO_REVISTA_PT.pdf)>. Acesso em 8 de setembro de 2011
- Portal da Juventude Caldas da Rainha.** Disponível em <[http://www.cm-caldas-rainha.pt/portal/page/portal/JUVENTUDE/PREMIOS\\_RAINHA](http://www.cm-caldas-rainha.pt/portal/page/portal/JUVENTUDE/PREMIOS_RAINHA)>. Acesso em 11 de outubro de 2011
- Qualifica – Associação Nacional de Municípios e de Produtores para a valorização e Qualificação dos Produtos Tradicionais Portugueses.** Disponível em <<http://www.qualifica.pt>>. Acesso em 22 de março de 2012
- Regeneração Urbana das Caldas da Rainha.** Disponível em <[http://www.cm-caldas-rainha.pt/portal/page/portal/PORTAL\\_MCR/ACTIVIDADE\\_](http://www.cm-caldas-rainha.pt/portal/page/portal/PORTAL_MCR/ACTIVIDADE_)>
- Seres: ateliers nos silos.** Disponível em <<http://serescr.wordpress.com/>>. Acesso em 19 de setembro de 2011

**TOMA – Transporte Municipal | Projeto de Mobilidade das Caldas da Rainha.**

Disponível em <[http://www.cm-caldas-rainha.pt/portal/page/portal/PORTAL\\_MCR/MUNICIPIO/TRANSPORTES\\_MOBILIDADE/PROJECTO\\_MODALIDADE](http://www.cm-caldas-rainha.pt/portal/page/portal/PORTAL_MCR/MUNICIPIO/TRANSPORTES_MOBILIDADE/PROJECTO_MODALIDADE)>. Acesso em 22 de outubro de 2011

**Turismo e a Economia – uma relação de crescimento.** Disponível em <<http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/Noticias/Documents/Assembleia%20da%20Rep%C3%ABlica%20-%20Turismo%20e%20Economia.pptx>>. Acesso em 8 de setembro de 2011

**Tv Caldas.** Disponível em <<http://www.tvcaldas.com>>. Acesso em 21 de novembro de 2011

**Wikipédia – Atelier Museu António Duarte.** Disponível em <[http://pt.wikipedia.org/wiki/Atelier-Museu\\_Ant%C3%B3nio\\_Duarte](http://pt.wikipedia.org/wiki/Atelier-Museu_Ant%C3%B3nio_Duarte)>. Acesso em 15 de setembro de 2011

**Wikipédia – Caldas da Rainha.** Disponível em <[http://pt.wikipedia.org/wiki/Caldas\\_da\\_Rainha](http://pt.wikipedia.org/wiki/Caldas_da_Rainha)>. Acesso em 16 de setembro de 2011

**Wikipédia – Centro de Artes (Caldas da Rainha).** Disponível em <[http://pt.wikipedia.org/wiki/Centro\\_de\\_Artes\\_\(Caldas\\_da\\_Rainha\)](http://pt.wikipedia.org/wiki/Centro_de_Artes_(Caldas_da_Rainha))> Acesso em 16 de setembro de 2011

**Wikipédia – Museu de José Malhoa.** Disponível em <[http://pt.wikipedia.org/wiki/Museu\\_de\\_Jos%C3%A9\\_Malhoa](http://pt.wikipedia.org/wiki/Museu_de_Jos%C3%A9_Malhoa)>. Acesso em 15 de setembro de 2011

## APÊNDICE I: EVENTOS CRIADOS NO FACEBOOK

- Campeonato Europeu de Badminton Sub-17, 19 a 27 de Novembro de 2011, Centro de Alto Rendimento de Badminton, Caldas da Rainha
- II Noite de Fados | Landal - Caldas da Rainha, 26 de Novembro de 2011, Centro de Desenvolvimento Comunitário do Landal
- XXV Expoaves – Exposição Ornitológica, 18 a 20 de Novembro de 2011, Expoeste, Caldas da Rainha
- Passeio Pedestre | Lagoa de Óbidos, 6 de Novembro de 2011, Ciclovía da Lagoa de Óbidos
- Hugo Trindade + João Barradas @ BlackBox, 5 de Novembro, Centro da Juventude das Caldas da Rainha
- Concurso Identidade Visual da Confraria do Priapo, 3 de Novembro a 30 de Dezembro, Caldas da Rainha
- Marca Caldas | Consulta às Forças Vivas do Território, 24 de Outubro a 30 de Novembro, Caldas da Rainha
- Divulgação do Concurso de Fotografia Bandeira Azul 2011 | Mar - um recurso para preservar, 12 a 31 de Outubro de 2011, Associação Bandeira Azul da Europa, Lisboa
- Concertos no Espaço BlackBox, 1 a 29 de Outubro de 2011, Centro da Juventude das Caldas da Rainha
- Peça de Teatro “Revolta do Silêncio”, 23 de Setembro de 2011, Sociedade de Instrução e Recreio Os Pimpões, Caldas da Rainha
- Dia Europeu Sem Carros, 22 de Setembro de 2011, Caldas da Rainha
- Caldas.Artesanato | Praça das Artes, 2 de Setembro de 2011, Largo José Barbosa, Caldas da Rainha
- Atividades Bandeira Azul | Foz do Arelho, 22 de Agosto a 1 de Setembro de 2011, Praia da Foz do Arelho, Caldas da Rainha
- Birdwatching – Organização INATEL, 15 de Agosto de 2011, Lagoa de Óbidos e Paul da Tornada, Caldas da Rainha
- Expotur | Festa de Verão 2011, 5 a 15 de Agosto de 2011, Expoeste, Caldas da Rainha
- Festival da Caracoleta, 16 de Julho de 2011, Praça 5 de Outubro, Caldas da Rainha
- Exposição de Fotografia "Caldas das 1000 Imagens", 15 de Julho a 15 de Agosto de 2011, Galeria Municipal Osiris, Caldas da Rainha

- Exposição Gerações Comunicantes | Universidade Sénior das Caldas da Rainha, 6 a 14 de Julho de 2011, Galeria Municipal Osíris, Caldas da Rainha
- Concurso de Fotografia "Caldas das 1000 Imagens", 15 de Junho a 1 de Julho
- Exposição Arte de Recordar | Inês Neves, 3 de Junho a 3 de Julho de 2011, Galeria Municipal Osíris, Caldas da Rainha
- CineTurismo no Oeste | O melhor da Promoção Turística Audiovisual, 26 de Maio de 2011, Auditório do Centro da Juventude das Caldas da Rainha

## **APÊNDICE II: DIVULGAÇÃO DE EVENTOS NO *FACEBOOK***

- Festa de Santo Antão – 13 a 15 Janeiro de 2011 - Salir de Matos - Caldas da Rainha
- Bicho do Mato ao vivo na BlackBox – 14 de Janeiro de 2012 – Centro da Juventude das Caldas da Rainha
- Cantar as Janeiras à volta da fogueira – 14 de Janeiro de 2012 - Largo do Arraial - Foz do Arelho
- Fórum/Debate "Qual será a minha Freguesia?" – 14 de Janeiro de 2012 - Salão Nobre da Câmara Municipal de Caldas da Rainha
- Inauguração DAR Design Advanced Resources - Quinta-feira, 12 de Janeiro de 2012 - Silos/CERES – Caldas da Rainha
- XXXIX Exposição Nacional e Pré-Ibérica de Columbofilia – 12 a 15 de Janeiro, Expoeste, Caldas da Rainha
- Voleibol - Sporting das Caldas – Benfica, 8 de Janeiro de 2012, Pavilhão Rainha D. Leonor, Caldas da Rainha
- FLIRT na BlackBox - Sábado, 7 de Janeiro de 2012, Centro da Juventude das Caldas da Rainha
- Vox Trooper Tour de passagem pela BlackBox, Sexta-feira, 6 de Janeiro de 2012, Centro da Juventude das Caldas da Rainha
- 062 Fringe Showcase, 1 de Janeiro de 2012, Caldas da Rainha
- Concurso de Fotografia do GAFA "Melhor Foto do Ano 2011"
- Matiné Natalícia na Melhor Idade, 27 de Dezembro de 2011, Bowling das Caldas da Rainha
- Quarteto Hugo Trindade ao vivo na BlackBox, 17 de Dezembro de 2011, Centro da Juventude das Caldas da Rainha
- Festa de Natal, 17 de Dezembro de 2011 Centro Social e Recreativo Foz do Arelho, Caldas da Rainha
- SnowParade'11, 16 a 18 de Dezembro de 2011, Rua das Montras, Caldas da Rainha
- A Tua Escola, O Teu DJ, 16 de Dezembro de 2011, Expoeste, Caldas da Rainha
- Movimento Calça o Natal, 16 de Dezembro de 2011 a 5 de Janeiro de 2012, Caldas da Rainha
- Exposição Temporária.Cerâmica.Memória e futuro, 15 de Dezembro de 2011 a 15 de Fevereiro de 2012, Museu da Cerâmica, Caldas da Rainha

- Missão Sorriso - Ajudem o Hospital Oeste Norte, 15 a 31 de Dezembro de 2011, Caldas da Rainha
- Maga Party, 15 de Dezembro de 2011, Espaço O Bixo Mau, Caldas da Rainha
- Dia das Profissões, 14 de Dezembro de 2011, Centro da Juventude das Caldas da Rainha
- Leitura Encenada "Entremez dos Romances", 13 de Dezembro de 2011, São Luiz Teatro Municipal, Lisboa
- Audible Architecture ao vivo na BlackBox, 10 de Dezembro de 2011, Centro da Juventude das Caldas da Rainha
- Lançamento do Livro "O Ceptro de Nefertari" de Raquel Maia de Campos, 10 de Dezembro de 2011, Hotel Sana Silver Coast, Caldas da Rainha
- Jantar de Natal GPP-B, 10 de Dezembro de 2011, Restaurante pedagógico da Escola de Hotelaria e Turismo do Oeste - Pólo Caldas da Rainha
- II Corrida P'la Vida, 10 de Dezembro de 2011, Freguesia de Nossa Senhora do Pópulo, Caldas da Rainha
- Concerto de Natal da Banda Comércio e Indústria, 10 de Dezembro de 2011, Auditório da Escola Secundária Rafael Bordalo Pinheiro, Caldas da Rainha
- Caldas SketchCrawl, 10 de Dezembro de 2011, Parque D. Carlos I, Caldas da Rainha
- Sessões 062 (Vol.3), 9 de Dezembro de 2011, Centro da Juventude das Caldas da Rainha
- Jantar de Angariação de Fundos da Cruz Vermelha Portuguesa – Delegação das Caldas da Rainha, 9 de Dezembro de 2011, Salão Milénio, Caldas da Rainha
- Maga - Mostra de Artes e afins, 8 a 18 de Dezembro de 2011, Caldas da Rainha
- Meio Metro de Pedra @ Centro da Juventude das Caldas da Rainha, 7 de Dezembro de 2011, Caldas da Rainha
- Coletivo de Cerâmica no Vivaci, 3 a 31 de Dezembro, Centro Comercial Vivaci, Caldas da Rainha
- Like Can you Smoke the Queen!?, 2 a 5 de Dezembro de 2011, Centro da Juventude das Caldas da Rainha
- Feira do Livro do Projeto Olha-Te, 1 de Dezembro de 2011 a 1 de Janeiro de 2012, Caldas da Rainha
- Festa do Futebol do Grupo Desportivo do Peso, 30 de Novembro de 2011, Salão de Peso de Santa Catarina, Caldas da Rainha

