

Instituto Politécnico de Leiria

Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar



***Planeamento turístico sustentável, uma abordagem estratégica
do modelo de turismo de base comunitária – O caso de Ferrel,
Portugal***

Ana Raquel Saraiva Hermínio

Dissertação para obtenção do Grau de Mestre em Turismo e Ambiente

Dissertação de Mestrado realizada sob a orientação do Professor Doutor António Sérgio Araújo de Almeida e coorientação do Professor Doutor Francisco Teixeira Pinto Dias

Dezembro de 2020

Instituto Politécnico de Leiria

Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar



***Planeamento turístico sustentável, uma abordagem estratégica
do modelo de turismo de base comunitária – O caso de Ferrel,
Portugal***

Ana Raquel Saraiva Hermínio

Dissertação para obtenção do Grau de Mestre em Turismo e Ambiente

Dissertação de Mestrado realizada sob a orientação do Professor Doutor António Sérgio Araújo de Almeida e coorientação do Professor Doutor Francisco Teixeira Pinto Dias

Dezembro de 2020

Copyright @ Raquel Hermínio, ESTM, IPL

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 esta dissertação/trabalho de projeto/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, e de a 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.

Esta página foi intencionalmente deixada em branco

Agradecimentos

«Um dia “alguém” me disse:

— Pressão é bom, sabe porquê?

— Porquê? – retorqui.

— Porque é assim que se fazem os diamantes.»

Primeiro, um especial agradecimento ao meu orientador, Professor Doutor Sérgio Araújo, pelas partilhas, disponibilidade, motivação, apoio e orientação no processo deste trabalho e ao longo de todo o mestrado.

Ao meu coorientador, Professor Doutor Francisco Dias, por todo o apoio metodológico e de raciocínio lógico.

À Junta de Freguesia de Ferrel pelo apoio e disponibilidade.

Ao meu companheiro, por tudo... pela força, confiança e por nunca me permitir esmorecer.

Aos meus familiares e amigos que acompanharam a jornada, e a todos os que de alguma forma colaboraram para este trabalho.

Gratidão,

Raquel Hermínio

Esta página foi intencionalmente deixada em branco

Resumo

A presente dissertação dá sequência a estudos anteriores no âmbito da comunidade de Ferrel (Peniche, Portugal), sendo que, enquanto zona costeira e destino turístico, foi identificada, no decorrer dos estudos, a necessidade de planeamento turístico e requalificação local assente em atributos diversificadores da oferta turística.

Pretende-se apresentar um plano turístico para Ferrel, tendo sido realizados um inquérito por questionário à comunidade, entrevistas aos órgãos de poder local e consultada bibliografia relevante para o estudo.

Com base neste estudo empírico conclui-se que a comunidade de Ferrel percebe a necessidade de planeamento turístico para o local e está predisposta ao envolvimento turístico através da implementação de práticas associadas ao turismo de base comunitária assentes em atributos como a identidade e cultura locais.

Palavras-chave: Turismo, Identidade, Turismo Cultural, Destinos Turísticos.

Esta página foi intencionalmente deixada em branco

Abstract

This dissertation follows on from previous studies within the Ferrel community (Peniche, Portugal). As a coastal area and tourist destination, tourism planning and requalification was identified during the studies, such as the need for diversification on the tourism offer based on local attributes.

It is intended to present a tourism plan for Ferrel, having been carried out a survey to the community, interviews to local authorities and consulted relevant literature for the study.

Based on this empirical study it is concluded that the community of Ferrel perceives the need for tourism planning and is predisposed to tourism involvement through the implementation of practices associated with community-based tourism based on attributes such as local identity and culture.

Keywords: Tourism, Identity, Cultural Tourism, Tourist Destinations.

Esta página foi intencionalmente deixada em branco

ÍNDICE DE MATÉRIAS

AGRADECIMENTOS	V
RESUMO	VII
ABSTRACT	IX
ÍNDICE	XI
LISTA DE FIGURAS	XIV
LISTA DE TABELAS	XVII
LISTA DE QUADROS	XIX
LISTA DE GRÁFICOS	XXI
LISTA DE SIGLAS	XXIII
INTRODUÇÃO	1
CAPÍTULO I – CONTEXTUALIZAÇÃO: SUSTENTABILIDADE, TURISMO E PLANEAMENTO	3
1.1 Enquadramento histórico – Sustentabilidade ao nível mundial.....	3
1.1.1 Sustentabilidade – a nova Agenda 2030 em Portugal.....	10
1.2 Sustentabilidade e turismo	10
1.2.1 Sustentabilidade e turismo em Portugal.....	17
1.3 Planeamento sustentável de destinos turísticos	21
1.4 Desenvolvimento sustentável e turismo de base comunitária	25
CAPÍTULO II – ESTUDO DE CASO	29
2.1 Caso de estudo da vila de ferrel (Peniche, Portugal).....	29
2.1.1 Enquadramento territorial	33
2.1.2 Caracterização biofísica	35
2.1.3 Caracterização socioeconómica	41
2.1.4 Caracterização turística	44
2.2 Instrumentos de política e planeamento turístico em Peniche.....	51
CAPÍTULO III – ESTUDO EMPÍRICO	57
3.1 Introdução	57
3.2 Objetivo	58
3.3 Metodologia.....	60
3.4 Caracterização da amostra e itens de questionário	64
3.4.1 Teste de hipóteses	69
3.4.2 Análise de hipóteses	72
CAPÍTULO IV – DISCUSSÃO DE RESULTADOS	75

4.1 Introdução	75
4.1.1 Interação entre residentes e turistas.....	75
4.1.2 Avaliação de turistas e visitantes	76
4.1.3 Efeitos do turismo	77
4.1.4 Identidade	77
4.1.5 Perceção de atributos turísticos	78
4.1.6 Comunidade e turismo	79
4.1.7 Perceção de oportunidades e fraquezas	80
4.1.8 Planeamento	81
4.2 Entrevista aos órgãos de poder local	82
4.3 Proposta de plano estratégico de turismo de base comunitária	82
CAPÍTULO V – CONCLUSÃO, LIMITAÇÕES E	
RECOMENDAÇÕES	99
BIBLIOGRAFIA.....	103

Esta página foi intencionalmente deixada em branco

Índice de figuras

Figura 2.1 — Planta de enquadramento geográfico e administrativo do concelho de Peniche, freguesia de Ferrel	29
Figura 2.2 — Divisão territorial de Ferrel em meados do século XX	31
Figura 2.3 — Conjunto de fortificações do concelho e praias da Freguesia de Ferrel	33
Figura 2.4 — Pinhal de Ferrel (Pinhal da Câmara).....	33
Figura 2.5 — Região Centro e Território do Oeste e Vale do Tejo	34
Figura 2.6 — Rede viária	35
Figura 2.7 — Carta geológica do concelho de Peniche	36
Figura 2.8 — Planta Hipsométrica.....	37
Figura 2.9 — Planta da rede Hidrográfica	38
Figura 2.10 — Planta de Ocupação do Solo (Corine Land Cover 2000).....	40
Figura 2.11 — Carta de Ocupação do Solo (COS 90).	40
Figura 2.12 — Eixo Litoral.....	45
Figura 2.13 — Percentagem de visitas por município da Sub-região Oeste de Portugal	46
Figura 2.14 — Proporção de dormidas entre julho-setembro por município ...	47
Figura 2.15 — Região de polarização metropolitana de Lisboa	52
Figura 2.16 — Área classificada Rede Natura 2000.....	55
Figura 3.17 — Esquema de hipóteses	60
Figura 3.18 — Síntese metodológica	63
Figura 4.19 — WC e WC para pessoas com mobilidade reduzida, Praia Baleal Sul	85
Figura 4.20 — Passadiços de praia, Baleal Sul.....	85
Figura 4.21 — Ciclovía, Baleal.....	85
Figura 4.22 — Chuveiro, Baleal Norte	86

Figura 4.23 — Sinalética.....	86
Figura 4.24 — Estratégia turística de Ferrel	92
Figura 4.25 — Atividade turística, <i>Cluster</i> Turismo — Terra — Mar, recurso Pesca — Contexto	96
Figura 4.26 — Atividade turística, <i>Cluster</i> Turismo — Terra — Mar, recurso Pesca — Execução.	97
Figura 4.27 — Atividade turística, <i>Cluster</i> Turismo — Terra — Mar, recurso Pesca — Economia circular	97
Figura 4.28 — Atividade turística, <i>Cluster</i> Turismo — Terra — Mar, recurso Pesca — Objetivos	98

Esta página foi intencionalmente deixada em branco

Índice de tabelas

Tabela 2.1 — Dados climatológicos de Peniche.....	39
Tabela 2.2 — População residente: total e por grandes grupos etários	41
Tabela 2.3 — Indicadores de educação.....	42

Esta página foi intencionalmente deixada em branco

Índice de quadros

Quadro 3.1 — Caracterização sociodemográfica.....	64
Quadro 3.2 — Indicadores económicos do destino Ferrel.....	65
Quadro 3.3 — Indicadores sociais do destino Ferrel.....	66
Quadro 3.4 — Indicadores culturais do destino Ferrel.....	67
Quadro 3.5 — Indicadores ambientais do destino Ferrel.....	67
Quadro 3.6 — Indicadores de gestão estratégica do destino (GED) de Ferrel.....	68
Quadro 3.7 — Correlações entre indicadores globais.....	69
Quadro 3.8 — Itens e itens integrados.....	70
Quadro 3.9 — Teste de hipóteses.....	72
Quadro 4.10 — Principais recursos culturais e naturais de Ferrel.....	83
Quadro 4.11 — Classificação estratégica dos atributos de Ferrel.....	86
Quadro 4.12 — Análise SWOT.....	89
Quadro 4.13 — Quadro de ações e medidas.....	92

Esta página foi intencionalmente deixada em branco

Índice de gráficos

Gráfico 2.1 – Evolução da população empregada por grande setor de atividade económica.....	44
Gráfico 2.2 – Desenvolvimento do número de estabelecimentos hoteleiros em Peniche	48
Gráfico 4.3 – Atributos valorizados pela comunidade.....	78

Esta página foi intencionalmente deixada em branco

Lista de siglas

AL 21 — Agenda 21 Local

AML — Área Metropolitana de Lisboa

CCDRC — Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro

CMAD — Comissão Mundial para o Meio Ambiente e o Desenvolvimento

CNUAH — Conferência das Nações Unidas sobre o Ambiente Humano

CNUDS — Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável

CBT/TBC — *Community-Based Tourism*/Turismo de base comunitária

FCT — Fundação para a Ciência e a Tecnologia

GOP — Grandes Opções do Plano

ICC — Conselho Internacional de Coordenação

INE — Instituto Nacional de Estatística

IY — Ano Internacional do Turismo Sustentável para o Desenvolvimento

LPSD — *Local Plan for Sustainable Development*

MaB — *Man and the Biosphere*

MICE — *Meetings, Incentives, Conferences, and Events*

MTE — *Memorable Tourism Experience*

NUT — Nomenclatura das Unidades Territoriais para Fins Estatísticos

ODM — Objetivos de Desenvolvimento do Milénio

ODS — Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

WTO/OMT — *World Tourism Organization*/Organização Mundial do Turismo

ONG — Organização Não Governamental

ONU — Organização das Nações Unidas

PDM — Plano Diretor Municipal

PNPOT — Programa Nacional da Política de Ordenamento do Território

PNUA — Programa das Nações Unidas para o Ambiente

POC — Programa da Orla Costeira

PROT OVT — Plano Regional de Ordenamento do Território do Oeste e Vale
do Tejo

RNAAT — Registo Nacional de Agentes de Animação Turística

RNAVTT — Registo Nacional de Agentes de Viagens e Turismo

SL — *Social Learning*

SET — *Social Exchange Theory*

SIC — Sítios de Importância Comunitária

SWOT — *Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats*

TALC — *Tourism Area Life Cycle*

UNESCO — United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

UNFCCC — *United Nations Framework Convention on Climate Change*

INTRODUÇÃO

O turismo é um setor em grande expansão. Os últimos relatórios da Organização Mundial do Turismo indicam que o número de viajantes internacionais aumentou 7% e o total de receitas aumentou 5% em 2017, apresentado um crescimento por oito anos consecutivos. O setor representa 7% das exportações mundiais, empregando uma em cada 10 pessoas, e movimenta 1323 milhões de pessoas por ano (OMT, 2017). A expansão do turismo não se fica pelos números e é visível no desenvolvimento dos territórios onde atua, seja como atividade/setor complementar da economia, ou por representar o principal suporte económico do local.

O crescimento do turismo relaciona-se também com o aumento da procura, que advém de variadas transformações sociais sofridas a partir de meados do século XX e encara nos dias de hoje desafios para o seu desenvolvimento e sustentabilidade que passam pela procura cada vez mais informada e exigente, pela rápida transformação das motivações da procura, pelos desafios que se relacionam com os impactes exercidos pelo turismo nas comunidades hospedeiras, ao nível ambiental e de satisfação de turistas e residentes com a atividade turística. O turismo tem, desta forma, procurado soluções alternativas para cumprir o seu compromisso para com a sustentabilidade.

Segmentos do turismo como o turismo cultural, ecoturismo, turismo rural (entre outros), e modelos alternativos de planeamento turístico, como o turismo de base comunitária, colocam a assunção turística da cultura, tradição, identidade e particularidades dos destinos na qualidade de elementos não estanques, mas ativos e passíveis de transformação e adaptação enquanto recursos e produtos turísticos diferenciadores, competitivos e consumíveis, numa ótica sustentável.

Neste trabalho, abordamos o modelo de planeamento turístico de base comunitária, consubstanciado na cultura e identidade, através do estudo de caso do destino Ferrel (Peniche, Portugal).

O presente trabalho é desenvolvido no âmbito do mestrado em Turismo e Ambiente e apresenta uma reflexão sobre o planeamento sustentável de destinos turísticos, com incidência no modelo de turismo de base comunitária (Goodwin & Santilli, 2009). Para este efeito, apresenta como estudo de caso a vila de Ferrel (Peniche, Portugal). Inerente às temáticas expostas, a identidade de Ferrel constitui o pano de fundo

deste trabalho e interliga-se com a proposta e o objetivo final desta investigação — a criação de um plano turístico de base comunitária para esta vila. Naturalmente, ao falar de identidade, falamos de um conjunto de significados simbólicos de um grupo que é expresso pela cultura e, neste caso, pela via do turismo cultural.