- Exposição Coletiva de Artes Plásticas, 29 de Novembro a 4 de Dezembro de 2011, Silos-Ceres, Caldas da Rainha
- Workshop CUSQ 6ª Edição!!, 27 de Novembro de 2011, Centro da Juventude das Caldas da Rainha
- Workshop de Ilustração e Desenho – Figura Humana, 26 de Novembro de 2011, Centro de Artes, Caldas da Rainha
- Vamos Ajudar o João e o Rodrigo, 25 de Novembro de 2011, Bowling Caldas
- Exposição Núcleo de Cerâmica Inglesa, 24 de Novembro de 2011 a 29 de Fevereiro de 2012, Museu da Cerâmica, Caldas da Rainha
- 21 Às 21 - Associação MVC, 21 de Novembro de 2011, Auditório da Biblioteca das Caldas da Rainha
- Workshop de Banda Desenhada, 19 de Novembro de 2011, Centro de Artes, Caldas da Rainha
- dUAS seMlcOLCHEIAS iNVERTIDAS @ BlackBox, 18 de Novembro de 2011, Centro da Juventude das Caldas da Rainha
- Conferência Educação Estética Visual Eco-necessária, 16 de Novembro de 2011, Centro de Artes, Caldas da Rainha
- Seniores Femininas Sporting Clube das Caldas X Dramático Cascais, 13 de Novembro de 2011, Pavilhão Raúl Jardim Graça, Caldas da Rainha
- Casa do Benfica - Casal Velho, 13 de Novembro de 2011, Pavilhão Rainha D. Leonor, Caldas da Rainha
- Rugby Cup 2011 - Portugal X Uruguai Domingo, 13 de Novembro de 2011, Complexo Desportivo das Caldas da Rainha
- I Magusto Missionário da Foz do Arelho, 13 de Novembro de 2011, Centro Social e Recreativo da Foz do Arelho
- Futsal Caldas Sport Club X Louriçal, 13 de Novembro de 2011, Pavilhão da Mata, Caldas da Rainha
- Festa do Magusto 2011, 13 de Novembro de 2011, Casais de Santa Helena, A-dos-Francos, Caldas da Rainha
- Workshop de Manga, 12 de Novembro de 2011, Centro de Artes, Caldas da Rainha
- Workshop de Baixo Elétrico, com Eddy Slap, 12 de Novembro de 2011, Centro da Juventude das Caldas da Rainha
- Sessões 062 (Vol.2), 11 de Novembro de 2011, Centro da Juventude das Caldas da Rainha

- Plant ao Vivo @ BlackBox, 11 de Novembro de 2011, Centro da Juventude das Caldas da Rainha
- Magusto de São Martinho, 11 de Novembro de 2011, Sociedade de Instrução e Recreio Os Pimpões, Caldas da Rainha
- Ricardo Norte - Ciclo de Exposições, cerâmica/pintura 2011/2012, 11 a 25 de Novembro, Edifício EDP, Caldas da Rainha
- Ténis e Kits de Higiene, 8 de Novembro a 8 de Dezembro de 2011, Projeto Ponto de Ajuda, Caldas da Rainha
- Desfile de Body Painting em Caldas da Rainha, 6 de Novembro de 2011, Centro Comercial Vivaci, Caldas da Rainha
- Voluntariado\_Olha-Te\_em Dezembro, 6 de Novembro a 30 de Dezembro de 2011, Caldas da Rainha e Óbidos
- Exposição de Pintura - Rota de Arte - Restaurante Taverna da Bica, 5 a 23 de Novembro, Caldas da Rainha
- Plantação de Pinheiros Mansos, 5 de Novembro de 2011, Margens da Lagoa de Óbidos
- 6ª Edição da Mostra de Artesanato no Céu de Vidro, 5 e 6 de Novembro de 2011, Céu de Vidro, Caldas da Rainha
- 15º Concurso de Gastronomia de Caldas da Rainha e Óbidos, 5 de Novembro a 4 de Dezembro de 2011, Caldas da Rainha e Óbidos
- I Festival Jovem, 4 a 6 de Novembro, Coto - Caldas da Rainha
- Cortejo de Oferendas, 1 de Novembro de 2011, Nadadouro – Caldas da Rainha
- Concurso de Máscaras da Noite das Bruxas, 31 de Outubro de 2011, Campo – Caldas da Rainha
- Concurso de Banda Virtual, 31 de Outubro de 2011, Foz do Arelho – Caldas da Rainha
- 1º Bike Water Jump, 29 e 30 de Outubro de 2011, São Martinho do Porto – Alcobaça
- 1º Festival de Petiscos, 29 de Outubro a 1 de Novembro de 2011, Campo – Caldas da Rainha
- Classic Auto – 6º Salão do Automóvel, Motos e Peças, 29 de Outubro a 1 de Novembro de 2011, Expoeste, Caldas da Rainha
- Peddy Paper - Pais e Filhos, 28 de Outubro de 2011, Caldas da Rainha
- Votem no Frederico Silva, atleta do Clube de Ténis Caldas da Rainha, 27 de Outubro a 7 de Novembro de 2011, Caldas da Rainha



- Demanda - Exposição Escultura e Pintura por Umbelina Barros, 26 de Outubro a 12 de Novembro de 2011, Ateliers dos Silos, Caldas da Rainha
- "Ella" Herbert Achternbusch – Teatro da Rainha, 20 a 22 de Outubro de 2011, Teatro São Luiz, Lisboa
- Indoor Skate Tour 2011, 15 de Outubro de 2011, Centro Comercial Vivaci, Caldas da Rainha
- Sessões 062 (Vol.1), 14 de Outubro de 2011, Centro da Juventude das Caldas da Rainha
- Liliana Sousa - Ciclo de Exposições Cerâmica/Pintura 2011/2012, 14 a 28 de Outubro de 2011, Edifício EDP, Caldas da Rainha
- Festas de Aniversário, 4 de Outubro de 2011, Centro da Juventude das Caldas da Rainha
- Jojo, o Reincidente – Teatro da Rainha, 1 e 2 de Outubro, Centro Cultural e de Congressos das Caldas da Rainha
- Vem aí...!!! Rodeo, 1 de Outubro de 2011, Praça de Touros das Caldas da Rainha
- 5ª Edição Mostra de Artesanato no Céu de Vidro, 1 e 2 de Outubro de 2011, Céu de Vidro, Caldas da Rainha
- Divulgação do Concurso de Caretas, 28 de Setembro a 30 de Novembro, Caldas da Rainha
- ICCT - International Conference on Cinema and Tourism, 28 e 29 de Setembro, Barcelos
- Passatempo Dia Mundial do Turismo, Turismo do Oeste, 27 de Setembro de 2011, Região Oeste
- Art&Tur - IV International Tourism Film Festival, 27 de Setembro a 1 de Outubro de 2011, Barcelos
- 3º Passeio de BTT, 25 de Setembro de 2011, Casais de Santa Helena – Caldas da Rainha
- Festa da Água-Pé 2011, 23 de Setembro de 2011, Casais de Santa Helena – Caldas da Rainha
- Praça da Alegria na Bombondrice, 23 de Setembro de 2011, RTP
- Associação MVC, 21 de Setembro de 2011, Auditório da Biblioteca das Caldas da Rainha
- Programa de Gestão Doméstica – Projeto Ponto de Ajuda, 20 a 29 de Setembro de 2011, Caldas da Rainha

- 17º Passeio de Cicloturismo – 1º Por Equipas, 18 de Setembro de 2011, A-dos-Francos – Caldas da Rainha
- Festa Branca, 17 de Setembro de 2011, Relvas – Santa Catarina – Caldas da Rainha
- Feira de Usado, 17 e 18 de Setembro de 2011, Nadadouro – Caldas da Rainha
- Praia da Foz do Arelho mais limpa – Campanha de Limpeza, 17 de Setembro, Praia da Foz do Arelho – Caldas da Rainha
- Artshow Caldas – Mostra de Artes Plásticas, 16 a 18 de Setembro de 2011, Expoeste, Caldas da Rainha
- photoBANGO, 16 e 17 de Setembro de 2011, Benedita – Alcobaça
- 36º Aniversário de Centro Social e Recreativo da Foz do Arelho, 16 de Setembro de 2011, Foz do Arelho – Caldas da Rainha
- Caminhada – Cicloturismo, 11 de Setembro de 2011, Alvorninha – Caldas da Rainha
- Festival Nacional da Codorniz, 11 e 12 de Setembro de 2011, Landal – Caldas da Rainha
- Festa em Honra de Nossa Senhora da Luz, 9 a 11 de Setembro de 2011, Moita – Alvorninha – Caldas da Rainha
- 4º Motocross Clássico, 4 de Setembro de 2011, Santa Marta – Alvorninha – Caldas da Rainha
- Festa em Honra de Nossa Senhora dos Anjos, 2 a 5 de Setembro de 2011, Coto – Caldas da Rainha
- Exposição de Pintura de Mafalda Vivas, 1 a 30 de Setembro de 2011 – Café Concerto do Centro Cultural e de Congressos das Caldas da Rainha
- Qualidade de Vida DeRose na Praia da Foz, 28 de Agosto de 2011, Praia da Foz do Arelho, Caldas da Rainha
- Peça de Teatro "O Ciúme do Enfarinhado" – Teatro da Rainha, 28 de Agosto de 2011, Jardim da Vila – Santa Catarina – Caldas da Rainha
- 3ª Edição Windsurf – 6 horas na Lagoa, 27 de Agosto de 2011, Lagoa de Óbidos, Caldas da Rainha
- DJ Anim@ll @ CCC, 25 de Agosto de 2011, Café Concerto do Centro Cultural e de Congressos das Caldas da Rainha
- Loja Social - Ponto de Ajuda, 25 de Agosto a 24 de Novembro, Ponto de Ajuda, Caldas da Rainha

- Festa em Honra de Nossa Senhora das Mercês, 20 a 25 de Agosto de 2011, Carvalhal Benfeito, Caldas da Rainha
- BTT Noturno em Carvalhal Benfeito, 20 de Agosto de 2011, Carvalhal Benfeito, Caldas da Rainha
- Festa em Honra de Nossa Senhora da Conceição, 19 a 21 de Agosto de 2011, Foz do Arelho, Caldas da Rainha
- Bombondrice na Expotur 2011, 8 a 15 de Agosto de 2011, Expoeste, Caldas da Rainha
- Luta de Balões de Água Noturna, 6 de Agosto de 2011, Largo 5 de Outubro, Caldas da Rainha
- Regeneração Urbana - Conversa moderada pela Arquitecta Manuela Morgado, 3 de Agosto de 2011, Silos, Caldas da Rainha
- Festa em Honra de Santa Barbara, 30 de Julho a 1 de Agosto de 2011, Carrasqueira, Vidais – Caldas da Rainha
- Festa em Honra de Nossa Senhora do Bom Sucesso, 29 de Julho a 4 de Agosto de 2011, Nadadouro – Caldas da Rainha
- 1º Torneio de Futsal – 48 horas, 29 de Julho de 2011, Pavilhão D. Leonor, Caldas da Rainha
- À Conversa com Luís Manuel Todella, 28 de Julho de 2011, Café do Centro Cultural e de Congressos das Caldas da Rainha
- It's only words | São apenas palavras – Escola de Artes de Representação, 28 de Julho de 2011, Parque D. Carlos I, Caldas da Rainha
- "O Ciúme do Enfarinhado" de Molière – Teatro da Rainha, 23 de Julho de 2011, Serra do Bouro – Caldas da Rainha
- Dança Super Flash, 23 de Julho de 2011, Centro Social e Recreativo da Foz do Arelho, Caldas da Rainha
- Semana de Workshops, 19 a 25 de Julho de 2011, Centro da Juventude das Caldas da Rainha
- Colher Tour, 18 de Julho, Caldas da Rainha
- Festival de Patinagem Artística, 9 e 10 de Julho de 2011, Pavilhão da Mata, Caldas da Rainha
- Festa em Honra de Santa Maria Madalena, 9 a 13 de Julho de 2011, Barrantes, Salir de Matos – Caldas da Rainha
- XXVI Festival de Folclore R.F.E. "Os Azeitoneiros", 3 de Julho de 2011, Pavilhão Desportivo D. José da Cruz Policarpo, Alvorninha - Caldas da Rainha