Neste sentido, a dissertação é composta por cinco capítulos. No primeiro, fazemos uma contextualização geral do desenvolvimento da sustentabilidade ao nível mundial, da sua aplicabilidade ao turismo, da atualidade da sustentabilidade e do seu contexto à escala nacional (Portugal). Ainda no mesmo capítulo, tratamos da evolução do planeamento e do planeamento turístico e da sua importância para o desenvolvimento sustentável de destinos turísticos. Por fim, uma vez que o planeamento é uma ferramenta estratégica, transpomos o seu uso para o modelo de turismo de base comunitária. Em suma, o primeiro capítulo sustenta a base literária desta investigação.

No segundo capítulo, analisamos o estudo de caso escolhido para esta investigação — Ferrel. É feita a caracterização do destino (em termos históricos, identitários, geográficos, turísticos, e outros a explorar na leitura) e a sua integração nas políticas de ordenamento territorial.

No capítulo três, explanamos a metodologia aplicada a este estudo. O processo de investigação consistiu em trabalho de campo, recolha bibliográfica, elaboração de inquérito por questionário à comunidade e entrevistas aos órgãos de poder local. Posteriormente, foi criada uma base de dados e, através do programa IBM SPSS 2019 Statistics, realizou-se uma análise descritiva, de confiabilidade e de correlação dos dados, e testaram-se as hipóteses colocadas para este estudo. Esta análise permitiu retirar as conclusões deste estudo, discutidas no capítulo quatro, no qual é apresentada a proposta de plano de turismo de base comunitária.

Por fim, o capítulo cinco faz uma avaliação conclusiva do estudo, debate as suas limitações e apresenta orientações para investigações futuras.

CAPÍTULO I — CONTEXTUALIZAÇÃO: SUSTENTABILIDADE, TURISMO E PLANEAMENTO

1.1 Enquadramento histórico — Sustentabilidade ao nível mundial

A temática da sustentabilidade nas políticas internacionais tem início com o Programa MaB — Man and the Biosphere (Homem e Biosfera), lançado em 1971, resultado da «Conferência da Biosfera de Paris», realizada pelo Conselho Internacional de Coordenação (ICC) da UNESCO, em 1968, que visava a utilização racional e a conservação dos recursos da biosfera. O MaB estabelece-se como programa de cooperação científica internacional e visa o equilíbrio e harmonia entre o Homem e o meio ambiente. Inicialmente orientado para a conservação da natureza, o programa evolui para novos campos, como a conservação da biodiversidade, promoção do desenvolvimento económico sustentável e melhoria da qualidade de vida das populações.

A Conferência de Estocolmo (Conferência das Nações Unidas sobre o Ambiente Humano — CNUAH), em 1972, realizada pela Organização das Nações Unidas (ONU), constituiu o principal ponto de viragem no debate sobre os problemas ambientais ao nível do desenvolvimento global e o tema da sustentabilidade ambiental ganha destaque na agenda política internacional, com uma preocupação com o desenvolvimento (sustentável) dos setores económicos. Em consequência, é criado o Programa das Nações Unidas para o Ambiente (PNUA) pela Assembleia-Geral das Nações Unidas.

Desta conferência nasceu a Declaração do Ambiente que afirma no seu Princípio 2: «A proteção e o melhoramento do meio ambiente humano é uma questão fundamental que afeta o bem-estar dos povos e o desenvolvimento económico do mundo inteiro, um desejo urgente dos povos de todo o mundo e um dever de todos os governos.»

Em 1987, a Comissão Mundial para o Meio Ambiente e o Desenvolvimento (CMAD), criada pela ONU em 1983 — após convite à primeira-ministra norueguesa Gro Harlem Brundtland para elaborar um relatório sobre ambiente e desenvolvimento com o objetivo de estabelecer relações mais harmoniosas entre o ambiente e o desenvolvimento económico —, lançou o Relatório de Brundtland, denominado *Nosso Futuro Comum*, em cujo tema 3, Desenvolvimento Sustentável, ponto 27, apresenta a primeira definição de desenvolvimento sustentável: «desenvolvimento sustentável é aquele que reconhece as

necessidades do presente sem comprometer as possibilidades (e capacidade) de as gerações futuras satisfazerem as suas próprias necessidades»¹.

Eis os principais objetivos do Relatório de Brundtland:

- Reexaminar os problemas ambientais e do desenvolvimento e definir propostas de ação inovadoras, concretas e realistas para os remediar;
- Reforçar a cooperação internacional nos domínios do ambiente e do desenvolvimento;
- Aumentar o nível de compreensão e de compromisso sobre a questão ambiental e o desenvolvimento, por parte dos governos, dos indivíduos, das instituições, das organizações e das empresas².

Após a Conferência de Estocolmo, a sustentabilidade ambiental ganhou uma nova dimensão com a Conferência Rio-92 (Cimeira da Terra, Conferência Mundial sobre Ambiente e Desenvolvimento Sustentável, ONU), em que as indústrias (inclusive a «indústria» do turismo) se comprometem a responsabilizar-se pelos impactes ambientais no seu desenvolvimento económico. Salientam-se dois dos princípios da Declaração do Rio sobre Ambiente e Desenvolvimento:

Princípio 3: o direito ao desenvolvimento deverá ser exercido por forma a atender equitativamente às necessidades, em termos de desenvolvimento e de ambiente, das gerações atuais e futuras.

Princípio 4: para se alcançar um desenvolvimento sustentável, a proteção ambiental deve constituir parte integrante do processo de desenvolvimento e não pode ser considerada separadamente.

A Conferência Rio-92 promove o uso sustentável dos recursos e uma distribuição justa e equitativa dos benefícios provenientes da sua exploração a longo prazo, aliada a processos produtivos menos lesivos para o meio ambiente. É também com a Conferência Rio-92 que se observa a importância da participação dos atores locais, públicos e privados, e dos cidadãos (governança) nos processos de gestão e planeamento para um desenvolvimento harmonioso e equitativo dos territórios, conforme salienta o

¹ Brundtland Report — *Our Common Future* (1987). ONU [disponível em ambiente.wordpress.com, consultado em 7 de junho de 2020].

² apambiente.pt [consultado em 5 de junho de 2020].

Princípio 22: «os Estados devem garantir às autoridades locais os meios necessários para garantir a sua participação na realização do desenvolvimento sustentável».

No âmbito da Conferência Rio-92 foram assinados vários tratados, dos quais destacamos a Convenção-Quadro das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas (UNFCCC), alicerce do compromisso político internacional sobre o clima, que tem como objetivo estabilizar as concentrações dos gases com efeitos de estufa com interferência no sistema climático global, seguida pela Cimeira de Quioto, e o Tratado de Quioto, em 1997 ³.

Da Conferência Rio-92 surgiu também um programa de ação global, a Agenda 21, assinada por 175 países que se comprometeram com a intervenção ao nível económico, mas também no que tange o desenvolvimento da igualdade social e preservação dos recursos ambientais e naturais no desenvolvimento das suas atividades. A Agenda 21 consiste numa ferramenta de gestão e planeamento estratégico, ou plano de ação, de âmbito nacional, para a sustentabilidade dos territórios, em que, através de um diagnóstico do presente, perspectiva alcançar metas a longo prazo nas dimensões económicas, de gestão e conservação dos recursos essenciais ao seu desenvolvimento, de preservação e proteção do ambiente e sociais e de coesão social entre *stakeholders* ⁴.

Dada a crescente globalização das indústrias, a Agenda 21 vem salientar a importância que a participação pública assume, em conjunto com as autoridades locais, na transformação de sociedades mais sustentáveis, salientando que:

«Os poderes locais criam, dirigem e mantêm infraestruturas económicas, sociais e ambientais, supervisionam processos de planeamento, estabelecem políticas e normas de ambiente locais e participam na implementação nacional e subnacional de políticas ecológicas. Como nível de governação mais próximo das pessoas, eles desempenham um papel vital na educação, mobilizando e respondendo ao público para promover o desenvolvimento sustentável.» ⁵.

Ao nível europeu, a Agenda 21 (assinada pelos Estados-Membros) é colmatada pelo Tratado de Amesterdão (6.º Programa de Ação em Matéria do Ambiente, 1997), que

³ *Idem.*

⁴ *Idem.*

⁵ nатурlink.pt [consultado em 8 de junho de 2020].

irá estabelecer intervenções e metas de combate às alterações climáticas, proteção da natureza e vida selvagem, ambiente, saúde, uso sustentável dos recursos naturais e gestão de resíduos, mas também de requalificação e valorização ambiental dos espaços urbanos ⁶, anteriormente referido no Relatório de Brundtland no ponto 6, «Desafios Urbanos», dado o aumento significativo das populações nas cidades, os desafios que representa ao consumo e distribuição equitativa dos recursos disponíveis e na qualidade de vida dos seus habitantes.

No ano 2000, foram estabelecidos os Objetivos de Desenvolvimento do Milénio (ODM 2000-2015), e os 189 Estados-Membros das Nações Unidas comprometeram-se a atingir um conjunto de objetivos específicos até 2015 de combate à pobreza, fomento da paz e do entendimento entre nações, diminuição de dissimilitudes entre países desenvolvidos e subdesenvolvidos, garantia da sustentabilidade ambiental e do desenvolvimento sustentável. Destacamos o objetivo 7: garantir a sustentabilidade ambiental. Entre outros fins, este objetivo pretende integrar os princípios do desenvolvimento sustentável nas políticas e programas nacionais e inverter a tendência para a perda de recursos ambientais ⁷.

A Cimeira de Joanesburgo (Rio +10, Cimeira Mundial para o Desenvolvimento Sustentável, 2002) reafirma os princípios de desenvolvimento sustentável, pretende colmatar os planos e programas das cimeiras e conferências anteriores e consolidar objetivos e metas de compromisso entre os países membros assinantes, alertando-os para necessidades e responsabilidades urgentes no cumprimento das metas estabelecidas em prol de um mundo mais sustentável aos níveis ambiental, económico e social.

Em 2012, decorreu a Cimeira Rio +20 (Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável, CNUDS). No seguimento das linhas orientadoras de sustentabilidade anteriores, salientamos da Declaração *O Futuro Que Queremos* (Declaração Final da Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável Rio + 20) a incidência em duas áreas.

⁶ Cf. HENRIQUES, C. (2003). *Turismo Cidade e Cultura — Planeamento e Gestão Sustentável*. Lisboa.

⁷ Cf. *Objetivos de Desenvolvimento do Milénio 2000-2015* (2000). ONU [disponível em archive.unric.org, consultado em 8 de junho de 2020]

A primeira, uma economia verde de desenvolvimento, conforme salientado no ponto 59, implementação de políticas de economia verde dos países que procuram aplicá-los para a transição rumo ao desenvolvimento sustentável como um empreendimento comum, e reconhecemos que cada país pode escolher uma abordagem adequada em conformidade com planos nacionais de desenvolvimento sustentável, estratégias e prioridades; e, no ponto 61, avaliam como essencial a tomada de medidas de urgência locais para eliminar padrões insustentáveis de produção e consumo; para garantir a sustentabilidade ambiental e promover a conservação e o uso sustentável da biodiversidade e dos ecossistemas, a regeneração dos recursos naturais; e promover um crescimento global sustentável, inclusivo e justo ⁸.

A segunda área diz respeito a uma estrutura institucional fomentadora do desenvolvimento sustentável, de governança integrada e sistêmica, com base na partilha de informação e conhecimento científico eficaz e transparente (de avaliações e monitorização), ao nível local, subnacional, nacional, regional e global. Para isso, cria o Quadro Institucional, que consiste em várias ações para o desenvolvimento sustentável, entre as quais destacamos:

- «a) Promoverá a integração equilibrada das três dimensões do desenvolvimento sustentável; [...]
- d) Reforçará a coerência, reduzirá a fragmentação e as sobreposições e aumentará a eficiência, a eficácia e a transparência, intensificando a coordenação e a cooperação; [...]
- h) Aumentará a participação e o empenho efetivo da sociedade civil e de outras partes pertinentes, em instâncias internacionais competentes e, nesse sentido, promoverá a transparência, a ampla participação do público e as parcerias, com a finalidade de implementar o desenvolvimento sustentável.» ⁹.

Em 2015, na Conferência das Nações Unidas sobre as Alterações Climáticas, em Paris, foi lançado o Acordo de Paris, uma estratégia assente numa visão e missão do Programa MaB com objetivos ao nível global, regional e local. A nova visão do programa objetiva a construção de sociedades e economias saudáveis e equitativas, uma população

⁸ Declaração *O Futuro Que Queremos* (2012), ONU [disponível em apambiente.pt, consultado em 8 de junho de 2020].

⁹ *Idem*.

mais consciente e responsável na sua interação com o planeta, de forma a construir uma sociedade próspera em harmonia com a biosfera. Entre as várias missões pretende alcançar os ODS (Objetivos de Desenvolvimento Sustentável) para uma gestão sustentável da biodiversidade e dos recursos naturais e assim atingir as transformações e efeitos das alterações climáticas. Também se propõe a facilitar o desenvolvimento da ciência nas áreas da biodiversidade, da sustentabilidade e da educação, para o desenvolvimento sustentável e capacitação para apoiar a mitigação e a adaptação às alterações climáticas, bem como outros aspetos de mudança ambiental global ¹⁰.

Ainda em 2015, na sequência dos Oito Objetivos de Desenvolvimento do Milénio (ODM 2000-2015), em Nova Iorque, a Assembleia-Geral da ONU criou a nova agenda de desenvolvimento sustentável, *Transformar o Nosso Mundo: a Agenda para o Desenvolvimento Sustentável de 2030*, conhecida por Agenda 2030, e que vigorará durante 15 anos (2015-2030). Trata-se de um plano de ação estratégico composto por 17 ODS e 169 metas que pretende criar um modelo global para erradicar a pobreza, promover a prosperidade e o bem-estar, proteger o meio ambiente e combater as alterações climáticas ¹¹.

Dada a abrangência da Agenda 2030, a sua implementação passará também pela concretização de 18 domínios de intervenção nas políticas de desenvolvimento sustentável, entre os quais destacamos:

- «a) Integrar os ODS nos planos nacionais de desenvolvimento, bem como nos programas das organizações regionais e internacionais e promover a participação ativa dos cidadãos;
- b) Envolver todos os atores na implementação dos ODS, incluindo através do estabelecimento de parcerias inovadoras, em colaboração com os governos centrais, regionais e locais, que contribuam para a mobilização de recursos financeiros, disseminação de tecnologias e partilha de conhecimento; [...]

¹⁰ Cf. www.icnf.pt [consultado em 3 de janeiro de 2019].