- 3ª Mostra de Artesanato no Céu de Vidro, 2 e 3 de Julho de 2011, Céu de Vidro, Caldas da Rainha
- Portas Abertas, 2 de Julho de 2011, Santa Casa da Misericórdia das Caldas da Rainha
- Exposição Diversidades | 12 meses de cerâmica | CENCAL, 1 de Julho de 2011, Museu da Cerâmica, Caldas da Rainha
- Dia Aberto – Comemorações do 57ª Aniversário da Federação Portuguesa de Badminton, 1 e 2 de Julho de 2011, Centro de Alto Rendimento de Badminton das Caldas da Rainha
- Rally das Cruzes, 26 de Junho de 2011, Cruzes, Caldas da Rainha
- Procissão da Lagoa, 25 de Junho de 2011, Foz do Arelho, Caldas da Rainha
- I Evento de Desporto de Rua, 25 de Junho de 2011, Avenida da Independência Nacional, Caldas da Rainha
- FDS Fim de Século @ Casais de Santa Helena, 24 de Junho de 2011, Casais de Santa Helena, A-dos-Francos – Caldas da Rainha
- Caminhada da Ginástica, 24 de Junho de 2011, Freguesia de Nossa Senhora do Pópulo, Caldas da Rainha
- Inauguração da exposição "There are many ways to make a cake", 23 de Junho de 2011, Silos da Ceres, Caldas da Rainha
- V Tasquinhas da Lagoa, 23 a 26 de Junho, Nadadouro, Caldas da Rainha
- Santos Populares nos Pimpões, 22 de Junho de 2011, Sociedade Instrução e Recreio Os Pimpões, Caldas da Rainha
- II Regata no Lago, 18 de Junho de 2011, Parque D. Carlos I, Caldas da Rainha
- Festival de Hidroginástica, 17 de Junho de 2011, Sociedade Instrução e Recreio Os Pimpões, Caldas da Rainha
- 7 Excelências Empresariais, 16 de Junho de 2011, Sociedade Instrução e Recreio Os Pimpões, Caldas da Rainha
- VIII Troféu Cidade Caldas da Rainha - II Meeting Internacional, 11 de Junho de 2011, Piscinas Municipais das Caldas da Rainha
- GP Marietel – Campeonato Nacional de Jetski, 11 e 12 de Junho de 2011, Foz do Arelho, Caldas da Rainha
- 1º Stock Off, 10 de Junho da 2011, Expoeste, Caldas da Rainha
- Os Monólogos das Marijuana, 9 de Junho de 2011, Sociedade Instrução e Recreio Os Pimpões, Caldas da Rainha

- Tasquinhas de A-dos-Francos 2011, 9 a 12 de Junho, A-dos-Francos, Caldas da Rainha
- 11º Festival da Sardinha – Desfile de Marchas Populares, 8 de Junho de 2011, Largo da Universidade, Caldas da Rainha
- FMI no Oeste - Festa Música Insufláveis, 4 de Junho de 2011, Largo da Universidade, Caldas da Rainha
- Caldas Land Night - Festa final ESAD, 28 de Maio de 2011, Escola Superior de Arte e Design das Caldas da Rainha
- Exposição Coletiva de Artes Plásticas, 28 de Maio de 2011, Museu Bernardo, Caldas da Rainha
- Operação Lagoa, 28 de Maio de 2011, Parque de Merendas, Nadadouro – Caldas da Rainha
- II Festival da Cerveja, 27 de Maio de 2011, Coto - Caldas da Rainha
- Tasquinhas do Landal, 27 a 30 de Maio, Landal – Caldas da Rainha
- Museum Party, 25 de Maio de 2011, Museu do Hospital e das Caldas, Caldas da Rainha
- ExpoRegião - Emprega 2011, 19 a 22 de Maio de 2011, Expoeste, Caldas da Rainha
- Kabaret Keuner e Outras Histórias – Teatro da Rainha, 12 de Maio de 2011, Caldas da Rainha
- O Ciúme do Enfarinhado - Teatro da Rainha, 5 de Maio de 2011, Caldas da Rainha
- Exposição de Cerâmica Criativa, 18 de Maio de 2011, Museu da Cerâmica, Caldas da Rainha.



# ANEXO I: MANUAL DE INSERÇÃO DE CONTEÚDOS NO PORTAL DA CÂMARA MUNICIPAL DAS CALDAS DA RAINHA



## Como inserir fotos / imagens para associar aos Eventos?

1. Entrar para a Intranet
2. Entrar no link: "Gestão do Portal":



3. De seguida, seleccionar o link: "Inserir Imagens Eventos"

Inserir Documentos Internos

Página destinada à inserção de documentos internos.

Galerias Públicas

Página destinada à inserção de imagens das galerias temáticas (públicas).

As imagens para as várias Galerias Públicas devem ser colocadas em região própria e clara.

Inserir Imagens - Conteúdo

Página destinada à inserção de imagens de conteúdo.

Para inserir imagens relacionadas com conteúdo, selecionar a área respectiva.

Inserir imagens - Notícias

Página destinada à inserção de imagens relacionadas com notícias.

Inserir Imagens - Eventos

Página destinada à inserção de imagens relacionadas com eventos.

Criar Notícias externas

Página destinada à criação de notícias externas (notícias públicas).

Criar Eventos | Agenda | Actividades

Página destinada à criação de eventos externos de todas as categorias.

4. Entrar no ícone: "Acrescentar ícone":



5. Escolher tipo de Item de conteúdo: Foto:





## Como inserir Eventos?

Fazer todos os processos até ao nível "3" da explicação anterior.

### 4. De seguida, seleccionar o link: "Inserir Notícias"

no menu para as várias opções de conteúdos de publicação em áreas privadas e públicas:

#### Inserir imagens - Conteúdo

Página destinada à inserção de imagens de conteúdo.

Para inserir imagens relacionadas com conteúdo, seleccionar a área respectiva.

#### Inserir imagens - Notícias

Página destinada à inserção de imagens relacionadas com Notícias.

#### Inserir imagens - Eventos

Página destinada à inserção de imagens relacionadas com Eventos.

#### Criar Notícias externas

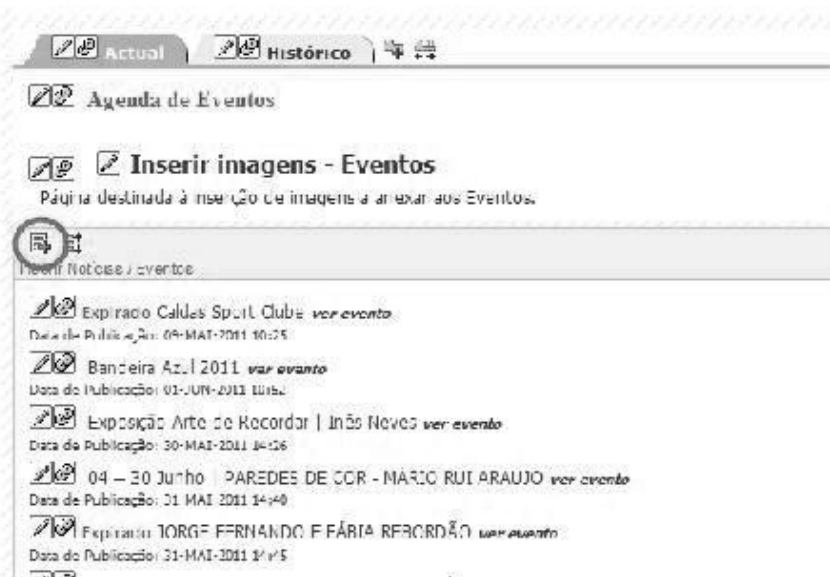
Página destinada à criação de notícias externas (notícias públicas).

#### Inserir eventos | Agenda | Actividades

Página destinada à criação de eventos externos de todas as categorias.

Tudo isso

### 5. Entrar no ícone: "Acrescentar ícone":



The screenshot shows a navigation menu with the following items:

- Actual
- Histórico
- Agenda de Eventos
- Inserir imagens - Eventos** (highlighted)
- Inserir Notícias / eventos

Below the menu, a list of events is displayed:

- Expiração Caldes Sport Clube *ver evento*  
Data de Publicação: 09-MAI-2011 10:25
- Bandeira Azul 2011 *ver evento*  
Data de Publicação: 01-JUN-2011 10:15
- Exposição Arte de Recordar | Inês Neves *ver evento*  
Data de Publicação: 30-MAI-2011 14:26
- 04 - 30 Junho PAREDES DE CCR - MÁRIO RUI ARAUJO *ver evento*  
Data de Publicação: 01-MAI-2011 14:49
- Expiração TORGE FERNANDO FÁRIA RECORDEIRO *ver evento*  
Data de Publicação: 31-MAI-2011 17:15

6. Escolher tipo de Item de conteúdo: **Evento**

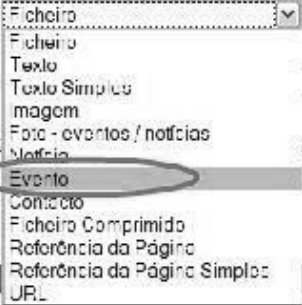
Tipo de Item de Conteúdo

Tipo de Item de Navegação Integrado

administrador do grupo de páginas, é possível g

o r t i v e i s

15, Cracib. Todos os Direitos Reservados



Ficheiro  
Ficheiro  
Texto  
Texto Simples  
imagem  
Foto - eventos / notícias  
Notícia  
**Evento**  
Conteúdo  
Ficheiro Comprimido  
Referência da Página  
Referência da Página Simples  
URL

7. [Seguinte >](#)

8. Preencher todos os campos assinalados com \*:

- \* **Texto:** Área onde vai ser inserido todo o conteúdo da notícia
- \* **Nome para apresentação:** Título da Notícia
- \* **Descrição:** Pequeno resumo da notícia
- \* **Notícias\_Fotografia:** Procurar a imagem que inserimos (apenas no caso de se pretender associar uma foto, inserida anteriormente a este processo)
- \* **Perfil:** *o que se identificar mais com o tipo de evento*
- \* **Prioridade:**
  - **Baixa:** predefinida como normal
  - **Alta:** No caso de ser uma notícia muito importante que se pretenda sobrepor a todas as outras
- \* **Anexo 1 / 2 / 3:** No caso de se pretender juntar à notícia uma imagem, ou qualquer outro documento guardado no computador ou na rede.
- \* **Data de Publicação:** Esta data aparece automaticamente (não é recomendado modificar pela sua formatação pré-definida)
- \* **Período de Expiração:** Data em que se pretende que a notícia deixe de estar publicada:

- **Nunca expira:** Fica sempre visível
  - **Expira dentro de .... Dias:** Passados (x) dias irá desaparecer.
  - **Expira em:** Data e hora em que se pretende que a notícia desapareça (esta data tem de ter uma formatação idêntica à que se encontra na "Data de Publicação" se não, não será reconhecida pelo editor).
- ★ **Categoria / Perspectivas:** Não é aplicável para este tipo de item, não é necessário seleccionar.

## ANEXO II: AGENDA DAS FESTAS DA CIDADE 2011



### ● Função Pública

O grupo **Função Pública** no ano decorrente, vai celebrar o seu **20º aniversário**, motivo este que, nos levou a preparar uma Tour à excelência do acontecimento.

Desta forma temos o prazer de vos apresentar a "**Tour XX Anos de Recordações**", espectáculo magnífico que envolverá uma produção com um palco de 20mt de frente, 10mt de fundo e 10mt de altura, equipado com sistemas de luz/multimédia e outros de alta definição profissionais, e som de alta qualidade num projecto com esta envergadura é indispensável, por isso orgulhamo-nos por ser detentores de equipamento áudio ao nível dos maiores artistas nacionais.

Neste novo espectáculo totalmente encenado e coreografado em que, irá participar um grupo de bailado composto por 4 bailarinas aliado à qualidade vocal e musical que de certo marcaram toda a diferença no mercado nacional.

Com um repertório variado em que os tributos quer, aos artistas nacionais e internacionais são referência de qualidade na interpretação dos mesmos.

Por isso aqui poderá encontrar a solução para uma noite memorável de elevada qualidade, a que ninguém ficará indiferente.