¹¹ Cf. *Objetivos de Desenvolvimento Sustentável 2030: Transformar o nosso Mundo: a Agenda para o Desenvolvimento Sustentável de 2030* (2015). ONU [disponível em sustainabledevelopment.un.org, consultado em 3 de janeiro de 2019].

m) Assegurar a Coerência de Políticas para o Desenvolvimento Sustentável.»¹².

Neste sentido, os 17 ODS alteram a forma de abordar o desenvolvimento à escala global ao integrarem as três dimensões do desenvolvimento sustentável (económica, social e ambiental); ao assentarem em objetivos e metas universais a serem vinculadas por todos os países membros; ao promoverem os Direitos Humanos transversais a todos os ODS; e ao integrarem de forma sistémica e transversal, efetiva e eficaz setores económicos (público e privado), governos, autoridades, organizações e sociedade civil¹³.

É de salientar o reconhecimento atribuído pela ONU à cultura no desenvolvimento dos ODS 2030:

«A salvaguarda e a promoção da cultura são fins em si mesmas e, ao mesmo tempo, contribuem de forma direta para muitos dos ODS — cidades seguras e sustentáveis, trabalho decente e crescimento económico, redução das desigualdades, meio ambiente, promoção da igualdade de género, e sociedades pacíficas e inclusivas. Os benefícios indiretos da cultura resultam de implementações culturalmente conscientes e efetivas dos objetivos de desenvolvimento [...] O património cultural — tangível e intangível — e a criatividade são recursos que devem ser protegidos e gerenciados de forma cuidadosa. Ambos podem funcionar como condutores e facilitadores para a realização dos ODS, quando soluções que dão ênfase à cultura são capazes de assegurar o sucesso de intervenções para alcançar tais Objetivos.»¹⁴.

Em resumo, a sustentabilidade é um processo estratégico político e holístico abrangente e interdependente nas esferas económicas, sociais e ambientais, uma abordagem multidimensional do espaço, o que exige uma análise interdisciplinar na eficácia da sua implementação. O desenvolvimento sustentável tem como objetivo um desenvolvimento equilibrado de cada território entre a exploração, produção e consumo dos recursos disponíveis e a satisfação equitativa das necessidades sociais e culturais, e, simultaneamente, assegura a proteção e preservação do ambiente necessárias ao desenvolvimento presente e futuro.

¹² Documento de Posição de Portugal sobre a Agenda pós 2015 [disponível em www.instituto-camoes.pt] [consultado em 3 de janeiro de 2019].

¹³ Cf. *idem*.

¹⁴ pt.unesco.org [consultado em 8 de junho de 2020].

1.1.1 Sustentabilidade — A nova Agenda 2030 em Portugal

A incorporação da Agenda 2030 nas estratégias, planos e políticas nacionais articula-se em áreas temáticas, as chamadas «5 P»:

- Pessoas: determinação em erradicar a pobreza e a fome e garantir que todos possam realizar o seu potencial no respeito da dignidade e igualdade, num ambiente saudável;
- Prosperidade: garantia de que todos possam desfrutar de uma vida próspera e de plena realização pessoal, assegurando que o desenvolvimento económico, social e tecnológico ocorre em harmonia com a natureza.
- Planeta: reforço da convicção de se proteger o planeta e sua degradação, através de padrões sustentáveis de consumo e produção, da gestão sustentável dos recursos naturais e de medidas de combate às alterações climáticas.
- Paz: promoção de sociedades pacíficas, justas e inclusivas, livres do medo e da violência, essenciais para um desenvolvimento sustentável.
- Parcerias: implementação da Agenda 2030 por meio de uma Parceria Global para o Desenvolvimento Sustentável, fortalecida por um espírito de solidariedade global, com ênfase nos mais pobres e mais vulneráveis, e com a participação de todos os países, todas as partes interessadas e todas as pessoas, não deixando ninguém para trás.

Ante o exposto, Portugal materializa as suas prioridades estratégicas na implementação da Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável nos seguintes ODS: 4. Educação e Qualidade; 5. Igualdade de Género; 9. Indústria, Inovação e Infraestruturas; 10. Reduzir as Desigualdades; 13. Ação Climática; e 14. Proteger a vida Marinha ¹⁵.

1.2 Sustentabilidade e turismo

A «indústria» do turismo apresenta um crescimento exponencial desde a década de 70 do século passado. O aumento da qualidade de vida nos países ocidentais, associado a um aumento do poder de compra, contribuiu para que hábitos de lazer e recreio se massificassem. A atividade turística implica e é indissociável de um espaço ou lugar geográfico, e o aumento significativo do turismo acarreta impactes nos territórios onde a

¹⁵ Cf. <https://sustainabledevelopment.un.org/index.html> [consultado em 3 de janeiro de 2019].

atividade turística se desenvolve, e dos quais o seu desenvolvimento depende, exercendo transformações sociais, económicas, culturais e ambientais nos destinos turísticos. Neste sentido, tem-se desenvolvido uma consciencialização sobre a necessidade de minimizar os seus impactos negativos e maximizar os seus benefícios sociais, económicos e ambientais para garantir a sua sustentabilidade.

Em seguida, apresentamos o percurso da implementação da sustentabilidade no setor do turismo, com menção às principais ocorrências históricas à escala mundial (outras não mencionadas podem ser consultadas no Anexo A).

O reconhecimento do impacto mundial do turismo ficou patente com a criação da «Declaração sobre Turismo e Meio Ambiente», da autoria da OMT e do PNUA, em 1982 — já antes verificado com a «Declaração de Manila sobre o Turismo Mundial» (1980), que indica que os recursos devem ser utilizados de forma racional e controlada ¹⁶. A «Declaração sobre Turismo e Meio Ambiente» demonstra a preocupação com as implicações da sustentabilidade do turismo, em virtude da complexidade da atividade turística (Burns 2002, *apud* Costa, H. A., 2013) e da transversalidade do setor com outros setores económicos. Ademais, defende o direito às atividades de férias e lazer, e considera que a atividade turística deve proteger, salvaguardar e melhorar o meio ambiente e as populações desfavorecidas. Em 1985, a OMT adotou a «Carta do Turismo» e o «Código do Turista», e reforçou o direito a férias e lazer, salientando que a sustentabilidade da atividade turística passa pelo planeamento turístico e pela adoção de boas práticas dos turistas ¹⁷.

A «Declaração de Haia sobre Turismo» (1989) afirma que o turismo é um fenómeno quotidiano que afeta milhares de indivíduos nos seus destinos, e desenvolve 10 Princípios ¹⁸ para o desenvolvimento do turismo, com o objetivo de fomentar o entendimento entre países, instituições, coletividades e indivíduos do setor. Além disso, ressalva a importância do planeamento turístico para o desenvolvimento da atividade a longo prazo ¹⁹.

¹⁶ Cf. COSTA, H. A. (2013). *Destinos do turismo: Recursos para a sustentabilidade*. FGV, Rio de Janeiro.

¹⁷ *Idem, ibidem*.

¹⁸ *Turismo sustentável e a sua importância para o sector em Portugal* (2009). Sustentare. Research no. 5 [disponível em www.sustentare.pt, consultado em 28 de setembro de 2020].

¹⁹ REIS, J. (2011). *A Informação Turística Electrónica na Rota Histórica das Linhas de Torres como Contributo para o Consumo de Experiências Turísticas Singulares*. Tese de

Conforme mencionado no subcapítulo Sustentabilidade da Conferência do Rio, em 1992, foi criada a Agenda 21, um plano de ação para o desenvolvimento económico sustentável à escala mundial. Foi assim desenvolvido um plano de ação para o turismo, a «Agenda 21 para a Indústria de Viagens e Turismo». A Agenda recomenda a prática do desenvolvimento de um turismo sustentável assente na preservação cultural e ambiental, lista várias ações condutoras de cooperação entre entidades governamentais, indústria e sociedade civil, e estabelece ferramentas de implementação para os setores público e privado. Ademais, estimula o desenvolvimento do turismo como motor de desenvolvimento económico de territórios e forma de gerar riqueza, reduzir contrastes de desenvolvimento e pobreza entre territórios, e assim atingir os pilares de sustentabilidade.

Um dos principais objetivos da Agenda 21 para o turismo é proporcionar valor acrescentado pela recuperação e aproveitamento de recursos, espaços ou lugares inexplorados, devolutos ou degradados, gerar emprego, suprir de melhores infraestruturas e fornecer benefícios às comunidades hospedeiras, assim como aumentar o conhecimento pela troca de experiências através de parcerias entre territórios. Para a concretização dos objetivos propostos, desenvolve um plano de ação geral e um plano de ação com medidas e recomendações específicas dirigido a departamentos governamentais, associações, ONG, e outro às empresas turísticas ²⁰.

Em 1995, realizou-se em Lanzarote a «Conferência Mundial de Turismo Sustentável». Deste encontro surgiu a «Carta de Turismo Sustentável de Lanzarote», um pilar para o desenvolvimento turístico sustentável que aponta três eixos de desenvolvimento: economicamente viável, ecologicamente suportável, ética e socialmente equitativo.

Seguiram-se várias conferências e relatórios para um turismo sustentável nos anos subsequentes e, em 1999, foi publicado pela OMT o «Código Mundial de Ética do Turismo». Trata-se de uma preparação para o turismo no novo milénio que define «“as regras do jogo”» para os destinos turísticos, governos, promotores, operadores, agentes

Doutoramento. Universidade de Lisboa. Instituto de geografia e ordenamento do território [disponível em repositorio.ul.pt, consultado em 11 de junho de 2020].

²⁰ Cf. *Agenda 21 para a Indústria de Viagens e Turismo em direção a um desenvolvimento ambientalmente sustentável* (1993). Tradução parcial (s/d) [disponível em gee.gov.pt, consultado em 11 de janeiro de 2020].

de viagens, trabalhadores do setor e os próprios turistas», como se lê no próprio Código, composto por 10 artigos ou princípios (em síntese no Anexo B).

Em 2002, o relatório da Cimeira de Joanesburgo (Rio +10) consolidou as principais perspetivas a longo prazo. Na nota 20, pode ler-se o seguinte:

- «— Desenvolver programas, incluindo programas educacionais e de formação profissional, que encorajem as pessoas a participar e que [...] estabeleçam a cooperação entre o desenvolvimento do turismo e a conservação/preservação do património;
- Apoiar as comunidades a gerir os fluxos de visitantes e atrações turísticas para o seu máximo benefício, enquanto se assegura o menor nível possível de impactos e riscos para as suas tradições, cultura e ambiente.»²¹

Ainda no mesmo ano foi realçado o ecoturismo como exemplo para o turismo sustentável, contrapondo o turismo massificado, no World Ecotourism Summit (Conferência Internacional do Ecoturismo de Quebec, ano e evento dedicados ao Ecoturismo pela ONU). Deste encontro foi lançada a Declaração de Quebec, que, em conjunto com o Código Mundial de Ética do Turismo, adotado pela OMT, firma os princípios do aumento dos benefícios dos recursos turísticos para as populações residentes e a conservação da integridade ambiental e cultural num contexto de sustentabilidade²².

Pode dizer-se que o turismo sustentável é um modelo flexível que se adapta às singularidades territoriais e económicas dos locais e o caminho percorrido pelo desenvolvimento do turismo sustentável prevê essencialmente os princípios de sustentabilidade ambiental no uso, processos de transformação ou produção e consumo racional e eficaz dos recursos ambientais e manutenção e conservação dos recursos e da biodiversidade — posteriormente escrutinados pelo PNUMA no Programa Passaporte Verde publicado em 2008 —, na sustentabilidade sociocultural pelo respeito aos valores culturais das comunidades recetoras, no desenvolvimento das atividades turísticas e na sustentabilidade económica a longo prazo que permita o usufruto às gerações futuras e

²¹ HENRIQUES, C. (2003). *Turismo Cidade e Cultura — Planeamento e Gestão Sustentável*, ob. cit.

²² Cf. *World Ecotourism Summit, Final Report* (2002). WTO [disponível em www.gdrc.org, consultado em 12 de junho de 2020].

uma distribuição justa e eficiente dos benefícios pelos *stakeholders*. Ou seja, o turismo sustentável é entendido pela OMT (2003) como aquele que «satisfaz as necessidades dos turistas, das regiões receptoras ao mesmo tempo que protege e potencia novas oportunidades para o futuro» (Marujo & Carvalho, 2010). Contudo, conforme Henriques (2003) ao referir-se a Butler (2002), a sustentabilidade não é atingível por um setor individualmente, mas pelo conjunto de setores de atividade em cooperação no sentido de atingir a sustentabilidade, o que nos remete para uma organização setorial com base numa economia circular e de planeamento espacial.

Em 2012, na Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável (Rio +20) *O Futuro Que Queremos*, é reconhecido que «“um turismo bem concebido e bem gerido” pode contribuir para o desenvolvimento sustentável, para a criação de empregos e para o comércio»²³. É ainda reforçada a valorização do ecoturismo e do turismo cultural enquanto modelos sustentáveis de desenvolvimento turístico (Anexo C).

A avaliação destas recomendações tem novamente lugar na agenda política em 2015, na Assembleia Geral da ONU, em Nova Iorque, *Transformar o nosso Mundo: a Agenda para o Desenvolvimento Sustentável de 2030*, conhecida por Agenda 2030. Aqui, o ano de 2017 é determinado o Ano Internacional do Turismo Sustentável para o Desenvolvimento (IY 2017), e salientam-se a importância e os contributos do turismo para se atingir os ODS 2030 e transformar o mundo²⁴.

O IY 2017 promove o papel do turismo em todos os ODS 2030, mas a nível geral salientam-se essencialmente os seguintes princípios: 8. Trabalho digno e Crescimento Económico; 12. Produção e Consumo Sustentáveis; e 17. Parcerias para a Implementação dos Objetivos²⁵.

«O turismo é um instrumento vital para a realização dos 17 ODS e mais além, uma vez que pode estimular crescimento económico inclusivo, criar empregos, atrair investimentos, combater a pobreza, melhorar o modo de vida

²³ www.ver.pt [Consultado em 8 de junho de 2020]

²⁴ Cf. www.news.un.org

²⁵ *Tourism and the Sustainable Development Goals - Journey to 2030* (2017) [disponível em <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419401>, consultado em 13 de junho de 2020].

das comunidades locais, promover o empoderamento das mulheres e dos jovens, proteger o património cultural, a preservação dos ecossistemas terrestres e marinhos e a biodiversidade, apoiar a luta contra as alterações climáticas, e, em última análise, contribuir para a necessária transição das sociedades para uma maior sustentabilidade.»²⁶

O IY 2017 criou ainda uma campanha de sensibilização, ou de ética, para turistas — «Travel, Enjoy, Respect, Tips for a Responsible Traveller» —, composta por cinco conselhos para os turistas viajarem de forma responsável e adotarem comportamentos respeitosos pelas comunidades hospedeiras, pelo património e meio ambiente dos destinos²⁷.

A importância cada vez maior que o turismo desempenha na economia global, a sua transversalidade a várias indústrias, os impactos provenientes do setor e o seu desenvolvimento sustentável têm sido explorados por vários académicos. Segundo Bramwell e Lane (1993, *apud* Henriques, 2003), o desenvolvimento sustentável do turismo depende de um planeamento holístico estratégico a longo prazo que corresponda à preservação ecológica e da biodiversidade e simultaneamente do legado humano nas suas formas de produção. Para Donaire (1998, *apud* Henriques, 2003), os princípios de desenvolvimento sustentável do turismo devem considerar o Planeamento (através do estudo detalhado das condições do presente, perspectivas futuras, tomada de decisões com base na informação sobre as variáveis que influenciam o processo turístico); Integração (oferta com base nos recursos locais); a Abertura (enquanto estratégia de âmbito local, suportado na Agenda 21, em que os espaços vizinhos constituem parte da oferta); fatores Temporais e Espaciais (redução da sazonalidade, atenção com capacidade de carga dos espaços físicos e dos territórios, respeitar capacidades de absorção de visitantes); e a Participação (participativo, incluir todos os *stakeholders* locais) e ser duradouro (integrar o crescimento económico com a preservação do meio ambiente e a identidade local).

Para Inskeep (1991) e Beni (1997, *apud* Marujo & Carvalho, 2010), o desenvolvimento sustentável concretiza-se quando se satisfazem as necessidades dos turistas e das comunidades receptoras atuais, se preserva o ambiente e cultura dos territórios e se garante a viabilidade das atividades turísticas no futuro. Ruschmann (2008)

²⁶ *Declaração de Chengdu* (2017) [disponível em www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419401, consultado em 8 de junho de 2020].

²⁷ Cf. www.unwto.org

acrescenta que a sustentabilidade passa também por turistas mais responsáveis na interação com as comunidades hospedeiras, pela sua cultura e pelo contacto com o meio ambiente dos destinos (*apud* Marujo & Carvalho, 2010).

Já Sachs (1993, *apud* Marujo & Carvalho, 2010) indica várias dimensões de sustentabilidade (cultural, ecológica, social, económica, espacial e política) como modelo de planeamento de um desenvolvimento turístico sustentável. Hawkes (2001) considera a cultura essencial para o desenvolvimento sustentável e sugere que deve ser encarada como uma dimensão isolada e constituir um dos pilares de desenvolvimento sustentável. Para o autor, a cultura é uma dimensão essencial a ter em conta no planeamento sustentável, pois representa um suporte aos demais pilares de sustentabilidade: «um quadro cultural global, a operar em paralelo com os aspetos sociais e ambientais é essencial para a consecução de um quadro económico sustentável e saudável»²⁸.

Em 2015, a UNESCO salientou a importância da cultura no desenvolvimento sustentável — «a cultura é quem nós somos e o que molda a nossa identidade. Colocar a cultura no coração das políticas de desenvolvimento é a única forma de garantir um desenvolvimento centrado no ser humano, inclusivo e equitativo»²⁹, e referiu que esta se transpõe a vários dos ODS 2030. Contudo, não é consensual a ideia da Cultura como 4.º pilar da sustentabilidade.

É evidente, para vários autores, que a sustentabilidade do desenvolvimento turístico assenta nos pilares de desenvolvimento sustentável, que se cruza com um vasto leque de setores, atores, entidades e empresas, e que a sua multidimensionalidade e interdisciplinaridade exigem um planeamento para uma boa gestão (sustentável) e efetivo desenvolvimento da prática turística. Carvalho (2009, *apud* Marujo e Carvalho, 2010) afirma que «o planeamento do turismo é uma ferramenta estruturante da política de desenvolvimento sustentável e por isso ocupa um lugar decisivo no processo de conceção e implementação de estratégias de desenvolvimento».

Conforme Martínez *et al.* (2019), a «indústria» do turismo tem grande potencial de desenvolvimento económico e social e pode gerar impactes (turísticos) positivos e

²⁸ HAWKES, J. (2001). *The Fourth Pillar of Sustainability: Culture's essential role in public planning SUMMARY* [disponível em www.culturaldevelopment.net, consultado em 17 de junho de 2020] (tradução livre).

²⁹ <https://pt.unesco.org>

negativos, classificados nos âmbitos económicos, ambientais e socioculturais. Assim, será essencial manter o equilíbrio entre os interesses sociais, económicos e ambientais, por forma a diminuir possíveis impactes negativos que condicionem a sustentabilidade turística.

Contudo, apesar dos esforços feitos pelo setor, a progressão da sustentabilidade turística apresenta ainda várias fragilidades. Enquanto a sustentabilidade na área económica pode ser mais facilmente analisada e mensurável, nas áreas ambiental, social e cultural só pode ser verificada a longo prazo, porquanto o tempo de avaliação e implementação de políticas é mais demorado do que as transformações sofridas nestes âmbitos, o que dificulta ações concretas na progressão da sustentabilidade, aliado à constante alteração dos hábitos da demanda turística e inovação constante do setor que dificultam um melhor desempenho da sustentabilidade turística (Agyeiwaah *et al.*, 2017). Agyeiwaah *et al.* (2017) referem que a falta de conhecimento e compreensão dos *stakeholders* sobre o que é a sustentabilidade e o que esta implica, tal como alterações climáticas e impactes ambientais e sociais serem ainda conceitos vagos para muitos operadores turísticos, representa uma dificuldade na tomada de decisão e na implementação de ações sustentáveis, mas também o vasto número de indicadores de sustentabilidade desenvolvidos desde a Conferência Rio-92, que complexificam a sua exequibilidade. Os autores salientam ainda que as esferas política, de gestão e tecnológica se encontram numa fase/dimensão separada das principais dimensões de sustentabilidade (económica, social, ambiental e cultural) e que, apesar de interrelacionadas, as suas ações são mais demoradas e se verificam a longo prazo, comparativamente com as transformações apresentadas pelas quatro dimensões de sustentabilidade (a curto prazo), o que pode comprometer a sua eficácia e torna a sustentabilidade num processo interminável e de constante adaptação.

1.2.1 Sustentabilidade e turismo em Portugal

Com base nos ODS 2030 é desenvolvida a Estratégia para o Turismo 2027. Para Portugal, trata-se de uma estratégia com objetivos a longo prazo e ações a curto prazo, e tem como mote «Liderar o turismo do futuro». Concentra-se essencialmente em um dos 5 P dos ODS nacionais 2030: «Pessoas».

Esta estratégia nacional foi pensada de forma a tornar Portugal num destino mais competitivo e sustentável ao nível do setor turístico. Assente nos pilares de

desenvolvimento sustentável, a sua visão assume o turismo «como *hub* para o desenvolvimento económico, social e ambiental em todo o território, posicionando Portugal como um dos destinos turísticos mais competitivos e sustentáveis do mundo»³⁰. Para isso, estabelece metas prioritárias em cinco eixos estratégicos fundamentados no alcance das seguintes metas de sustentabilidade:

Metas económicas:

- Aumentar a procura turística ao nível nacional — 80 milhões de dormidas;
- Crescer num ritmo mais acelerado nas receitas do que nas dormidas — 26 mil milhões de euros;

Metas sociais:

- Alargar a atividade turística a todo o ano — reduzir o índice de sazonalidade;
- Aumentar as habilitações da população empregada no turismo — duplicar o nível de habilitações do ensino secundário e superior no turismo;
- Assegurar que a atividade turística gera um impacto positivo nas comunidades locais — mais de 90% da comunidade local considera positivo o impacto do turismo no seu território.

Metas ambientais:

- Incrementar os níveis de eficiência energética nas empresas do turismo — mais de 90% das empresas turísticas adotam medidas de utilização eficiente energética;
- Impulsionar uma gestão racional do consumo de água — mais de 90% das empresas turísticas promovem uma utilização eficiente da água;
- Promover uma gestão eficiente dos resíduos na atividade turística nacional — mais de 90% das empresas turísticas desenvolvem ações de gestão eficiente dos resíduos³¹.

³⁰ *Estratégia Turismo 2027 — Liderar o Turismo do Futuro* (2017). Turismo de Portugal [disponível em www.turismodeportugal.pt, consultado em 16 de maio de 2019].

³¹ *Idem*.

Espera-se desta forma atingir novos patamares de sustentabilidade através de um crescimento económico coeso, aumento da competitividade internacional, desenvolvimento social e valorização territorial do país, aumento de benefícios e sua distribuição justa às comunidades, maior envolvimento dos atores nos processos de decisão através de um turismo mais participativo, melhor aproveitamento e uso inteligente dos recursos naturais, culturais e ambientais dos territórios e aposta no capital humano, com melhoria na qualificação, empregabilidade, igualdade de oportunidades e condições de trabalho ³².

De salientar que um dos principais eixos/linhas de atuação da estratégia turística nacional 2027 incide em «Potenciar o Conhecimento». O crescendo do setor turístico exige uma aposta em inovação e tecnologias de suporte ao turismo, tal como o desenvolvimento de ferramentas digitais, que

«Oferecem uma janela de oportunidades para o Turismo e contribuem para a inovação e sustentabilidade do setor, na medida em que podem auxiliar em diferentes áreas desde o planeamento de novos produtos, comunicação, distribuição e avaliação dos resultados de informação e comunicação mais avançadas.» ³³

O objetivo consiste em criar redes de parcerias e conectividade facilitadoras de trocas de experiências e conhecimento, assim como de plataformas de aproximação entre a oferta e a procura, a fim de satisfazer o consumidor cada vez mais informado e exigente que se verifica no turismo.

Esta estratégia aponta para que nos próximos 10 anos Portugal consolide as metas e consiga liderar o setor turístico através dos seguintes vetores:

- Portugal, destino sustentável;
- Portugal, território coeso;
- Portugal, destino inovador e competitivo;
- Portugal, destino em que o trabalho é valorizado;
- Portugal, destino para visitar, mas também para investir, viver e estudar;
- Portugal, país inclusivo, aberto e ligado ao mundo;

³² *Idem.*

³³ RAFAEL, C. (2019). *Manual de Boas Práticas e Sustentabilidade no Turismo*. Oeste Portugal Tourism Startup Program. pp. 76-81

— Portugal, *hub* internacional especializado para o turismo.

Para atingir a projeção planeada, a elaboração desta estratégia levou à criação de três ativos estratégicos — ativos diferenciadores, ativos qualificadores e ativos emergentes — com base num único ativo transversal, «Pessoas».

Ativos diferenciadores são «atributos-âncora» da oferta turística nacional e podem agrupar-se da seguinte forma:

- Endógenos: refletem características intrínsecas e distintivas do destino/território que possuem reconhecimento turístico internacional e/ou elevado potencial de desenvolvimento no futuro;
- Não transacionáveis: são parte de um destino/território concreto, não transferível para outro local e não imitáveis;
- Geradores de fluxos: estimulam a procura.

Seguem-se os ativos diferenciadores nacionais:

- Clima e luz;
- História, cultura e identidade;
- Mar;
- Natureza;
- Água.

Quanto aos ativos qualificadores, são aqueles que enriquecem a experiência turística e/ou acrescentam valor à oferta dos territórios, alavancados pelos ativos diferenciadores do destino. Salientam-se:

- Gastronomia e vinhos;
- Eventos artístico-culturais, desportivos e de negócio.

Por fim, os ativos emergentes são os que começam a ser reconhecidos internacionalmente e que apresentam elevado potencial de crescimento, podendo no futuro gerar movimentos de elevado valor acrescentado e potenciar o efeito multiplicador do turismo na economia. Destacam-se:

- Bem-estar;

1.3 Planeamento sustentável de destinos turísticos

O destino turístico é o local geográfico de visita que dispõe de um conjunto de recursos turísticos, equipamentos, infraestruturas, acessibilidades, cultura e hospitalidade (Filho *et al.*, 2019) a fim de satisfazer as necessidades dos visitantes. O seu desenvolvimento deve envolver e gerar benefícios às comunidades residentes através da cooperação entre *stakeholders* e a comunidade, considerando a sustentabilidade local (Nomm *et al.*, 2020).

O turismo revela-se como elemento de dinamização económica em vários países, sendo muitas vezes o principal motor de desenvolvimento económico, o que acarreta transformações sociais, culturais e ambientais nos territórios ou destinos turísticos. O desenvolvimento sustentável do turismo, conforme observado anteriormente, é multifacetado, transversal a vários setores e *stakeholders*, pelo que deve ser visto de forma holística e sistémica, e o bom planeamento e gestão dos seus componentes são essenciais para um desenvolvimento turístico de sucesso.

Um planeamento turístico eficaz permite maximizar benefícios provenientes do turismo e promover a economia e uma melhor utilização/gestão dos recursos. Pode ainda auxiliar as comunidades hospedeiras a lidar com consequências negativas do setor, como impactes ambientais e na comunidade (Rahmafritria *et al.*, 2020).

Segundo Rahmafritria *et al.* (2020), o crescimento e as novas dinâmicas da cidade em inícios do século XX levaram a que o planeamento espacial urbano seja visto como necessário. Até meados do referido século, assistiu-se a uma abordagem racional no planeamento, estritamente económica e física (geográfica), posteriormente politizada, desconsiderando fatores sociais e culturais associados ao espaço. A partir dos anos 60 do século XX, o planeamento passou a apresentar cariz facilitador, de negociação, não coercivo, que permite gerir para o futuro através do envolvimento dos elementos sociais e políticos interessados, num processo de planeamento colaborativo.

Esta última abordagem foi propulsora de uma abordagem participativa no planeamento com realce para uma maior comunicação, transparência e participação do público/comunidade. O principal objetivo era envolver a comunidade no processo de

³⁴ *Estratégia Turismo 2027 — Liderar o Turismo do Futuro* (2017), ob. cit.

planeamento, acolher ideias, necessidades e interesses de todas as partes interessadas no desenvolvimento, através de programas participativos. A integração social no planeamento representou uma mudança e democratização na natureza do planeamento, em que este «dá voz» à comunidade — em vez de se planear para pessoas, é planeado por pessoas, e valoriza-se o acesso a infraestruturas e a integração de comunidades marginalizadas.