## Festas da Cidade

**14 maio**

**16h** - Inauguração do Fonte Santa Centro Social da Serra do Bouro - IPSS

Concerto com os "Função Pública"

Local: Praça 25 de Abril

**21h30** - Concerto com o vencedor do concurso «Caldas dá-te música» e os «Função Pública»

**24h** - Fogo de Artifício

**Entradas Livres**

**15 maio**

**10h** - Missa Solene na Igreja N.ª. Sr.ª. Do Póculo

**11h30** - Sessão Solene e entrega de Medalhas no CCC

**15h** - Homenagem à Rainha D. Leonor

**15h30** - Sessão solene no salão nobre do Hospital Termal

**16h15** - Homenagem ao Comandante Quadro Honra Henrique Sales Henriques com atribuição da Fénix Honra da LBP e inauguração do Busto

Local: Corpo Bombeiros

**18h** - Inauguração Condomínio Residencial do Montepio - Residências Assistidas

Local: Rua 26 de Agosto, n.º 1

**19h** - Inauguração do Jardim de Arte (Restaurante Rosa Brava) e manufatura de porcelana Braz & Gil Studio

## Sugestões

Olaria do Séc. XIX e XX

Exposição a decorrer até 31 de Maio

Local: Museu da Cerâmica

"Uma Flor e oito bichos"

Mostra de Cerâmica até 31 de Maio

Local: Museu da Cerâmica

Paredes de Cor (exposição) - Victor Belém

1 a 31 de Maio

Local: Centro Cultural e de Congressos - CR

Quinzena da Juventude

2 a 14 de Maio (consultar programa próprio)

Organização: Centro da Juventude

Vida Sénior - Feira da qualidade e Bem-estar

5 a 8 de Maio

Local: Expoeste



**7 maio**

**Noite de Fados**

Local: Salão do Guisado | 20h

**Marco Rodrigues - Música**

Local: Centro Cultural e de Congressos - CR | 21h30

**IX Torneio Aberto Nacional em Tênis de Mesa**

Organização: Grupo Desportivo da Câmara Municipal

Local: Pavilhão da Mata | 09h

**1ª Etapa do Campeonato Nacional de Kayaksurf e WavesKi / Vivaci - CR**

7 e 8 de Maio (consultar programa próprio)

Organização: E.A. Escolas do Oeste

Local: Pavilhão Rainha D. Leonor | 10h

**8 maio**

**3ª Rampa da Foz do Arelho de viaturas clássicas e desportivas**

Organização: Associação Ferodo Queimado

Local: Foz do Arelho | 09h

**Inauguração da exposição RAUL ARTE 2011**

8 a 30 de Maio

Organização: Alunos finalistas de artes visuais da Escola Secundária Raúl Proença

Local: Galeria Osíris

**11 maio**

**Frágl - Teatro de Marionetas**

Apresentação: Teatro de Marionetas do Porto

Local: Centro Cultural e de Congressos - CR | 21h30

**12 maio**

**1.º Festival do Marisco da Foz do Arelho**

12, 13, 14 e 15 de Maio

Organização: Centro Social e Recreativo da Foz do Arelho

Apoio: Freguesia da Foz do Arelho

**13 maio**

**13º Encontro de Remo Indoor Adaptado**

Organização: C.E.E. RªD. Leonor

Local: Pavilhão da Mata | 09h

**À conversa com... Paulo Ribeiro Claro - «A química do amor»**

Local: Centro Cultural e de Congressos - CR | 22h

**Final do Concurso de Bandas "Caldas dá-te Música"**

Organização: Centro da Juventude

Local: Praça 25 de Abril | 22h

**2º Oeste Lusitano – Festival do Cavalo Lusitano do Oeste**

13, 14 e 15 de Maio (consultar programa próprio)

Organização: Associação de Criadores de Puro Sangue Lusitano do Oeste

Local: Parque D. Carlos I

**Campeonatos Nacionais Escolares de Ténis de Campo**

13, 14 e 15 de Maio (consultar programa próprio)

Organização: E.A. Escolas do Oeste

Local: Campos de Ténis do Complexo Desportivo

**Campeonatos Nacionais Escolares de Orientação**

13, 14 e 15 de Maio (consultar programa próprio)

Organização: E.A. Escolas do Oeste

**Campeonatos Nacionais Escolares de Dança Escolar**

13, 14 e 15 de Maio (consultar programa próprio)

Organização: E.A. Escolas do Oeste

Local: Pavilhão Rainha D. Leonor

**14 maio**

**Iconografia Cerâmicas**

Local: Museu de Cerâmica

Hora: 14h

**\*Cerâmica no Céu de Vidro\***

14 e 15 de Maio

Local: Parque D. Carlos I

**Entrega dos Prémios do Empreendedorismo**

Organização: Academia dos Empreendedores

Local: Expoeste | 14h

**17 maio**

**Cerâmica na Cidade – Ateliers de Expressão Plástica**

17 a 20 de Maio

Local: Museu de Cerâmica

**18 maio**

**\*O Ciúme do Enfarinhado\* - Teatro da Rainha**

18 e 19 de Maio

Local: Museu José Malhoa | 21h30



**19 maio**

Exporeglão - 17ª Feira das Actividades Económicas  
EMPREGA – II Feiras do Ensino Formação e Emprego  
19 a 22 de Maio  
Local: Expoeste

**20 maio**

Batalha Final de Leitura - Poesia  
Organização: Bibliotecas Escolares dos concelhos de Caldas da Rainha e Óbidos  
Local: Frontaria do Museu Malhoa - Parque D. Carlos I 14h30

**21 maio**

8º troféu de Natação Caldas da Rainha – Absolutos  
Organização: S.J.R. "Os Pimpões"  
Local: Piscinas Municipais | 15h

**22 maio**

"Passe pelos Museus em Família"  
Ao Domingo uma peça para descobrir...  
Local: Museu de Cerâmica

8º troféu de Natação Caldas da Rainha – Cadetes

Organização: S.J.R. "Os Pimpões"  
Local: Piscinas Municipais | 15h

**28 maio**

CineTurismo no Oeste  
Local: Auditório do Centro da Juventude | 9h30 - 17h

**29 maio**

Orquestra Metropolitana de Lisboa - Música  
Local: Centro Cultural e de Congressos - CR | 17h

**30 maio**

Chantrapas, de Otar Iosseliani - Cinema  
Local: Centro Cultural e de Congressos - CR | 21h30

Semana de Animação Infantil

30 de Maio a 04 de Junho  
Organização: S.J.R. "Os Pimpões"  
Local: Expoeste  
Tema geral: "2011 - Ano Internacional das Florestas"

**3 junho**

**XXIº Festival Internacional de Ginástica**

Organização: Acrotrampo Clube de Caldas

Local: Pavilhão Rainha D. Leonor | 21h30

**Exposição "Arte de Recordar"**

"Exposição de aguarelas sobre as Igrejas do Concelho das Caldas da Rainha"

Local: Galeria Osiris | 9h30-17h

**4 junho**

**Torneio Especialista Natação**

Organização: Associação de Natação do Distrito Leiria

Local: Piscinas Municipais | 09h

21



 Praça 25 de Abril  
3500-110 Caldas da Rainha  
e: geral@cm-caldas-rainha.pt  
t: 262 240 000 | f: 262 838 729

a realização das actividades anunciadas nesta agenda,  
ou a sua eventual alteração, são da exclusiva  
responsabilidade das entidades promotoras.


o conteúdo desta agenda está disponível na internet  
[www.cm-caldas-rainha.pt](http://www.cm-caldas-rainha.pt)

design: gabinete de comunicação | coordenação: gabinete de turismo | impressão: di-  
publicidade | caldas da rainha 2011 | 5000 exemplares | distribuição gratuita


**ANEXO III: CARTAZ DA EXPOSIÇÃO DE FOTOGRAFIA “CALDAS DAS 1000 IMAGENS”**

[www.facebook.com/turismo.caldas.rainha](http://www.facebook.com/turismo.caldas.rainha) **facebook**

**| Exposição |**  
**FOTOGRAFIA**



COM OS TEMAS  
**PATRIMÓNIO  
E NATUREZA**  
FOTOGRAFIA O CONCELHO  
DAS CALDAS DA RAINHA E .

Organização:  
  
CALDAS DA RAINHA  
MUNICÍPIO

»» **Galeria Osiris | 15 de Julho a 15 de Agosto 2011**

Apoios:  
**SANA SILVER COAST**  
www.silvercoast.com

**FOTOFRANCO**  
www.fotofranco.net

**CENTRO CULTURAL  
E CONGRESSOS**  
CALDAS DA RAINHA



ANEXO IV: CARTAZ DO DIA EUROPEU SEM CARROS 2011

**Dia Europeu Sem Carros**  
**22. Setembro. 2011**

**SEMANA EUROPEIA DA MOBILIDADE**

**CALDAS DA RAINHA**  
 Câmara Municipal

- Xadrez | Rua Heróis da Grande Guerra | Associação Tabuleiro de Carros | 10h00 – 12h00 e 13h00 – 18h00
- Exposição de Bicicleta Eléctrica e Carro Eléctrico | Almeida e Santos, Lda. | Rua Dr. Miguel Bombarda | 10h00 – 18h00
- Aulas de Cycling | Balance Club | Rua D. Carlos I | 11h00 – 12h30
- Exposição de Carro Eléctrico | Auto Táxi | Rua D. Carlos I | 10h00 – 12h30
- Apresentação das novas bicicletas Rainhas Bike Sharing | Movefree e Marcão Alvaro | Praça da República | 11h30
- Promoção de Seguro para Cidomotoristas | Fátima Seguros | Rua Almirante Cândido dos Reis | 10h00 – 18h00
- Apresentação da Rota Turística TOMA, integrando o sistema MOOV-U BUS, com conteúdos de interesse turístico e sinais sonoros indicativos das paragens para invisuais, na Linha Verde | Câmara Municipal das Caldas da Rainha | 13h00
- Gratuidade na utilização dos Transportes Urbanos TOMA, durante todo o dia
- Apresentação de 2 novas paragens na Linha Azul do TOMA – Escola D. João II e Praça da Fruta
- Criação de dois postos de informação e divulgação do Transporte Público TOMA – Centro de Emprego e Posto de Ajuda

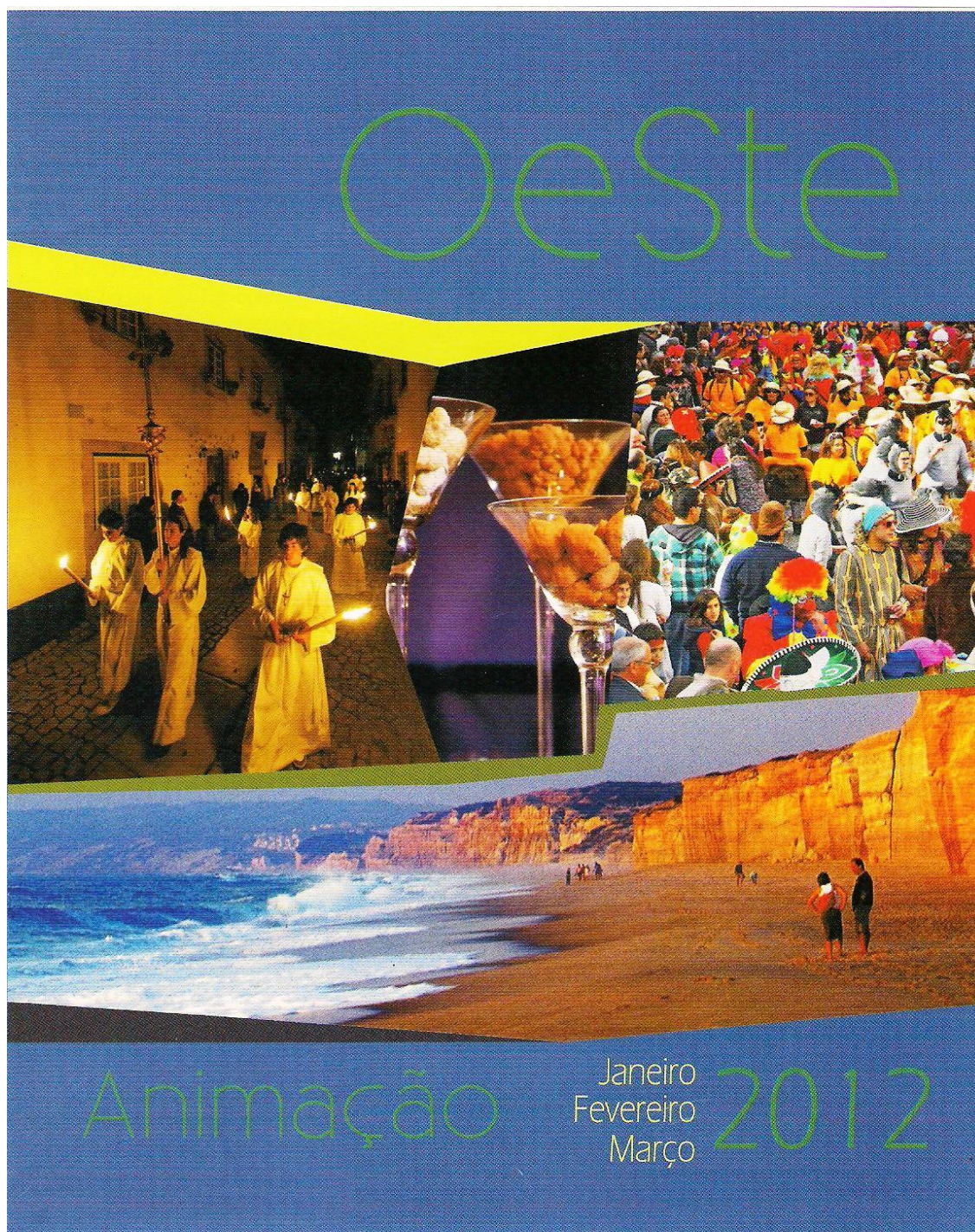
**Na Cidade, Sem o Meu Carro!**

balance club, FADLÃO, Rainhas Simos, Lda. New Energy, Instituto do Emprego e Formação Profissional, REDE SOCIAL, Câmara Municipal das Caldas da Rainha, AJULIO, Associação Tabuleiro de Carros, RAINHAS Bike Sharing, MOVE, Câmara Municipal das Caldas da Rainha, Portugal, União Europeia, Câmara Municipal das Caldas da Rainha





ANEXO V: REVISTA DO TURISMO DO OESTE - JANEIRO, FEVEREIRO E MARÇO DE 2012





# Calendário de Animação Turística Janeiro, Fevereiro e Março 2012

## Animação | Eventos

Concelho	Evento	Local	Data
Alcobaça	The Gift - Mil Cores Possíveis - João D'Olivia Monteiro Noites de Carnaval Folia e Algazarra Comemorações da Semana Santa*	Cine Teatro Largo do Mosteiro São Martinho do Porto	13 e 14 de Janeiro 16 a 22 de Fevereiro 30 de Março a 08 de Abril
Alenquer	Mês do Cinema Vistimúsica - Prova de Vinhos e Apont. Musicais Feira do Livro Mês do Teatro	Auditório Damião de Góis Museu do Vinho Vila Vila	Mês de Janeiro 21 de Janeiro 01 a 29 de Fevereiro 01 a 31 de Março
Cadaval	Cantar dos Reis Comemorações do Feriado Municipal Actividades Culturais, Musicais e Desportivas X Passeio TT - Motos e Quads Carnaval - Trad. Corso e Bailes de Máscaras XI Semana da Floresta	Ass. Desportiva do Avenal Vila  Alguber Vila Serra de Montejunto	05 de Janeiro 13 a 15 de Janeiro  15 de Janeiro 17 a 21 de Fevereiro 19 a 28 de Março
Caldas da Rainha	Concertos de Música no Espaço Black Box *  XXXLX - Exp. Nacional Pré-Ibérica de Columbofilia <b>Carnaval - Trad. Corso e Bailes de Máscaras *</b> Feira das Antiguidades, Velharias, Raridades e Curiosidades 9ª Exposição Canina Nacional e 2ª Exposição Canina Internacional Expofoto - Seminário de Fotografia e Vídeo	Centro da Juventude  Expoeste Cidade Expoeste  Expoeste  Expoeste	06, 07, 14, 21, 28 de Janeiro e 02, 04, 09, 11 e 25 de Fev.  12 a 15 de Janeiro 18 a 21 de Fevereiro 25 e 26 de Fevereiro  17 e 18 de Março  24 a 27 de Março

Ver programação específica (\*)



Concelho	Evento	Local	Data
Lourinhã	Concerto dos Reis	Igreja S. António, Igreja Matriz e Reguengo Grande	08, 14 e 15 de Janeiro
	Concerto Memorial - Carlos Mendes e Fernando Tordo	Auditorio da Amal	25 de Fevereiro
	Recital de Violino e Harpa Comemoração 20º Aniversário Região Demarcada da Aguardente DOC Lourinhã	Igreja do Castelo Vila	23 de Março 07 de Março
Nazaré	<b>Sumol Nazaré Special Edition *</b>	Praia do Norte	02 a 30 de Janeiro
	Dia de S. Brás - Romaria Tradicional	Monte S. Bartolomeu	03 de Fevereiro
	<b>Carnaval - Desfile na Marginal e muita Animação *</b>	Marginal	17 a 21 de Fevereiro
	Semana Santa - Proc. do Senhor dos Passos *	Pederneira e Sítio da Nazaré	17 a 19 de de Março
Óbidos	Celebração do Feriado Municipal *	Vila	11 de Janeiro
	Comemorações da Semana Santa	Vila	31 de Março a 08 de Abril
	<b>Festival Internacional do Chocolate *</b>	Vila	02 a 25 de Março - Sexta-feira, Sábado e Domingo
Peniche	Concerto de Ano Novo	Cidade	06 e 07 de Janeiro
	<b>Carnaval de Inverno *</b>	Cidade e Concelho	19 a 21 de Fevereiro
	Open Internacional de Taekwondo	Cidade	30, 31 de Março e 01 de Abril
Sobral de Monte Agraço	Dança - Monteges	Cine Teatro	21 de Janeiro
	Teatro - Remendos	Cine Teatro	04 de Fevereiro
	Dança - Amadeus	Cine Teatro	03 de Março
	Saboaria - Fiar - Centro de Artes de Rua	Cine Teatro	17 de Março
Vedras Torres	Concerto do Ano Novo - Banda dos Bombeiros Voluntários e Anabela	Cine Teatro	07 de Janeiro
	<b>Temporada Darcos - Concerto de Ano Novo</b>	Cine Teatro	14 de Janeiro
	Concerto Memorial: Fernando Tordo, Carlos Mendes e Filipa Pais	Cine Teatro	11 de Fevereiro
	<b>Carnaval de Torres - Carnaval Mais Português*</b> Tema: Desporto	Cidade	17 a 22 de Fevereiro

Ver programação específica (\*)

Concelho	Evento	Local	Data
----------	--------	-------	------

## Exposições

Arruda dos Vinhos	Mostra de Artesanato de Fernanda Simões	Posto de Turismo	Mês de Janeiro
	Exposição "Comércio Tradicional"	B.Municipal Irene Lisboa	Mês de Janeiro
	Exposição de Escultura de Ana Marta Pereira	Galeria Municipal	14 de Janeiro a 08 de Fevereiro
	Mostra de Artesanato de Nélia Serrano	Posto de Turismo	Mês de Fevereiro
	Exposição de Escultura de Conceição Anes	Galeria Municipal	11 de Fevereiro a 07 de Março
	Mostra de Artesanato de Magda Cruz	Posto de Turismo	Mês de Março
	Exposição de Pintura de Eduardo Santisso	Galeria Municipal	10 de Março a 04 de Abril
Bombarral	Exposição "Presépios e Registos" de Maria Claudino	Museu Municipal	Até 08 de Janeiro
Caldas da Rainha	Mostra de Artesanato no Céu de Vidro	Parque D. Carlos	07 e 08 de Janeiro 04 e 05 de Fevereiro
Nazaré	Exposição de Pintura de Fátima Barroso	Centro Cultural da Nazaré	11 a 29 de Janeiro
	Exposição Documental "Cegadas"	Centro Cultural da Nazaré	04 a 26 de Fevereiro
	Exposição Etnográfica "Senhor dos Passos"	Biblioteca Municipal	03 a 28 de Março
	Exp. de Pintura de Annelore Schuh "Castel Arte"	Biblioteca Municipal	14 de Janeiro a 05 de Fevereiro
	Exp. de Fotografia de Anti Sarkillati " Carnaval"	Biblioteca Municipal	11 de Fevereiro a 04 de Março
	Exposição de Pintura de Maria Cecília Louração "Floribela Espanca"	Museu Municipal	10 de Março a 01 de Abril
Óbidos	Exposição permanente	Museu Municipal	Todo o Ano
	Exposição permanente	Museu Paroquial	Todo o Ano
Sobral de Monte Agraço	Exposição Colectiva do GART	Galeria Municipal	14 de Janeiro a 18 de Fevereiro
	Exposição de Pintura "O Meu Meio Mundo e o Outro"	Galeria Municipal	03 de Março a 05 de Abril

*Ver programação específica (\*)*

Concelho	Evento	Local	Data
----------	--------	-------	------

Vedras Torres	Exposição de Janvier Léon "Warp & Silence - Urdidura e Silêncio"	Galeria Municipal - Sala 1	Até 28 de Janeiro
	Exp. de Fernando Daza "O Branco de Papel"	Galeria Municipal - Sala 2	Até 28 de Janeiro
	Exp. de João Garcia Miguel "Histórias Naturais"	Galeria Municipal	04 de Fev. a 14 de Abril
	Exposição - Convento da Graça e a Ordem dos Eremitas de Sto Agostinho "Oito Séc. de História"	Museu Municipal Leonel Trindade	Até 29 de Junho
	Exposição das Linhas de Torres Guerra Peninsular - 1807-1914	Museu Municipal Leonel Trindade	Todo o Ano

### Festividades Religiosas/Populares

Cadaval	Festa dos Reis	Pereiro	05 e 06 de Janeiro
Caldas da Rainha	Festa em Honra de Santo Antão	Salir de Matos	13 a 15 de Janeiro
Óbidos	Festa em Honra do Senhor Jesus dos Aflitos	A da Gorda	06 de Janeiro
	Festa em Honra de Santo Amaro	Sancheira Pequena	15 de Janeiro
	Festa em Honra de Santo Antão	Santo Antão	17 de Janeiro
	Festa em Honra de Nossa Senhora da Graça	Vila	02 de Fevereiro

Ver programação específica (\*)



**POSTOS DE TURISMO**

**Alcobaça**

Tel.: 262 582 377  
 E-mail: turismo\_alcobaça@turismodoeste.pt  
**S. Martinho do Porto**  
 Tel.: 262 989 110  
 E-mail: turismo\_sporto@turismodoeste.pt