Nos anos 90, e principalmente após a Conferência Rio-92, surgiu uma abordagem sustentável no planeamento. Após o Relatório de Brundtland, preocupações ao nível ambiental, consumo de recursos e pobreza direcionaram para a importância de um planeamento sustentável, que contrastava com o incentivo à produção e ao consumo movidos pela Revolução Industrial vivido nas décadas anteriores. As preocupações com a sustentabilidade tornaram-se numa base para o desenvolvimento de políticas de planeamento que visam implementar melhores práticas de sustentabilidade, perceptíveis até aos dias de hoje, por exemplo, com a incorporação das alterações climáticas no processo de planeamento.

O planeamento turístico viria a ter destaque a partir dos anos 80 do século XX. Em crescendo desde os anos 60, o turismo desenvolvia-se essencialmente em locais periféricos, costeiros ou recônditos, e de acordo com segundo Murphy (1983), afastava o turismo das necessidades centrais do planeamento, sendo uma atividade essencialmente económica desenvolvida por privados (Rahmafritria *et al.*, 2020).

Com o aumento da procura turística desde os anos 60 e o estabelecimento de um turismo de massas, o turismo passou a estar orientado para um *marketing* de procura turística. Foi nesta mesma fase que se verificou uma parceria entre os setores público e privado e o turismo se destacou como motor de desenvolvimento económico dos territórios, passando a integrar políticas de desenvolvimento.

O rápido crescimento do turismo e o impacto proveniente deste, principalmente nas cidades, suscitou a necessidade de planeamento, sobretudo em relação à capacidade de carga dos destinos. O modelo TALC (Tourism Area Life Cycle), proposto por Butler (1980), permite verificar o ciclo de vida do destino, ou o ponto de desenvolvimento de determinado destino, caracterizar a sua evolução (em seis fases: exploração, envolvimento, desenvolvimento, consolidação, estagnação, e declínio ou

rejuvenescimento) e elaborar um planeamento estratégico para o seu desenvolvimento (Coelho & Lourenço, 2015). Este modelo avalia a capacidade de absorção do destino, ou número limite desejável de turistas, os níveis pretendidos ou aceitáveis de desenvolvimento, níveis de utilização e o impacto social e físico do comportamento turístico nos destinos (Rahmafritria *et al.*, 2020). Ademais, avalia o destino nos âmbitos ambiental, económico e sociocultural e verificou que, quando a curva do turismo aumenta de forma significativa, começam a surgir problemas associados a sobrelotação e recursos do território (Coelho & Lourenço, 2015; Rahmafritria *et al.*, 2020).

Os impactes sentidos pelo turismo são o ponto gatilho para uma abordagem sustentável no turismo. A busca por formas de utilizar os recursos naturais, ou com potencial turístico, considerar o bem-estar comunitário, ambiental, e gerir conflitos de interesses económicos, sociais e ambientais tem sido um dos principais objetivos do turismo desde os anos 80 até à atualidade, o que coloca o planeamento no auge das necessidades da sustentabilidade turística. Todavia, as estratégias de planeamento apresentam não raras vezes fragilidades, principalmente pelo número de indicadores necessários, ou pelo excesso destes, por vezes difíceis de concretizar, assim como devido às céleres mudanças verificadas no setor, seja pela demanda ou pelo avanço da inovação e tecnologia que dificultam a adaptação e monitorização do sistema turístico.

A partir dos anos 90, a abordagem de sustentabilidade ganhou uma nova forma ao integrar o envolvimento e a participação comunitária no planeamento turístico. A abordagem participativa incentiva ao envolvimento comunitário e das partes interessadas. Esta participação notória com a proliferação da Agenda 21 Local (AL21), ferramenta de planeamento do território ao nível local que incentiva à participação ativa da população, é vista como enriquecedora na partilha de conhecimento e experiência comunitária para o processo de planeamento, descentraliza o poder de decisão e fomenta e sensibiliza para a responsabilização de todas as partes numa direção sustentável.

O planeamento turístico passa a ter o objetivo de aprovisionar facilidades e serviços que satisfaçam turistas e residentes. Através de estratégias de desenvolvimento sustentáveis concretizadas nas fases do processo de planeamento e gestão dos recursos dos destinos, ou das suas vantagens comparativas (avaliação de indicadores, objetivos, ações e monitorização), de forma a verificar as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças à realização do plano e a encontrar soluções flexíveis às transformações manifestas.

Xavier *et al.* (2019) salientam a importância de indicadores no processo de implementação do plano local de desenvolvimento sustentável (LPSD/Agenda 21 Local) que sejam facilitadores na tomada de decisão por parte das comunidades e eficazes na execução de medidas sustentáveis em destinos turísticos. Através de uma abordagem de Aprendizagem Social (SL — *social learning*) no processo AL21, os autores observaram que o âmbito da SL promove mudanças no conhecimento que implicam a adoção de novas informações (conhecimentos declarativos), novas práticas (conhecimentos processuais) e compreensão da eficácia de uma ação para um objetivo definido (conhecimento eficaz). A SL incentiva à qualificação social e valorização do capital social, importantes para a implementação e continuidade dos objetivos propostos pela AL21, e contribui ainda para a monitorização e avaliação destes. Ademais, possibilita a transformação das perceções sociais que favorecem a concretização de objetivos sustentáveis nos âmbitos social, ambiental e cultural, favorecendo a sustentabilidade.

Lee e Jan (2018) referem que a perceção dos residentes, com base na Teoria da Troca de Experiências ³⁵ (SET — Social Exchange Theory), é essencial para o apoio ao desenvolvimento do turismo de base comunitária (CBT — Community-based Tourism), ou seja, engajado nas perceções positivas ou negativas das comunidades provenientes do envolvimento turístico. Quanto maior a perceção dos benefícios provenientes do turismo, maior o apoio comunitário ao seu desenvolvimento. Lee e Jan (2018) acrescentam: «*residents with positive perceptions will become major stakeholders in tourism planning and management.*»

Em suma, o planeamento estratégico do turismo requer uma visão conjunta dos *stakeholders* de um destino turístico para o desenvolvimento sustentado a longo prazo desse destino, a fim de atingir objetivos pretendidos. Para que esses objetivos se concretizem, traçam-se linhas estratégicas ou domínios de ação assentes em objetivos quantitativos acompanhados de projetos de realização (gestão). Um dos aspetos consiste em valorizar a qualidade em detrimento da quantidade; pode até o planeamento servir para transformar culturas de quantidade para qualidade (Henriques, 2003).

O planeamento turístico vai além do uso e ordenamento do território e dos seus recursos, e situa-se cada vez mais num planeamento espacial integrado, com necessidade

³⁵ Tradução livre.

de avaliação de impactos e integração das alterações climáticas e biodiversidade no processo de desenvolvimento. Pretende-se também incluí-lo num sistema intersectorial, por exemplo, por meio de uma economia circular com o aumento do ciclo de vida dos seus produtos ou serviços e da implementação de políticas de preservação, conservação, restauro, entre outras, dos recursos utilizados no seu desenvolvimento. Da adequada execução de um planeamento turístico resultarão vantagens competitivas face a outros destinos.

Contudo, o planeamento turístico deverá considerar as comunidades hospedeiras e o envolvimento da comunidade local nas atividades turísticas, já que as interações turísticas se realizam diretamente entre locais e turistas e são os locais a providenciar experiências memoráveis (Lee e Jan, 2018). Da mesma forma, a envolvimento e percepção dos locais de benefícios provenientes do turismo (qualidade de vida e satisfação com o turismo) são indicadores, referidos por vários autores, de suporte ao desenvolvimento sustentável do turismo (Woo, Kim e Uysal, 2015; Lee e Jan, 2018).

1.4 Desenvolvimento sustentável e turismo de base comunitária

«The traveler is preferred to the tourist, the individual to the group, specialist operators rather than large firms, indigenous accommodation to multinational hotel chains, small not large — essentially good versus bad... Perhaps the true situation is best expressed as the good guise versus the bad guys...»³⁶

O modelo de turismo de base comunitária (CBT) teve início nos anos 70 do século XX em alternativa ao turismo de massas, assemelhando-se ao ecoturismo, e assume o desenvolvimento económico pela via da preservação e conservação ambientais e socioculturais (Goodwin e Santilli, 2009). Baseado numa abordagem de desenvolvimento horizontal (equidade/igualitário), em vez de vertical («de cima para baixo»), o modelo de turismo de base comunitária coloca os residentes como principais participantes/decisores do desenvolvimento turístico, e beneficiários de receitas provenientes da atividade turística.

³⁶ WHEELER B. (1992). «Is progressive tourism appropriate?», in *Tourism Management*. 13. 104-105 [disponível em [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(92\)90042-6](https://doi.org/10.1016/0261-5177(92)90042-6), consultado em 6 de outubro de 2020].

Pode definir-se o CBT como um modelo de turismo alternativo com uma abordagem emancipatória (participação ativa) das comunidades, em que esta desempenha um papel decisor e consciente (de aprendizagem) na gestão e desenvolvimento das atividades turísticas. O CBT prevê o equilíbrio e a qualidade na exploração dos recursos locais e do desenvolvimento económico através da preservação ambiental, social e cultural que ofereça benefícios mais abrangentes à comunidade e quebre com desigualdades, por forma a satisfazer as necessidades dos residentes e simultaneamente promover a sustentabilidade ambiental, social e cultural.

Segundo a literatura, podemos assumir que o turismo de base comunitária aprimora a economia dos territórios, principalmente de pequenas comunidades (por exemplo, rurais, piscatórias, ilhas/isoladas), através do desenvolvimento de facilidades que beneficiam a qualidade de vida dos residentes e respeitam a cultura local (Lee e Jan, 2018). Permite ainda a integração social das comunidades no controlo e gestão dos recursos e promoção do seu desenvolvimento sustentável através da prática turística.

O modelo de turismo de base comunitária surge em resposta a um novo perfil de turista que contrasta com o turismo de massas e busca obter conhecimentos através de experiências turísticas participativas e autênticas, e encontra como principal atração a ligação com as tradições, cultura e identidade (Chiappaa *et al.*, 2018). Estas vivências são marcadas pela interação com os recursos locais, em que o segmento do turismo cultural — já referido como segmento alternativo do turismo no qual a cultura contribui para o desenvolvimento económico e sustentabilidade dos locais — se apresenta como experiência transmissora de valores culturais, naturais e simbólicos que possibilitam ao turista apropriar-se da autenticidade objetiva (Wang, 1999) dos lugares.

O CBT é reconhecido por reavivar tradições culturais/identitárias e por aumentar o conhecimento através da aprendizagem e envolvimento nas atividades turísticas. A envolvimento da comunidade é geradora de maior consciência ambiental, cultural e social que permite a concretização de experiências autênticas e memoráveis, promotoras da sustentabilidade. O envolvimento comunitário nas atividades turísticas proporciona maior percepção dos benefícios provenientes do turismo e, conseqüentemente, de apoio ao seu desenvolvimento. Conforme Chiappaa *et al.* (2018), o turismo de base comunitária é fundamental para uma melhor distribuição dos benefícios provenientes do turismo, aumenta o reconhecimento/percepção do valor patrimonial dos lugares por parte dos locais,

evita a perda de identidade e valores simbólicos das comunidades, e influencia as atitudes dos residentes ante o turismo, pelo que a integração das comunidades na elaboração de políticas de planeamento e gestão de desenvolvimento turístico é importante no processo de tomada de decisão.

Segundo vários autores (Tan, Kung e Luh, 2013; Zenker, Braun e Petersen, 2016; Lee e Jan, 2018; Chiappaa *et al.*, 2018), os residentes apresentam dupla importância no desenvolvimento turístico, pois são os principais intervenientes na relação hóspede-anfitrião e na cocriação de experiências turísticas memoráveis (MTE) e influenciam percepções positivas ou negativas da experiência turística no turista. Por outro lado, são as comunidades residentes que são afetadas pelos impactos (positivos/negativos) do turismo, e a sua percepção (positiva/negativa) destes exerce influência no seu envolvimento e compromisso com o destino, importantes para o desenvolvimento do turismo (SET).

A comunidade pode funcionar como embaixadora do lugar/destino (Palmer, 2013 *apud* Zenker, Braun e Petersen, 2016). É, portanto, fundamental empoderar a comunidade e «escutar» as suas necessidades e desejos a fim de facilitar o envolvimento e sentimento de identificação e pertença ao lugar e imagem do destino, e garantir a satisfação comunitária essencial para o apoio ao desenvolvimento turístico.

O recurso à cultura e identidade, além de trazer benefícios económicos, dá notoriedade aos atores da comunidade, que encontram espaço para expressão/*performance* da sua identidade pela prática/produto turístico, tornando-os mais conscientes do valor do seu património através de uma aprendizagem não formal reflexiva entre turistas e residentes. Simultaneamente, permite ao turismo ser agente de preservação e conservação da cultura e promotor da sustentabilidade dos lugares.

De igual modo, a inserção da identidade local na imagem de destino é facilitadora na identificação, envolvimento e compromisso dos residentes com o destino. Sousa e Vasconcelos (2018) referem que uma imagem de destino engajada em experiências turísticas de base identitária promove comportamentos positivos por parte dos residentes em relação ao turismo, da mesma forma que influencia comportamentos benéficos, percepção de valor e avaliações positivas por parte dos turistas para com o destino.

Neste sentido, as percepções de residentes e turistas são intensificadas pelos atributos culturais e identitários por meio de experiências turísticas memoráveis, e favorecem as vantagens competitivas dos destinos. Na literatura, verifica-se uma relação entre experiências turísticas memoráveis, o fortalecimento da ligação dos turistas ao destino e uma maior probabilidade de retorno/fidelização do turista. Face ao exposto, é vital para a sustentabilidade do turismo integrar as comunidades no planeamento e na elaboração de políticas de gestão turística.

A implementação do CBT é influenciada por fatores internos (por exemplo, percepção dos residentes dos impactes do turismo, envolvimento comunitário com o turismo e o planeamento turístico, valores e ética, o grau de contacto com turistas, escolaridade, idade, género, etc.) e externos (por exemplo, estágio de desenvolvimento do destino, sazonalidade, perfil de turista, etc.) (Chiappaa *et al.*, 2018). Estes indicadores podem influenciar um maior ou menor grau de envolvimento/participação comunitária com o turismo.

No processo de tomada de decisão, podem surgir conflitos pelo uso do solo, como o receio de efeitos negativos devido ao crescimento da procura turística, da transformação de áreas naturais e costeiras em edifícios hoteleiros ou urbanizações ou pela percepção de desvantagens sociais, culturais e emocionais (Hjalager, 2020) por parte dos grupos interessados.

Outros fatores que revelam dificuldades no envolvimento comunitário e tomada de decisão traduzem falta de conhecimento dos *stakeholders* sobre conceitos do mercado turístico, de gestão e de sustentabilidade, ou seja, o conhecimento e a capacidade para avaliar criticamente os problemas e para definir e sugerir soluções e as competências técnicas necessárias à gestão para empoderamento do empreendedorismo local, da sua capacidade de construção comunitária (Imbaya *et al.*, 2019).

CAPÍTULO II — ESTUDO DE CASO

2.1 Caso de estudo da vila de Ferrel (Peniche, Portugal)

Ferrel é uma vila e freguesia do concelho de Peniche, tem uma área de 13,79 km² e 2649 habitantes, segundo informação disponível no *site* da Junta de Freguesia de Ferrel. Confina a norte e a oeste com o oceano Atlântico e a sudoeste com a freguesia de Peniche, a sul com a freguesia de Atouguia da Baleia e a este/nordeste com Óbidos e sudeste com a freguesia de Serra d'El-Rei (Figura 1).



Figura 1: Planta de enquadramento geográfico e administrativo do concelho de Peniche, freguesia de Ferrel. Fonte: Plano Municipal de Defesa da Floresta Contra Incêndios de Peniche.

Ainda hoje não se sabe como surgiu o nome «Ferrel» — a tradição oral remete para um barco de piratas naufragado na costa norte de Ferrel, na praia da Almagreira, tendo a sua tripulação decidido «aqui ferremos», ou «situemo-nos aqui». «Ferrel» virá do ferro da âncora ou de «ferrar o ferro», ou ainda da lenda existente de um grupo de piratas saqueadores. Sendo o principal porto na Atouguia, situados no Baleal, os piratas faziam

fogueiras a simular faróis, levando os barcos a dirigir-se para o Baleal, onde eram roubados, vindo o nome Ferrel da gíria «ferrar» ou deixar em situação desfavorável ³⁷. Segundo Calado (1991), terá sido no Baleal que um grupo de mareantes terá decidido «lançar o ferro».

Outra hipótese provém também de um naufrágio nas imediações de Ferrel de um barco proveniente de uma localidade espanhola de nome Ferrol. A sua tripulação terá procurado auxílio nas imediações, estabelecendo-se em Ferrel. Do nome do seu local de origem, Ferrol, dá-se uma transformação fonética do topónimo, que terá com o tempo passado a Ferrel ³⁸.

No âmbito histórico e arqueológico, Ferrel possui indícios de que as primeiras povoações se tenham estabelecido na zona do Baleal «pelos vários alicerces postos ali a descoberto [...] Ossos de animais pré-históricos [...] e materiais de cerâmica da Idade do Bronze» ³⁹, assim como vestígios de materiais líticos e aglomerado conquífero pré-histórico, possivelmente do Neolítico, eventualmente associado a atividades marítimas aí desenvolvidas ⁴⁰.

Outras duas povoações terão surgido no lugar de Ferrel aquando da entrega da Herdade de Atouguia, território entre Óbidos e Lourinhã, a Guilherme de Corni, em 1147, pela ajuda prestada ao rei D. Afonso Henriques na conquista de Lisboa. Ficou Guilherme de Corni responsável pela defesa e desenvolvimento deste território que ficou (re)conhecido pelo foral dos francos. Os francos estavam também divididos pela sua origem e crenças religiosas em francos gálicos e francos setentrionais ⁴¹. «A Atouguia teve dois forais simultâneos, um para os francos ou franceses setentrionais (*franci*), outro para os meridionais (*galeci*).» ⁴² Julga-se que estas povoações se terão dirigido mais para norte da Atouguia e se terão fixado no território que hoje é conhecido por Ferrel.

Segundo Fernando Engenheiro, o primeiro registo de povoação em Ferrel data de um censo demográfico de 1527 que indicou no local a presença de 10 pessoas, entre

³⁷ HERMÍNIO, R. (2018). Ser Ferrel, 1º ed., pp. 9 – 104.

³⁸ JORGE, J. S. (2019). *Ferrel através dos tempos*, 1º ed., pp. 25, 29 e 30.

³⁹ CALADO, M. (1991). *Peniche na História e na Lenda*, 4.ª ed., pp. 255 e 256.

⁴⁰ Cf. RENDEIRO, L. (2018). Fortim do Baleal 1 (Peniche, Portugal) — A caminho de um concheiro. *Scientia Antiquitatis*, nº2.

⁴¹ Cf. HERMÍNIO, R. (2018). ob. Cit.

⁴² HERMÍNIO, R. (2018). ob. Cit.

adultos e crianças ⁴³. As três povoações referidas habitaram e transformaram este território e, pela tradição oral, terão dado origem às três «tribos» — Ursos, Macacos e Leões, ainda hoje assim chamadas em Ferrel. O território estaria dividido em três zonas distintas e cada povoação teria características e atividades económicas próprias — os Ursos eram conhecidos por mercadores (almocreves), os Macacos e os Leões pelas atividades agrícolas ⁴⁴ (Figura 2).

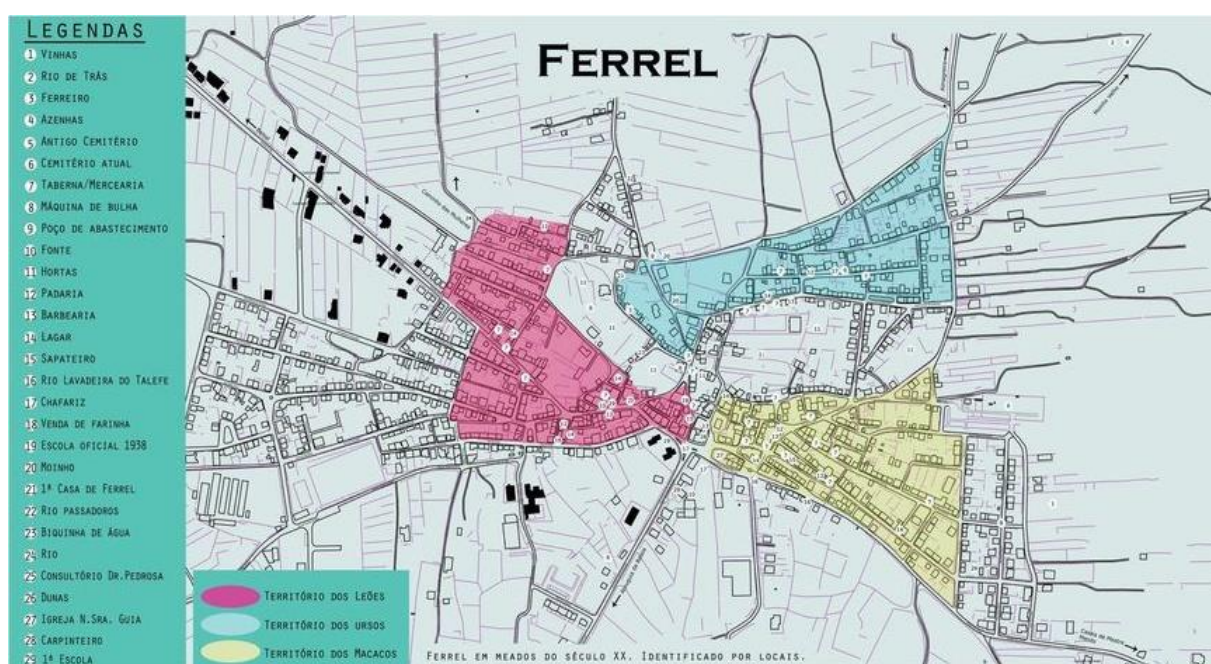


Figura 2: Divisão territorial de Ferrel em meados do século XX.
Fonte: Hermínio, R. (2018).

Relativamente ao desenvolvimento socioeconómico, de forma sucinta, a agricultura foi a atividade económica dominante na freguesia de Ferrel até aos anos 90, década em que o turismo começou a ganhar terreno e a agricultura entrou em declínio. A pesca teve maior expressão nos anos 60 e 70 com a apanha do limo, atividade que permitiu maiores benefícios financeiros à comunidade e foi coincidente com o aumento da construção civil. O turismo é atualmente uma das atividades económicas dominantes da freguesia.

No que concerne à cultura e identidade locais, identificamos: as tribos (divisão social da vila em três áreas distintas denominadas Ursos, Macacos e Leões, com diferentes maneiras de ser, atividades económicas e até com dialeto próprio); folclore (trajos,

⁴³ HERMÍNIO, R. (2018). ob. Cit.

⁴⁴ Cf. *Idem, ibidem*.

cantares, danças, música, património material ligado às atividades económicas tradicionais); o burro (todas as atividades económicas e socioculturais desenvolvidas com o burro, desde a agricultura à tradição da «Corrida de Burros»); a casa (a arquitetura tradicional local associada às atividades quotidianas e económicas, e à organização/estrutura familiar e de relações de género, mas também ao desenvolvimento da construção civil relacionado com atividades piscatórias de apanha do limo nos anos 60 e 70); a Ilha do Baleal (distingue-se o lugar do Baleal de Ferrel — apesar de pertencer à freguesia de Ferrel, tem uma vivência e história/estória diferentes das da povoação de Ferrel, centradas nas atividades ligadas ao mar como a pesca, e ao surgimento do turismo no local, sendo lugar de excelência de veraneantes com o primeiro espaço hoteleiro construído em 1917); a central nuclear (o principal marco histórico do local, pela luta contra a construção de uma central nuclear em 1976); o turismo (com inícios na década de 20, a sua evolução foi mais notória a partir dos anos 90 até à atualidade devido aos desportos náuticos, como o *surf*); e, por fim, as festividades (tradições festivas da terra, em que a Festa em Honra a Nossa Senhora da Guia, padroeira local, localmente conhecida por Festa de Ferrel, é o evento anual mais marcante da freguesia) ⁴⁵.

As principais características de interesse natural e patrimonial de Ferrel são: o mar que banha um areal com cerca de 7 km e apresenta uma paisagem diversa interessante (desde a Praia da Almagreira, situada a norte da freguesia, à Praia Baleal Sul), a zona peninsular composta pela Ilha do Baleal, Ilha das Pombas e Ilhéu de Fora, um dos locais do concelho mais atrativos do ponto de vista turístico, com um pequeno porto de pesca; a Ermida de Santo Estêvão (possivelmente data do século XVI), sítio de interesse arqueológico com indícios de presença pré-histórica; e o Fortim do Baleal, que integra o conjunto de fortificações de defesa militar estratégica do concelho [articulado com a Fortaleza de São Francisco e a frente abaluartada da Praça de Peniche (Fortaleza de Peniche, em Peniche), atual Museu Nacional da Liberdade e Resistência; o Forte de São João Baptista, situado no Arquipélago das Berlengas, Reserva Mundial da Biosfera da UNESCO; e o Forte de Nossa Senhora da Consolação, na freguesia de Atouguia da Baleia] (Figura 3), e a Capela de Nossa Senhora da Guia, datada de 1680.

⁴⁵ *Idem, ibidem.*



Figura 3: Conjunto de fortificações do concelho e praias da Freguesia de Ferrel. Fonte: Google Earth. Fonte: Elaboração própria.

Ferrel, além das áreas urbanizadas, tem ainda vastas áreas agrícolas e pinhal (Pinhal da Câmara, com parque de merendas — Figura 4), potenciais recursos para desenvolvimento de atividades turísticas.



Figura 4: Pinhal de Ferrel (Pinhal da Câmara). Fonte: Google Earth. Fonte: Elaboração própria.

2.1.1 Enquadramento territorial

Ferrel pertence ao concelho de Peniche, localizado no centro de Portugal Continental (NUTS II — Figura 5), nomeadamente no sul do distrito de Leiria. Pertence

à sub-região Oeste da região Centro, circunscrita à NUTS III ⁴⁶, território do Oeste e Vale do Tejo (NUTS II — Figura 5).

Está localizado no corredor/eixo turístico do litoral entre as áreas metropolitanas de Lisboa e do Porto, um posicionamento central vantajoso, principalmente pela sua proximidade de Lisboa, que contribui para o seu potencial turístico. A cidade de Peniche «assenta sobre uma península com cerca de 10 km de perímetro, constituindo o seu extremo ocidental o Cabo Carvoeiro. A costa é formada por imponentes rochedos e por magníficas praias de banhos, de grande extensão» ⁴⁷. O concelho é caracterizado por aglomerados urbanos de maior concentração demográfica (núcleo urbano da cidade de Peniche) e por núcleos urbano-rurais de menor densidade (Atouguia da Baleia, Ferrel e Serra d’El Rei), e regista quatro freguesias: Atouguia da Baleia, Ferrel, Peniche e Serra d’El-Rei ⁴⁸. Enquanto concelho, Peniche confina a nordeste com o concelho de Óbidos, a sul com o concelho da Lourinhã e a oeste e norte é banhado pelo oceano Atlântico.

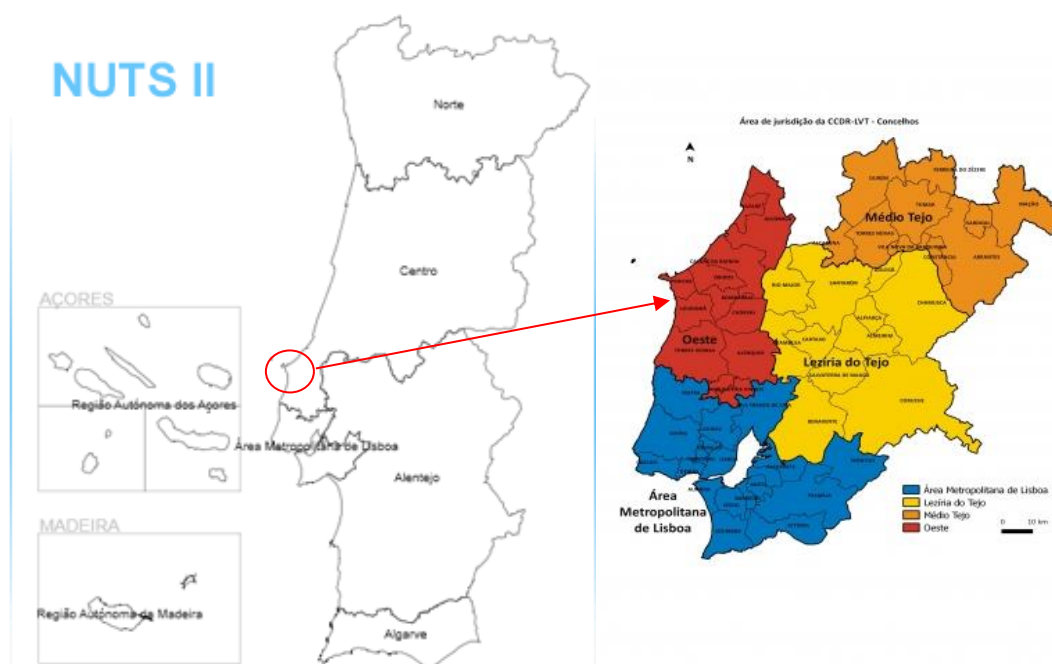


Figura 5: Região Centro e Território do Oeste e Vale do Tejo. Fonte: PORDATA e CCDR LVT.