**Alenquer**

Tel.: 263 733 663  
 E-mail: turismo@cm-alenquer.pt

**Arruda dos Vinhos**

Tel.: 263 974 004  
 E-mail: pturismo@cm-arruda.pt

**Bombarral**

Tel.: 262 609 053  
 E-mail: turismo@cm-bombarral.pt

**Cadaval**

Tel.: 262 690 181  
 E-mail: turismo@cm-cadaval.pt

**Núcleo Museológico do Moinho das Castanholas**

Telm.: 912 275 208  
 E-mail: turismo@cm-cadaval.pt

**Caldas da Rainha**

Tel.: 262 240 000  
 E-mail: turismo@cm-caldas-rainha.pt

**Foz do Arelho \***

Tel.: 262 979 560

**Lourinhã**

Tel.: 261 410 127  
 E-mail: turismo@cm-lourinha.pt

**Praia da Areia Branca \***

Tel.: 261 422 167  
 E-mail: turismo@cm-lourinha.pt

**Nazaré**

Tel.: 262 561 194  
 E-mail: geral@cm-nazare.pt

**Óbidos**

Tel.: 262 959 231  
 E-mail: posto.turismo@cm-obidos.pt

**Peniche**

Tel.: 262 789 571  
 E-mail: turismo@cm-peniche.pt

**Sobral de Monte Agraço**

Tel.: 261 942 296  
 E-mail: turismo@cm-sobral.pt

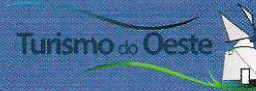
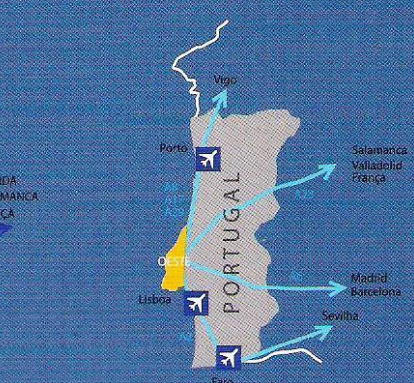
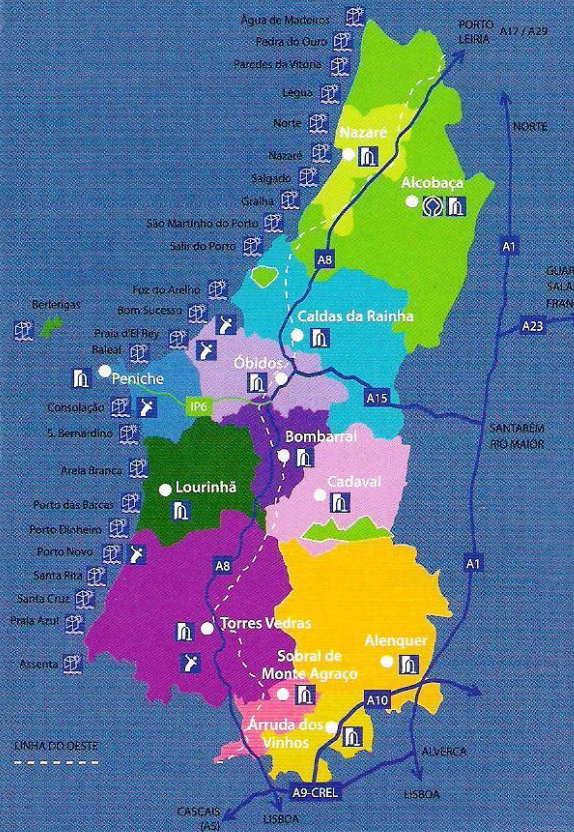
**Torres Vedras**

Tel.: 261 310 483  
 E-mail: postoturismo@cm-tvedras.pt

**Azenha de Santa Cruz**

Tel.: 261 937 524  
 E-mail: azenha@cm-tvedras.pt

\* aberto só na época alta



Rua Direita nº 87 - Apartado 42 - 2511-909 Óbidos - Portugal  
 Tel.: +351 262 955 060 - Fax: +351 262 955 061  
 E-mail: info@turismodoeste.pt  
 www.turismodoeste.pt  
 www.visitoeste.com







## Uma cidade com arte e história

A arte da cerâmica, as criações de Bordalo e os museus, a par das termas, são parte essencial da identidade histórica, cultural e económica das Caldas da Rainha. Ali, por obra e graça de D. Leonor, fundou-se uma terra que ganhou vida com a construção do hospital termal

Caldas da Rainha está ligada intimamente aos recursos hidrotermais, “descobertos” pela rainha D. Leonor em 1484 durante uma viagem da corte, de Óbidos para a Batalha. No ano seguinte apoiou e custeou a construção de um hospital que se mantém o mais antigo em atividade. Com ele fundou-se a localidade com 30 moradores “banhados” em privilégios régios. Sabe-se, porém, que por ali já tinham estacionado homens e mulheres do período pré-histórico e romano, conforme vestígios encontrados. Mas foi com D. Afonso V que o desenvolvimento das Caldas da Rainha se acentuou, tendo o hospital sido reconstruído e ampliado. No entanto, o concelho só viria a ser criado em 1821. O século XIX trouxe esplendor à terra, dada a moda das estâncias termais. Ali confluíam as classes abastadas para se tratarem com as águas sulfurosas. Entretanto, a existência abundante de argila na região conduziu à implantação da indústria da cerâmica. O destaque vai para as criações de Rafael Bordalo Pinheiro encetadas na Fábrica de Faiança das Caldas da Rainha, entre 1884 e 1907. Vinte anos depois, a vila ascendia a cidade e a demografia continuava a crescer. Um tempo em que outras artes se expandiram, convertendo a terra num centro de artes plásticas, graças a nomes como José Malhoa, António Duarte e João Fragoso. Ali aconteceu também um ato precursor do “25 de Abril”, quando se desenrolou o “Levantamento das Caldas”, em 16 de março de 1974.

### Da geografia à economia

O concelho das Caldas da Rainha estende-se por quase 26 hectares no distrito de Leiria, região Centro do país, integrando-se na sub-região do Oeste. Situa-se perto da serra dos Candeeiros, sendo limitado a norte pelo concelho de Alcobça e a sul pelos de Cadaval e



O frenesim da "rua das montras" contrasta com a calma do largo fronteiro ao hospital terreal e com o silêncio introspectivo do interior da ermida de S. Sebastião

**NAS RUAS DE BULÍCIO COMERCIAL, COMO A ALMIRANTE CÂNDIDO DOS REIS, CARINHOSAMENTE CONHECIDA POR "RUA DAS MONTRAS", EXCLUSIVA A PEÕES, VÁRIOS EDIFÍCIOS RECUPERADOS MOSTRAM AS SUAS FACHADAS COBERTAS POR AZULEJOS FIGURATIVOS**

do Bombarral. Já a este fica o de Rio Maior, a sudoeste o de Óbidos e a oeste encontra-se com o Atlântico. As 16 freguesias (duas na cidade) acolhem uma população superior a 250 mil caldenses, às vezes apelidados de "águas mornas" pela sua personalidade calma. A atividade económica centra-se no setor terciário (comércio a retalho, serviços e turismo), alavancado pelas temas, os museus e as praias. A tradição assenta também no setor secundário, com as suas fábricas de porcelana e faianças, indústrias de calçado, vestuário, cutelaria, mobiliário, bebidas e artes gráficas, além da indústria agroalimentar, da construção civil e das obras públicas. O concelho reúne ainda condições favoráveis à prática agrícola, destacando-se o cultivo da vinha e, mais recentemente, os produtos hortícolas e pomares de pereiras e macieiras. No capítulo das tradições com relevo económico regista-se a realização anual das Festas da Cidade, nos dias 14 e 15 de maio, este, feriado

municipal, e de algumas feiras, como as que têm lugar a 23, 24 e 25 de junho e a 15 de agosto, com vendas variadas, comes e bebes, gado e divertimentos, destacando-se a tradicional tourada. A nível de artesanato, além dos bordados, ressaltam as obras de cerâmica, a louça e as caricaturas em barro, nomeadamente figuras típicas do Zé Povinho, criadas por Rafael Bordalo Pinheiro, sempre renovadas como a recente conceção do "pai natal da crise". Produzida em escala significativa desde 1820, a conhecida "louça das Caldas" pode dividir-se em utilitária e humorística. A primeira, louça de cozinha, assenta numa abordagem naturalista (folhas de couve, peixes, fruta, etc.) e contemporânea (com design simples para o uso quotidiano). Já a segunda enquadra a função decorativa, erótica e caricaturista que a celebrizaram.

**A descoberta das Caldas**  
Manhã cedo, saímos de Lisboa e tomámos a A8 numa viagem tranquila que demorou cerca de uma hora a



percorrer os 82 km desta ligação. Ali chegados, estacionámos a viatura nas instalações dos Correios e partimos para uma primeira abordagem ao tecido urbano. Desde já chamamos a atenção para um pormenor que percorre toda a cidade: a peculiaridade e beleza das placas toponímicas que fazem jus à fama e criatividade cerâmicas da terra. Percorrendo a rua Eng. Duarte Pacheco, algumas dezenas de metros adiante, os Serviços de Turismo, integrados no complexo municipal, apoiam o forasteiro. A rua desemboca na ampla praça retangular "25 de Abril" com o edifício da autarquia a ocupar a centralidade e as extremidades tomadas, frente a frente, pelo tribunal e pela igreja Nª Senhora da Conceição. Dalí sai a avenida 1º de Maio que termina na praça da Estação e enquadra o edifício do caminho-de-ferro, rico





As linhas geométricas do espaço contemporâneo do CCC e o histórico mercado da "praça da fruta" com o seu mundo de cores, cheiros, sons e calor humano que se renova dia após dia

em azulejaria.

Saciada a visita, retomamos por ruas de bulício comercial bem preenchidas de transeantes, como a Miguel Bombarda e a Almirante Cândido dos Reis, carinhosamente conhecida por "rua das montras", exclusiva a peões. Vários pares de edifícios recuperados mostram as suas fachadas cobertas por azulejos figurativos, trabalhos escultóricos a relevo e armações de ferro forjado, numa aproximação refundada do estilo arte nova.

Deambulando, entrámos na mais conhecida praça da cidade. Referimo-nos à praça da República, repositório de edifícios típicos do século XIX, bem conservados. Popularmente conhecida por "praça da fruta", a lufa-lufa do mercado anima aquele centro da cidade. Turistas acidentais assistem à troca de saberes e sabores que mulheres e homens não dispensam nas suas contas da vida, naquele que é o

único mercado diário hortofrutícola do país ao ar livre.

No topo da praça, a ermida de S. Sebastião, originária do século XVI e remodelada em setecentos, já não pratica o culto. As paredes revestidas de painéis de azulejos evocativos da vida do patrono são esplendorosas e cenário adequado à exposição de Natal que então ocorria. Rua acima, deparámos com o monumental chafariz das Sete Bicas no melhor estilo do século XVIII. Na sua fronteira encontra-se o moderno mercado do peixe e mais adiante o imponente conjunto arquitetónico do Centro Cultural e Congressos das Caldas. Seguimos o trilho na direção do hospital termal, com acesso à mata Dona Leonor, passando pela igreja Nossa Senhora do Pópulo, datada de 1500. Mais um monumento nacional revestido inteiramente com azulejos seiscentistas, ainda com painéis primitivos hispano-árabes nos altares

laterais. Caminhamos na direção do largo Rainha D. Leonor, acompanhados por um odor sulfuroso denunciando a existência do hospital termal, fundado em 1485. Antes, porém, um registo para o museu do Hospital e das Caldas que expõe, em permanência, peças ligadas à história, ao quotidiano e à evolução das técnicas de tratamento daquela instituição. Fronteiro ao antigo casino com ala direta para o parque D. Carlos I, o hospital termal Rainha D. Leonor continua a acolher muitos turistas em busca de alívio para doenças reumáticas e das vias respiratórias.

#### O sabor da gastronomia

Caminhar pela cidade, além de agradável, é um exercício de conforto para o espírito. No entanto, a hora de almoço apertava. Subindo à praça 5 de Outubro, onde não falta o estacionamento subterrâneo, encontram-se alguns restaurantes. Ali, ainda se prova a comida caseira e muitos dos clientes vão diariamente em família ocupar as suas mesas "reservadas" e trocam conversas com os comensais vizinhos. Num deles, decorado com loiça típica da região, o serviço acompanhado de simpatia granjeou vontade de lá voltar. Ao lado, um outro especializado em certa comida europeia, apresenta uma fachada de azulejaria que reclama atenção. A gastronomia local é variada. Para lá dos pratos de carne, como as fatias de carne frita à moda do Landal, e

### A PECULIARIDADE E BELEZA DAS PLACAS TOPONÍMICAS FAZEM JUS À FAMA E CRIATIVIDADE CERÂMICAS DA TERRA



Em pleno parque D. Carlos I, avista-se a envolvente do museu de José Malhoa e, junto ao lago, impõem-se os singulares pavilhões do hospital terrial



das iguarias com sabor a mar, particularmente na Foz do Arelho, com destaque para o ensopado de enguias da lagoa, o bacalhau dourado, peixe fresco grelhado, ou pratos com bivalves, a doçaria manda.