⁴⁶ Cf. PORDATA.pt [consultado em 4 de setembro de 2020].

⁴⁷ www.cm-peniche.pt [consultado em 1 de dezembro de 2018].

⁴⁸ PINTO, J. (2018) [disponível em <https://eg.uc.pt/>, consultado em 4 de setembro de 2020].

A Magna Carta do Desenvolvimento Futuro de Peniche 2025 (CMP, 2009, instrumento estratégico do município, adiante mencionada como «Magna Carta de Peniche», revela como mais-valia a importância da sua localização no território nacional e internacional, favorecido, conforme a Figura 6, pelo seguinte:

«Novo troço (IP 6) que liga a A8 a Peniche (e à capital de Distrito e concelhos vizinhos), induz uma melhoria da mobilidade e da integração territorial não apenas em termos da proximidade geográfica à Área Metropolitana de Lisboa (AML), mas também na perspetiva da atração de fluxos de visitantes e de investimentos, facilitados pela lógica de corredor viário com Espanha e a Europa (IP 6 -> A23).»

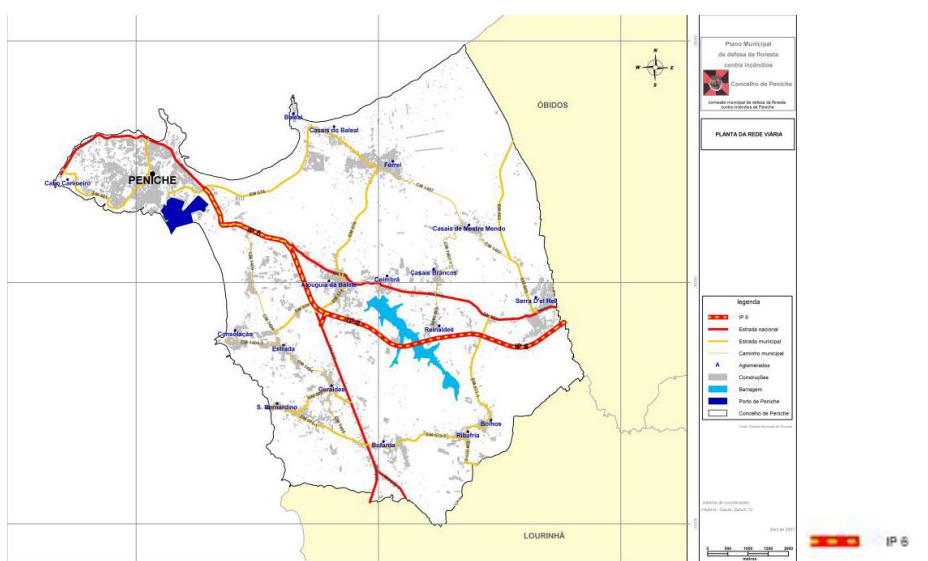


Figura 6: Rede viária. Fonte: Plano Municipal de Defesa da Floresta Contra Incêndios de Peniche.

A rede viária de Ferrel é composta pela estrada municipal que liga Ferrel a Peniche, interligando-se com o troço IP6, pelo caminho municipal em conexão com Casais de Mestre Mendo, e pela estrada municipal em direção à Serra d’El-Rei, com interseção ao IP6, e outro troço municipal em direção à Atouguia da Baleia.

2.1.2 Caracterização biofísica

Peniche caracteriza-se por uma geomorfologia insular e peninsular e a sua geologia integra a Orla Meso-Cenozoica Ocidental de Portugal, aflorando unidades atribuídas desde o Quaternário Moderno até ao Jurássico Inferior ⁴⁹. A geomorfologia do

⁴⁹ Plano Municipal de Defesa da Floresta Contra Incêndios de Peniche (2007).

concelho é caracterizada por zonas mais elevadas compostas por calcários compactos do Jurássico Superior, e as depressões margas e calcários datam do Jurássico Inferior. Areias, margas, arenitos e argilas são também compostos geológicos visíveis no território conforme a Figura 7. No sítio do Baleal (freguesia de Ferrel), «aflore um complexo, igualmente jurássico, de arenitos argilosos com intercalações de argilas e margas [...] calcários margosos e calcários compactos». O sistema dunar e de areias revela uma formação mais recente da geomorfologia local. A morfologia de Peniche assenta em baixas altitudes, com declives moderados entre os 5° e os 30°, poucas oscilações de relevo e altitude, sendo o planalto das Cesaredas um dos locais que apresentam os valores hipsométricos mais elevados do concelho (Pinto, J., 2018).

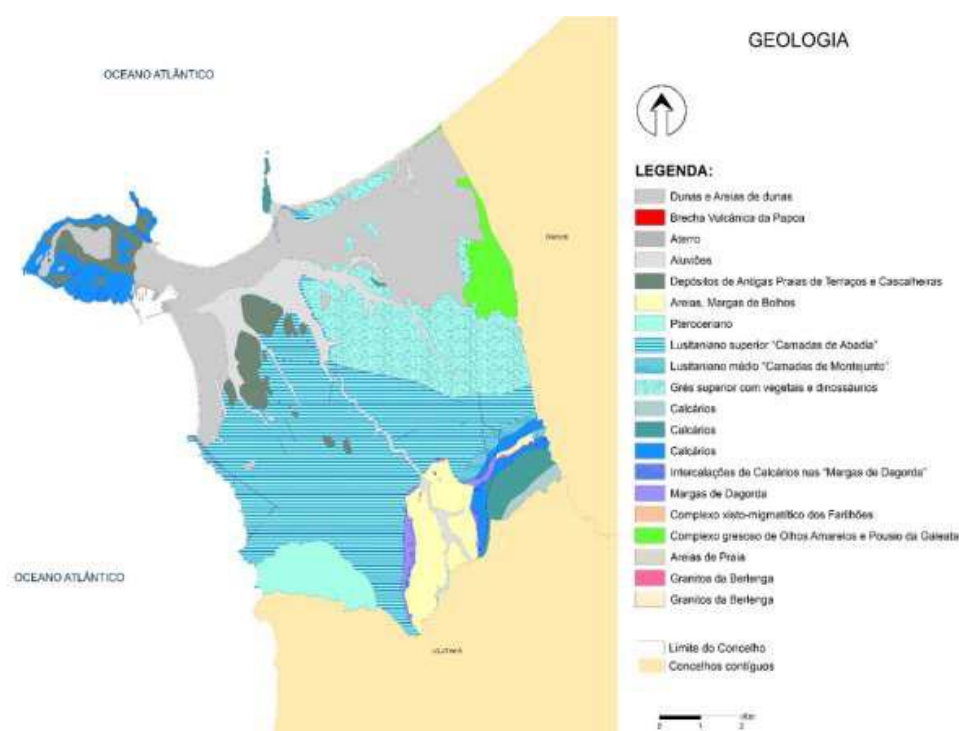


Figura 7: Carta geológica do concelho de Peniche. Fonte: Pinto, J. (2018).

Analisando a planta hipsométrica, podemos verificar duas «manchas» distintas do concelho com altitudes superiores aos 90 metros. Nestas duas localizações, correspondentes às zonas de Bufarda, situada a sul do concelho, e à zona do planalto das Cesaredas, na parte sudeste, os valores são superiores aos 90 metros de altitude, atingindo mais de 150 metros de altitude⁵⁰ (Figura 8).

⁵⁰ *Idem.*

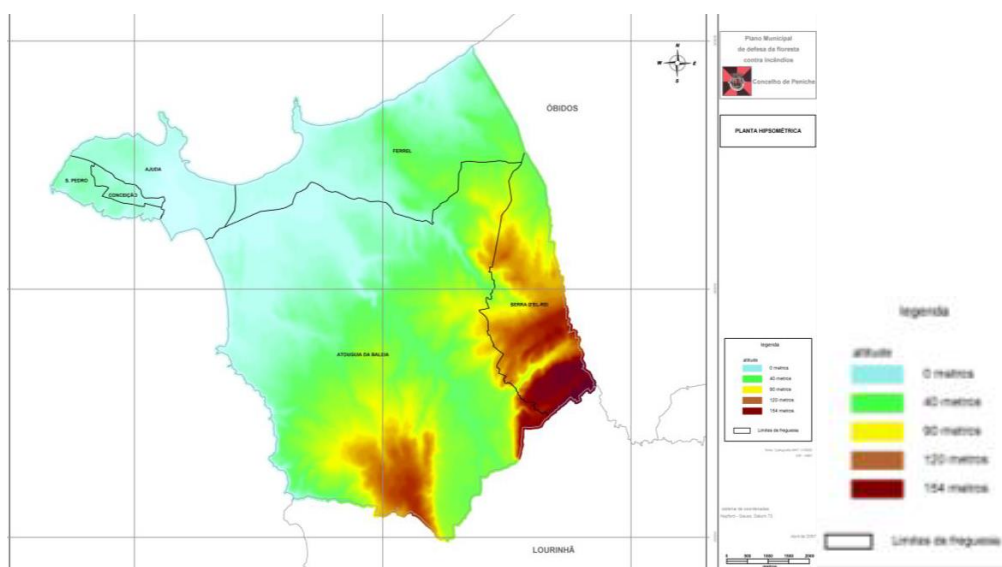


Figura 8: Planta Hipsométrica. Fonte: Plano Municipal de Defesa da Floresta Contra Incêndios de Peniche.

A rede hidrográfica do concelho de Peniche (Figura 9) enquadra-se na região Hidrográfica das Ribeiras do Oeste, que confina com a região hidrográfica do Tejo a este, e com a bacia hidrográfica do Lis a norte e nordeste ⁵¹. A rede hidrográfica do concelho de Peniche revela um território praticamente coberto pela parte baixa da bacia do Rio de S. Domingos, onde se inclui também o seu afluente Rio de Ferrel. A principal bacia hidrográfica no município de Peniche é a albufeira de São Domingos, uma albufeira protegida que se estende ao longo de cerca de 4 km e inunda uma superfície de 95,57 ha e se desenvolve sobre formações jurássicas. Destaca-se a Barragem de S. Domingos pela sua dimensão e importância em termos de abastecimento de água no concelho, que tem ligação com a Ribeira de Carnide ⁵².

⁵¹ *Plano das Bacias Hidrográficas das Ribeiras do Oeste — Relatório Ambiental (2011).*

⁵² Cf. www.ccdr-lvt.pt e Plano Municipal de Defesa da Floresta Contra Incêndios de Peniche.

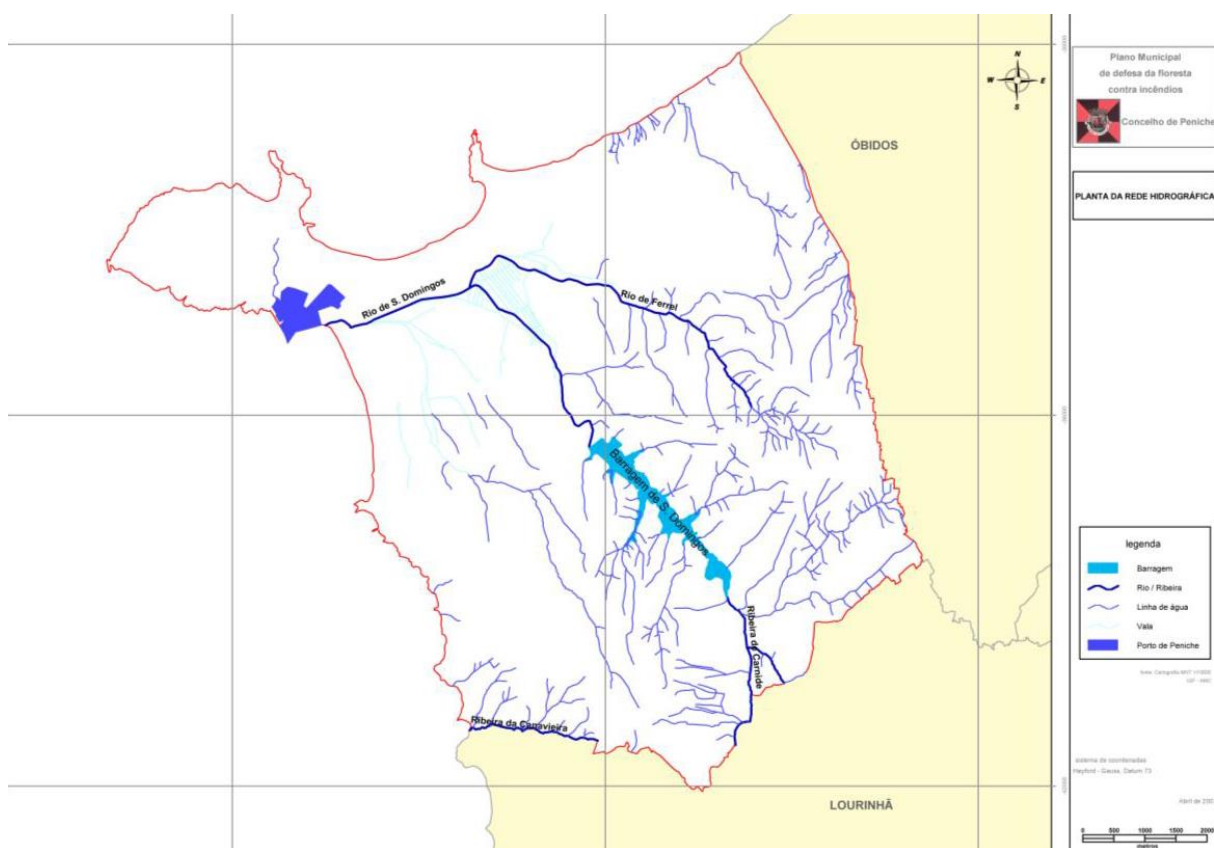


Figura 9: Planta da rede Hidrográfica. Fonte: Plano Municipal de Defesa da Floresta Contra Incêndios de Peniche.