Ir às Caldas obriga a provar e a trazer as célebres cavacas e os beijinhos, bolos secos e açucarados, rijos, mas fofos, que acompanham bem um chá ou café. Mas as trouxas e lampreias de ovos e os queijinhos do céu também fazem figura entre a doçaria regional. E na terra das temas, é justamente no largo do hospital Rainha D. Leonor que o visitante encontra duas das mais conhecidas casas que vendem essa doçaria regional, às vezes com formas "descontraídas" na linha de alguma cerâmica típica. E um clássico marco de correio mantém-se ao serviço do turista ou de quem o queira usar.

#### Circuito histórico-cultural

Confortado o corpo, há que continuar o nosso circuito histórico-cultural pela cidade. No centro do largo do Conde

de Fontalva, bem junto a uma das entradas do parque D. Carlos I, guardado pelo velho marco de correio em serviço, e onde toma lugar a rua de Camões com o museu do ciclismo a poucos passos, ergue-se a conhecida estátua de D. Leonor.

Entrámos numa larga avenida do parque com o café e esplanada de um lado e o lago com a sua casa dos barcos do outro. Dali avistam-se os singulares pavilhões do hospital e em frente ao extremo do lago abre-se o jardim e a estátua de José Malhoa, antecâmara do museu das artes, consagrado ao pintor, e de que a filatelia portuguesa tem vários registos.

Passear no parque D. Carlos I é um prazer. Um jardim romântico do século XIX, farto em vegetação, árvores seculares, alamedas, recantos e equipamentos lúdicos, para lá da presença constante de obras escultóricas, como a do escritor Ramalho Ortigão, assinada por Leopoldo de Almeida, ou o busto de Rafael Bordalo Pinheiro, num convite

**PASSEAR NO PARQUE D. CARLOS I É UM PRAZER. UM JARDIM ROMÂNTICO DO SÉCULO XIX, ONDE A SUA VEGETAÇÃO, ÁRVORES SECULARES, ALAMEDAS... E A PRESENÇA CONSTANTE DE OBRAS ESCULTÓRICAS CONVIDAM O VISITANTE AOS PRAZERES DA NATUREZA E DA INTROSPEÇÃO**

aos prazeres da natureza e da introspeção.

Já sem tempo para a podemos visitar, a zona acima do limite superior do parque alberga um complexo de espaços culturais que aqui se assinalam: Centro







**NA FOZ DO ARELHO ESTENDE-SE, AMPLO, O AREAL. UMA SENSAÇÃO GRANDIOSA A INFINITO INVADE O VISITANTE QUE SEGUE AS ONDAS E O MAR AZUL A PERDER-SE NA LONJURA DO HORIZONTE...**

de Artes, tutelado pela autarquia, e que integra os atelier-museu António Duarte e João Fragoso, além do museu Barata Feyo. Na proximidade o espaço Concas mostra a obra daquela pintora. Rodeado de jardins e lagos, o museu da cerâmica, instalado num palacete romântico, integra vastas coleções cerâmicas representativas do país e do estrangeiro.

Finalmente, um pouco abaixo, lateral ao parque, cumpre visitar o conjunto singular da fábrica Rafael Bordalo Pinheiro (loja, museu e restaurante), onde a cerâmica caldense, clássica e contemporânea, são uma tentação.

**Uma escapadela à Foz do Arelho**

A tarde ia a meio e a luz ameaçava esconder-se. Impunha-se acelerar a caminho da Foz do Arelho onde a famosa lagoa de Óbidos "desagua". Considerada a maior em extensão e a mais bela, enquanto lagoa de água salgada na Península Ibérica, a sua riqueza ambiental é enorme. Conseguimos lá chegar quase ao lusco-fusco, não sem antes passarmos pela "Barosa" onde a lagoa se estende ao limite terra dentro. Fomos descendo entre paisagem exuberante até

alcançarmos o espelho de água no Nadadouro com o sol a refletir o seu tom de mel e as bateiras a descansar da pesca às enguias e da apanha da amêijoia, entre outros peixes e bivalves. Avançamos a caminho da Foz e subimos ao mirante do Inatel que domina o local fronteiro à praia. Estende-se, amplo, o areal. Uma sensação grandiosa a infinito invade o visitante que segue as ondas e o mar azul a perder-se na lonjura do horizonte vagamente entrecortado por minúsculos traços-pontos que cavalgam o oceano. A praia, agora deserta, regista alguma azáfama pesada na remoção das areias do canal, mas no verão (como a foto ilustra) enche-se de vida e cor. O mesmo acontece na marginal, agora desimpedida. Na "saison" abundam luz e sons. Gente de todas as idades apodera-se do espaço e enche restaurantes com sabor a peixe fresco e outras dádivas do oceano embaladas pelo odor da maresia. Chegava ao fim a nossa passagem por terras caldenses, deixando muito por visitar. Museus, freguesias e pedaços de história, como a Estação da Mala-Posta do Casal dos Carneiros construída na segunda metade do século XIX, com



**De onde enviar os seus postais...**

A Estação de Correio das Caldas da Rainha situa-se no coração comercial da cidade, na rua Eng. Duarte Pacheco, bem perto dos serviços de turismo e do terminal rodoviário. Com nova imagem e sala de público ampla, acolhe cerca de 800 clientes diariamente. As gôndolas e expositores estrategicamente posicionados convidam os clientes a comprar uma prenda, entre a variedade de produtos em oferta. Um público constante que se divide equilibradamente entre o particular e o empresarial, com o negócio do retalho a primar. E se o visitante ainda não comprou as estampilhas para selar os seus postais pode ali mesmo fazê-lo. A equipa liderada pela jovem e dinâmica Ana Ruivaco não para, mas com a simpatia do público presente alinhou junto ao balcão para a foto de "família". Da esquerda para a direita registamos Ana Ruivaco (GL), Arminda Pinto, Cecília Rodrigues, Álvaro Afonso, Fátima Letras, Filipe Cabaço, Luís Isabel, Susana Justino e Fátima Labronso. Completam o 11, Paulo Mesquita e Rui Nicolau, que se encontravam ausentes.

curiosa e utilitária planta em "U", merecem olhar atento e passo demorado. O concelho e a cidade oferecem uma panóplia lúdica e cultural, intrinsecamente portuguesa, que vale a pena conhecer. • JOSÉ DUARTE MARTINS

\*\*\* A Aposta regista um agradecimento especial ao Gabinete de Turismo da Câmara Municipal das Caldas da Rainha pela disponibilidade e cedência de várias fotos.



## ANEXO VII: GUIÃO DO PROGRAMA O HUMOR E A CIDADE



### DIA DE GRAVAÇÃO 2: SEXTA - 15 JUL

#### CALDAS DA RAINHA: HISTÓRIA



No Verão de 1484, quando em Lisboa alastrava "a doença contagiosa", a Rainha D. Leonor foi para Óbidos, com o séquito de damas, cavaleiros, págens, moças de câmara e demais acompanhamento que competia à comitiva. No dia 28 de Agosto daquele ano, seguiu para a Batalha ao encontro de D. João II, onde ambos assistiram às exéquias por alma de D. Afonso. Pelo caminho a Rainha terá visto o triste espectáculo dos pobres andrajosos e outros doentes de frialdades a banharem-se nas Caldas, em condições tão desumanas que deveras a sensibilizaram. Logo ali terá formulado o voto de que se o Senhor Deus lhe desse vida, "os pobres de Jesus Cristo, Seu filho, terão melhor comodidade em suas curas".



D. Leonor mandou logo levantar ali um grande padrão de alvenaria, provavelmente para lhe não esquecer o lugar. Logo no ano seguinte iniciou a construção de um Hospital para que todos ali se pudessem tratar com algum conforto.

A Fundação das Caldas da Rainha ficou a dever-se a um acto profundamente cultural de uma Rainha – Rainha D. Leonor que escolheu esta região para palco de desenvolvimento dos seus projectos, protegendo as artes e os artistas criando uma auréola que atravessou os séculos e que se mantém intacta nos dias de hoje.

Em redor do Real Hospital das Caldas foi crescendo a povoação. A nova povoação passou a designar-se por vila, possivelmente a partir de 1488, e foi concelho em 1511, por outorga e demarcação do Rei D. Manuel a pedido de D. Leonor. Daí em diante verificou-se um rápido crescimento populacional, tornando-se Caldas da Rainha uma concorrida Estância Termal que atingiu o apogeu nos finais do século XIX e primeiro quartel do século XX.

Caldas da Rainha é uma Cidade Termal, fundada nos finais do século XV pela Rainha D. Leonor, esposa do Rei D. João II. De facto, o termalismo, razão da existência desta cidade, é sem dúvida, um dos grandes atractivos turísticos, pontificando aí o hospital termal. Oferece ainda propostas diversificadas, desde o típico mercado diário da fruta, passando por um património museológico (museu Malhoa - onde se expõe a obra do mestre português - Casa Museu São Rafael, museu de cerâmica e museus de escultura) que faz da cidade um importante pólo cultural. É igualmente um dos principais centros cerâmicos do país, onde as peças do artista Rafael Bordalo Pinheiro se destacam pela originalidade e crítica mordaz aos costumes sociais e políticos da sua época; a figura popular do Zé-povinho ou os pratos de couves exemplificam precisamente essa atitude irreverente.

Na gastronomia, por influência da cultura conventual, as trouxas, as lampreias de ovos e as famosas cavacas são referências da riqueza, da singularidade e identidade cultural da cidade.

A oferta turística é também constituída pela bellissima praia da Foz do Arelho, situada na confluência da Lagoa de Óbidos com o mar. A Lagoa terá sido mais extensa, chegando inclusivamente até às muralhas de Óbidos. Ideal para a prática de desportos náuticos como o windsurf, fica nos concelhos das Caldas da Rainha (margem norte) e Óbidos (margem sul), servindo de fronteira. Na margem norte fica a praia da Foz do Arelho – povoação a cerca de 10 Km das Caldas. Situa-se numa depressão pouco profunda, de contornos irregulares e muito instáveis junto ao mar, cuja barreira natural de separação é formada por um cordão de dunas litorais."





**CENTRO HISTÓRICO: PRAÇA DA FRUTA, CHAFARIZ DAS CINCO BICAS, JARDIM DAS ÁGUAS**

**09H30**



**PRAÇA DA REPÚBLICA:** Na Praça da República (conhecida popularmente como "Praça da Fruta") realiza-se todos os dias, da parte da manhã, ao ar livre, o único mercado diário hortofrutícola do país, praticamente inalterável desde o final do século XIX.

**CHAFARIZ DAS CINCO BICAS:** Trata-se de um chafariz, datado de 1748, o último dos três edificados à época nas Caldas. Destaca-se por ser o mais imponente dos três, quer pelas dimensões quer pelo aparato das volutas e das bacias de onde a água escorre, em cascata. Se os demais chafarizes apresentavam uma bica cada um, este, como o nome indica, dispõe de cinco, alinhadas sob a taça inferior. De acordo com as inscrições epigráficas nos espaldares destes equipamentos, as bicas são uma alusão às sete pléiades, filhas de Atlas e da oceânide Plêione; retomando, assim, uma temática da mitologia clássica, como habitual na iconografia barroca presente em arquitecturas relacionadas com a água. Reformado em 1908, encontra-se classificado como Imóvel de Interesse Público pelo Instituto Português do Património Arquitectónico (IPPAR) desde 1982.





## RUA CAMÕES/RUA DA CERÂMICA

10H30



**Sugestão: Entrada numa das lojas para ver a louça tradicional (falo)**

A cerâmica das Caldas é uma prodigiosa arca de surpresas. Há fábricas, museus, lojas, fachadas e mesmo tabuletas, todo um mundo de louça à espera de ser descoberto. Um património cerâmico que, assegura um excelente guião para visitar a cidade fundada pela rainha D. Leonor.

Um das Caldas. É nisto que a maior parte pensa quando se menciona a cerâmica local. A fama dessa "louça ofensiva", por ironia, remonta ao rei D. Luís, que a usava para presentear os amigos. Nos últimos tempos, no entanto, as peças fálicas perderam popularidade e já só restam dois ceramistas que as fabricam. Artesanato grosseiro ou arte provocatória, a verdade é que as "malandrices" são uma espécie de louça em vias de extinção.

Estamos a falar de uma actividade documentada desde 1488, quando se estabeleceu o povoado em torno do hospital termal mandado construir por D. Leonor. Uma actividade que conhece um pronunciado salto qualitativo nos últimos dois séculos, projectando-a muito para





além da louça utilitária indistinta. É, porventura, um dos sectores mais criativos da arte portuguesa recente que ainda não foi devidamente estudada, nem tão-pouco é valorizada como atracção turística.

Foi Maria dos Cacos, barrista e feirante, que, a partir da década de 20 do século XIX, adopta os primeiros modelos de formas antropomórficas e pendor humorístico. Vem depois Manuel Mafra, que, numa primeira fase, assume a herança daquela oleira e ganha os favores de D. Fernando. Na sua corte, trava conhecimento com a moda revivalista francesa do naturalismo de Lapissy (1510-1590), que extrapola para as suas criações já de considerável apuro estilístico.

### ZÉ POVINHO

O humor de Maria dos Cacos e o naturalismo de Manuel Mafra foram recriados por Rafael Bordalo Pinheiro, que protagoniza a entrada definitiva da cerâmica local na fase artística. Desiludido com a carreira jornalística, Bordalo assume em 1884 a direcção artística da Fábrica de Faianças das Caldas da Rainha, que passa a funcionar com maquinaria moderna e formação de operários.

Dado o fracasso inicial da fabricação de louça utilitária, avança para a produção de peças decorativas onde alia o arrojo técnico à sua profusa imaginação. Bordalo começa por assimilar o ruralismo local e recuperar os motivos ornamentais renascentistas e barrocos, para depois aderir à arte nova. Paralelamente recorre à autocitação do desenho humorístico que, para além do célebre Zé Povinho, integra toda uma galeria de personagens pitorescas da época.

A criatividade transbordante de Rafael torna-se mais disciplinada, austera e estilizada com o filho Manuel Gustavo e o seu rival Costa Motta Sobrinho, nomes que sobressaem na cerâmica das Caldas das primeiras décadas do século XX. Mas é a fábrica Secla, nomeadamente através da criação de um estúdio de criação cerâmica, activo entre os anos 50 e 70, que marca a ruptura com a tradição, aliando experimentalismo tecnológico, novas máquinas e estéticas vanguardistas.

Fundado pela húngara Hansi Staël, por este laboratório passam artistas como Júlio Pomar, Alice Jorge, José Aurélio, António Quadros e Luís Ferreira da Silva, contribuindo decisivamente para impor a cerâmica de autor, mas também para antecipar a entrada na idade do design.





## CASA MUSEU SÃO RAFAEL

11H00



Contacto: ELSA REBELO - 969 520 179

A Casa Museu de S. Rafael Bordalo situa-se na Rua Rafael Bordalo Pinheiro, antiga casa do seu filho Manuel Gustavo. O Museu foi fundado no ano de 1884 com as peças produzidas no decorrer dos anos na fábrica de cerâmica do artista. Nele se exibem as diferentes fases de elaboração das peças.

O acervo da Casa Museu é constituído sobretudo por cerâmica produzida ao longo dos anos na Fábrica Bordalo Pinheiro, contendo originais e cópias de peças desenhadas e executadas pelo artista no final do séc. XIX.







## PASTELARIA MACHADO

11H30



A Pastelaria Machado deve ser das casas mais antigas de Caldas da Rainha, ainda em actividade. A sua origem remonta ao século XVIII com a Casa Fausta. Gertrudes Fausta uma das célebres irmãs Fausta, que parece ter sido uma das conserveiras de maior fama e que mais contribuiu para a manutenção de uma actividade emblemática das Caldas: as Cavacas e as trouxas-de-ovos.

Nesse tempo, eram ainda confeccionados alguns doces tradicionais, hoje ignorados, tais como: O "Manjar de Tornada" e os célebres "Cacos".

As irmãs Fausta foram contemporâneas, no final do século XIX, da Cavacaria das Mendricas (na actual Praça da República) onde se reuniam Rafael Bordalo Pinheiro, Manuel Gustavo Bordalo Pinheiro, Columbano, Lopes de Mendonça, António de Andrade (então tenor em início de carreira), o Padre António (de Almeida) de Óbidos (conhecido pela sua bela voz de barítono, bem como pelas pescarias e caçadas que organizava), Gomes de Avelar (editor dos Cavacos das Caldas e ceramista local), os maestros do Club de Recreio (Gaspar e depois Taborda), e Mariano Pina. Por vezes também cavaqueavam no café da Adelaidinha da rua Direita - onde mais tarde ficaria a pastelaria Gato Preto.



Nesta época, havia ainda as seguintes casas e ou conserveiras: a Maria Carolina de Albuquerque (já existia em 1887), a Cavacaria Pires (abriu em 1892) e a Cavacaria Central (abriu em 1897) - ambas no largo das Gralhas (actual largo Dr. José Barbosa); a Gertrudes e a Mariana Rodrigues Valada (também citada em 1883 por Silvano Lopes) ambas na rua Nova; a Cecilia Santos na rua Direita; a Viúva Nunes, a Cesária Coelho e a Mariana César já tinha casa aberta em 1884) - todas na então praça Maria Pia; a Jesuina Garcia na rua General Queirós; o Pedro Prudêncio (emblemático do Gato Preto) na rua do jardim nº 52 - premiado na Exposição de Paris de 1900; e a Cavacaria Conde, situada primeiro na Praça Maria Pia e depois na rua Direita (actualmente rua da Liberdade), que desde 1895 anunciava um doce que já não se prova nos dias de hoje - os Pastéis de D. Leonor.

As Irmãs Fausta influenciaram as gerações seguintes de doceiras que fizeram época sobretudo no 1º quartel do século XX, tais como: as Carneirinhas; a Jade; a Adelaide Augusta do Café Sport na praça da República; a Flor de Liz na Rua Heróis da Grande Guerra - depois na Av. da Independência Nacional e, nos anos 30, na praça da República; O Africano de Francisco António dos Santos - na Rua Almirante Cândido dos Reis; a Maria Regina Garcia Pereira - e mais tarde a sua filha Regina - no largo do Conselheiro José Filipe; e o Joaquim Machado, na rua Camões, que herdaria a tradição da antiga casa Fausta.

Joaquim Machado desenvolveu a sua arte da docaria, sobretudo, na primeira década do século XX (vendia as suas famosas trouxas a meio tostão cada). A Cavacaria Machado, como ficou a denominar-se o estabelecimento, foi tomada de trespasse, em Maio de 1927, pela sociedade de Tiago Leopoldo Perez, que em Maio de 1928 adquiriu a denominação Tiago e Perez Lda.. Ainda hoje existe e é gerida por Herdeiros deste último.





## ALMOÇO - TABERNA DO ALBERTINO

13H00



Restaurante típico, com um ambiente rústico e confortável, onde poderá saborear uma variedade de entradas, além de pratos regionais de peixe e carne (como o ensopado de enguias da lagoa, por ex.), não esquecendo os doces das Caldas, como as famosas Trouxas-de-ovos.

Contacto: FEITO PELO TURISMO DAS CALDAS  
LOCALIZAÇÃO: Rua Júlio de Sousa, 7 - CALDAS DA RAINHA





## HOSPITAL TERMAL

15H00



### Sugestão: Visita ao banho da rainha

Fundado em 1485 pela Rainha D. Leonor, o Hospital Termal das Caldas da Rainha é o mais antigo do mundo, contando já com cinco séculos de existência. No século XV (1485) a Rainha D. Leonor funda um estabelecimento de banhos e um hospital termal, as Caldas da Rainha. Segundo reza a História, em 1484, a esposa de D. João II ia em direcção à Batalha e, ao passar pelo sítio onde se viriam a erguer as Caldas, viu alguns pobres metidos em "prezas daquelas águas cálidas que saíam da fonte fumegando". Perante a sua curiosidade foi-lhe respondido que eram doentes de "frialdades", e que naquelas águas encontravam remédio para os seus padecimentos. D. Leonor decidiu então criar melhores condições para os utilizadores daquelas águas. O pavilhão do Hospital Termal, construído em finais do século XIX, com as suas altas janelas, é um belo exemplo de arquitectura termal.

Em meados do século XVIII, o hospital foi reedificado e a vila recebeu uma série de melhoramentos em infra-estruturas. Na segunda metade do século XIX, as sucessivas administrações procuram uma aproximação ao melhor termalismo do centro da Europa. O corolário deste trabalho centralizou-se no final do século, quando se construíram novos equipamentos que antecederam o período áureo das primeiras décadas do séc. XX, quando também a vila se tornou cidade.



## IGREJA N.ª. S.ª DO PÓPULO

16H30



A Igreja de Nossa senhora do Pópulo foi fundada pela Rainha D. Leonor de Lancastre no fim do séc. XV, como capela privativa do Hospital termal. Planeada pelo Mestre Mateus Fernandes, foi o último elemento do conjunto do hospital das Caldas da Rainha ser construído, pois deu-se prioridade à construção dos banhos e enfermarias. A construção da igreja foi autorizada pelo papa em Agosto de 1485. No ano seguinte eram concedidas indulgências aos fiéis que a visitassem.

A igreja tinha a função de "acompanhamento" espiritual dos doentes, logo desde o dia em que eram recebidos, os primeiros passos antes do tratamento passava pela confissão e comunhão. O espaço interior da igreja é de uma grande harmonia e unidade, sublinhada pela abóbada de nervuras não apoiadas em colunas. A capela-mor é separada da nave por um arco triunfal decorado com temas vegetalista. Nele foram colocados um tríptico, figurando a paixão de Cristo, atribuído ao mestre da Lourinhã. Existe uma lindíssima porta manuelina para acesso da capela-mor à sacristia.

Na torre sineira podemos encontrar símbolos associados à Rainha D. Leonor, assim como, ao seu irmão D. Manuel I. O escudo, o pelicano e o camaroeiro.



Todas as paredes do templo estão revestidas por azulejos setecentistas, encomenda na altura da regência de D. Luisa de Gusmão, autoria de Josefa de Óbidos. A Igreja possui ainda uma tela representando a Nossa senhora do Pópulo entre 1670 e 1680. Do interior merece ainda destaque a pia baptismal, de planta octogonal, em forma de cálice.

A Igreja ao longo da sua existência foi sofrendo inúmeros restauros e intervenções, o rápido crescimento da população fez dela a Igreja Matriz das Caldas da Rainha até ao séc. XX. É património nacional desde 1910. Hoje não sendo igreja matriz mantém o seu ascendente religioso.





## MUSEU JOSÉ MALHOA

17H30



O Museu José Malhoa é um lugar de encontro com a pintura de Malhoa e com uma época da nossa cultura, um museu do Naturalismo português permitindo suscitar esta memória numa forma dinâmica, enquanto motiva a reflexão da actualidade e equaciona a projecção no futuro.

À figura tutelar do patrono da instituição, outras se juntam na importância dos acervos que as representam, como Francisco Franco e Leopoldo de Almeida, testemunhos de uma "idade de ouro" da escultura portuguesa, ou Rafael Bordalo Pinheiro, com o conjunto ímpar e único das 60 esculturas em terracota da "Paixão de Cristo".

Também o edifício que alberga a colecção se revela um exemplar único da história da nossa arquitectura de influência modernista, quer pela importância particular de que se reveste na concepção para museu, quer por se tratar do primeiro em Portugal projectado e construído de raiz para esse fim.

São estes pedaços de cultura e de história que o Museu José Malhoa convida a reconhecer neste sítio, que se espera seja um lugar de descoberta e de prazer e motivador também para a visita ao vivo, a qual, introduzida no belo jardim envolvente pela colecção de Escultura ao Ar Livre que aí se distribui, poderá culminar numa agradável participação nas actividades que o Museu oferece com regularidade.