Peniche apresenta um clima mediterrâneo, de quente a temperado, com variações pouco acentuadas de temperatura ao longo do ano (7,5 °C), com períodos amenos durante a época estival e húmidos e pouco rigorosos na estação do inverno, dada a presença do oceano Atlântico (Tabela 1). Regista invernos mais chuvosos, comparativamente com outras estações do ano, e tem uma pluviosidade média anual de 634 mm e humidade atmosférica média anual de 83,3%. O mês mais seco é julho; o mais frio, janeiro; e com maior precipitação, novembro. A temperatura média anual da água do mar é de 16,50 °C⁵³. A direção dominante do vento é NNO (norte/noroeste), com uma força média anual de 7 KTS e rajadas de 18 KTS, segundo observações diárias da estação meteorológica do Cabo Carvoeiro (Peniche) entre 2002 e 2020⁵⁴.

⁵³ Cf. climate-data.org [consultado em 6 de setembro de 2020] e PAIXÃO, R. 2013. *Caracterização morfo-ecológica do sistema dunar de Peniche Baleal (costa ocidental portuguesa)*.

⁵⁴ Cf. windfinder.com [consultado em 6 de setembro de 2020].

	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maior	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro
Temperatura média (°C)	11.4	11.8	13.2	14.5	15.7	17.7	18.4	18.9	18.3	17.2	14.3	12.3
Temperatura mínima (°C)	8.8	9	10.2	11.6	13.1	15.2	16.1	16.5	16.2	14.4	11.5	9.6
Temperatura máxima (°C)	14.1	14.6	16.2	17.5	18.4	20.2	20.8	21.3	20.4	20	17.2	15
Temperatura média (°F)	52.5	53.2	55.8	58.1	60.3	63.9	65.1	66.0	64.9	63.0	57.7	54.1
Temperatura mínima (°F)	47.8	48.2	50.4	52.9	55.6	59.4	61.0	61.7	61.2	57.9	52.7	49.3
Temperatura máxima (°F)	57.4	58.3	61.2	63.5	65.1	68.4	69.4	70.3	68.7	68.0	63.0	59.0
Chuva (mm)	96	85	52	56	44	18	3	5	26	62	110	77

Tabela 1: Dados climatológicos de Peniche. Fonte: climate-data.org.

A ocupação do solo do concelho caracteriza-se essencialmente por zonas agrícolas. Segundo informação no Plano Municipal de Defesa da Floresta de Peniche, verifica-se um aumento de zonas agrícolas heterogéneas (classificação de uso do solo baseada na cartografia Corine Land Cover 2000 — Figura 10), áreas que se caracterizam por ocupação de matos, áreas ao abandono e explorações agrícolas muito diversas, correspondendo a uma área de 4464 ha.

De acordo com a Corine Land Cover 2000, a área de floresta corresponde a 611 ha. Segundo a Carta de Ocupação do Solo COS 90 (Figura 11), a área de 1039 ha corresponde à área de floresta, praticamente concentrados na sua totalidade na mancha florestal existente na parte norte do concelho, abrangendo as freguesias de Ferrel e Serra d’El-Rei.

A área florestal do concelho tem como principais espécies características o pinheiro-bravo (*Pinus pinaster*) e o eucalipto (*Eucalyptus globulus*). Apenas cerca de 10% da área total do concelho está com ocupação social e urbana, enquanto o restante território está ocupado com prédios rústicos ou mistos.

Salienta-se ainda que o concelho integra a Área Protegida da Rede Natura 2000 devido ao elevado interesse botânico da vegetação autóctone e à sua importância para a preservação dunar, ratificado pelo POC Alcobaça — Cabo Espichel para a importância

2.1.3 Caracterização socioeconómica

Em termos sociodemográficos, a maior densidade populacional no concelho de Peniche regista-se na freguesia de Peniche, que representa 53% da população total do concelho. Freguesias que têm vindo a apresentar crescimento populacional nos últimos anos são a freguesia de Atouguia da Baleia (32% do total) e de Ferrel (9,5% do total, segunda freguesia com maior densidade populacional). Por último, a freguesia de Serra d'El-Rei representa 5% do total da população concelhia ⁵⁶. A grande densidade populacional na freguesia de Peniche está relacionada com a sua proximidade aos principais eixos viários, à concentração de atividades económicas locais (pesca, indústria e serviços) e outras estruturas e equipamentos de necessidade básica.

Segundo dados do INE, observa-se um decréscimo (verificado nos grupos etários entre os 15 e os 64 anos) e envelhecimento populacional em geral (Tabela 2) no concelho. Relativamente ao género, a tendência de relação de masculinidade é decrescente, de 91,1 em 2019 comparativamente a 95,8 em 2001. Naturalmente, isto também se verifica nos valores de residentes do sexo masculino, de 13.364 para 12.627, e de 13.946 para 13.867 nos do sexo feminino, entre 2001 e 2019, respetivamente.

Peniche	Total		0-14		15-65		+65	
	2001	2019	2001	2019	2001	2019	2001	2019
Anos	27.310	26.494	4.374	3.747	18.352	16.684	4.584	6.064

Tabela 2: População residente: total e por grandes grupos etários. Fonte: INE, PORDATA. Elaboração própria.

Em todas as freguesias do concelho se verifica diminuição da população jovem e aumento da população idosa. Contudo, a freguesia de Ferrel apresenta uma estrutura populacional com valores inferiores ao da média do município, com uma proporção menor de população mais vulnerável (crianças e idosos) ⁵⁷.

Os níveis de escolaridade apresentam de modo geral um crescimento comparando o período de 1960 e 2011, segundo dados do INE de 2015, mais notório no ensino superior (32/2094, respetivamente), assim como na diminuição de população sem

⁵⁶ PINTO, J. (2018).

⁵⁷ *Idem, ibidem.*

escolaridade (14037/2850, respetivamente). Contudo, o concelho apresenta índices inferiores às taxas brutas nacionais e regionais de pré-escolarização, de ensino básico e principalmente de ensino secundário, e taxas de desistência escolar superiores às nacionais, e apresenta valores superiores à taxa bruta nacional e regional de conclusão do ensino secundário regular (Tabela 3).

Tabela 3: Indicadores de educação, 2016. Fonte: INE, dezembro 2017.

Indicadores de educação Peniche, 2016				
	Município	NUTS III	NUTS II	Portugal
Taxa bruta de pré-escolarização (%)	90	91	95	91
Taxa bruta de escolarização no ensino básico (%)	103	107	108	110
Taxa bruta de escolarização no ensino secundário (%)	69	100	113	115
Taxa de retenção e desistência no ensino básico regular (%)	10,0	8,4	7,0	7,9
Taxa de transição/ conclusão no ensino secundário regular (%)	85,7	82,7	84,7	83,4

No que respeita às atividades económicas, Peniche encontra, histórica e tradicionalmente, na exploração dos recursos endógenos a sua atividade, assente:

- a) Num setor agrícola, tradicional, mais expressivo nas freguesias não-urbanas, especializado essencialmente na horticultura de ar livre associada a outras culturas, sobretudo a batata, e na silvicultura, também com alguma relevância;
- b) No setor pesqueiro, que, por razões naturais como a extensa frente marítima com presença de reservas consideráveis de pescado (recursos marítimos), quer pela captura quer pela transformação de pescado e método de pesca

tradicionalis — saberes-fazer das artes e de fauna piscatória — continuam a ter lugar de destaque ao nível não só concelhio e sub-regional, mas também nacional;

- c) Um setor industrial, muito ligado à atividade pesqueira, relacionado com a preparação e transformação de pescado, através da presença de algumas oficinas relacionadas com o setor das pescas e de indústrias de construção naval, o que revela a existência de um tecido industrial pouco diversificado, mas que continua a ter algum dinamismo com indústrias de relevo nacional e até internacional, capaz de criar postos de trabalho, apesar de em pequena escala;
- d) Um setor terciário em fraca expansão, que deve apostar na modernização e diversidade dos serviços prestados;
- e) Um setor da construção caracterizado por um grande dinamismo económico e com potencial de crescimento;
- f) Um setor turístico com potencialidades por explorar em função de um perfil compósito de recursos valorizáveis e diversos no contexto de um complexo de atividades de turismo/lazer ⁵⁸.

«A actual estrutura produtiva do Concelho de Peniche reflecte, por um lado, a tradição histórica de aproveitamento dos recursos naturais e, por outro, a afirmação e consolidação da preponderância das actividades terciárias na economia.» ⁵⁹

Segundo a Magna Carta, em 2001, 55% da população empregada do Oeste exercia a sua atividade no setor terciário; 36,3% no setor secundário; e 8,6% no setor primário, dada a importância da agricultura e das pescas neste território. No concelho de Peniche, verifica-se uma evolução acentuada do setor terciário entre 1960 e 2011, de 17,5% para 64,9%, e uma diminuição do setor primário de 62% para 9,7%, respetivamente (Gráfico 1).

⁵⁸ Cf. <http://www.oestecim.pt>, [consultado a 30 de novembro de 2020]; *Magna Carta do desenvolvimento futuro de Peniche 2025* (2009); e Plano Municipal de Defesa da Floresta contra Incêndios de Peniche (2007).

⁵⁹ *Magna Carta do desenvolvimento futuro de Peniche 2025* (2009).

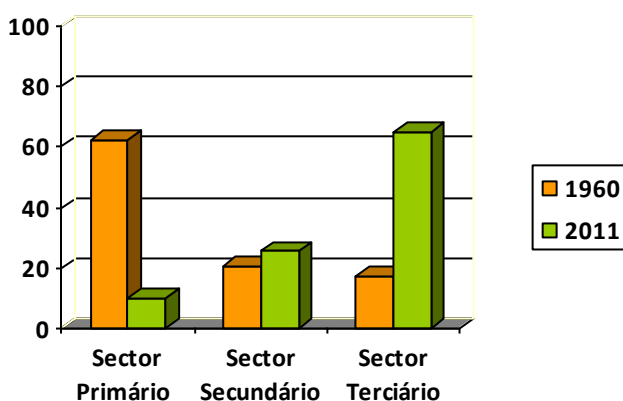


Gráfico 1: Evolução da população empregada por grande setor de atividade económica. Fonte: INE, PORDATA. Fonte: Elaboração própria.

Em 2019, a taxa de desempregados entre os 15 e os 64 anos inscritos no concelho era de 4,3%⁶⁰. Segundo o estudo desenvolvido pela CCDRC — «Movimentos pendulares no futuro modelo de organização territorial da região centro de Portugal» (2013) —, relativamente à movimentação da população empregada residente ou estudante ao nível sub-regional (NUTS III), o Oeste assumia uma taxa de repulsão elevada, de 17,4%, da população aí residente que saía do município para trabalhar ou estudar, e uma das taxas de atração (emprego/escolar) mais baixas, de apenas 8,4%, de provenientes do exterior, o que evidencia não só fraca atratividade, como a dificuldade de fixação da população residente empregada ou estudante.

2.1.4 Caracterização turística

Peniche detém real singularidade na região Oeste. A localização central vantajosa e próxima da Área Metropolitana de Lisboa (Figura 12), proporcionada pelo troço IP6-A8, as características geomorfológicas, o património histórico, a diversidade paisagística, as características ambientais, o clima, a gastronomia e os eventos turístico-culturais oferecem condições ideais para o turismo/lazer no concelho de Peniche. A existência de importantes infraestruturas e equipamentos turísticos de referência (hotéis, *resorts*, campismo, etc.), juntamente com atividades ligadas ao mar,

⁶⁰ PORDATA.pt. Percentagem de desempregados inscritos nos centros de emprego e de formação profissional no total da população residente com 15 a 64 anos.

enquanto recurso económico-productivo, turístico e de recreio turístico, permitem a expressão económica e o desenvolvimento turístico do concelho, potenciando-os ⁶¹.



Figura 12: Eixo Litoral. Fonte: PROT OVT.

Os recursos turísticos são fatores potenciadores e diferenciadores dos territórios, através dos quais se revelam os atributos e a autenticidade de cada local, que, por sua vez, se «transformam» em atrações turísticas (Anexo D). O foco turístico principal, de sol e mar, deve-se às suas praias (sete delas galardoadas com bandeira azul em 2019, duas pertencentes à freguesia de Ferrel) ⁶², cada vez mais procuradas por praticantes de desportos náuticos. Uma das principais atrações turísticas de Peniche é a Reserva Mundial da Biosfera d'As Berlengas, arquipélago constituído por ilhas graníticas e que consiste numa Reserva Natural rica em espécies autóctones, com o seu principal acesso em Peniche.

De acordo com dados do INE, Peniche registou o maior número de visitas no ano de 2016 comparativamente com os restantes concelhos da sub-região do Oeste de Portugal (Figura 13).

⁶¹ Cf. cm-peniche.pt [consultado em 1 de dezembro de 2018].

⁶² Cf. bandeiraazul.abae.pt [consultado em 6 de setembro de 2020].

16B000	Oeste	43,5
16B1001	Alcobaça	48,8
16B1101	Alenquer	39,6
16B1102	Arruda dos Vinhos	37,5
16B1005	Bombarral	...
16B1104	Cadaval	...
16B1006	Caldas da Rainha	40,9
16B1108	Lourinhã	42,2
16B1011	Nazaré	41,4
16B1012	Óbidos	40,6
16B1014	Peniche	52,1
16B1112	Sobral de Monte Agraço	...
16B1113	Torres Vedras	40,4

Figura 13: Percentagem de visitas por município da Sub-região Oeste de Portugal.

Fonte: INE (2016).

Peniche foi um dos 40 municípios ao nível nacional a registar, no ano de 2016, a proporção mais elevada de dormidas na época estival (entre 50 e 72), tendo sido reconhecido como o município de maior valor da sub-região Oeste de Portugal (Figura 14).

Segundo a Magna Carta de Peniche, o turista de Peniche é maioritariamente nacional, com estada média de 2,6 noites e uma taxa bruta de ocupação-cama de 34,8% no total de estabelecimentos, e dados do INE indicam que Peniche registou aproximadamente 20% das dormidas efetivadas, traduzidas em 16% dos hóspedes do total da Região.

Ainda segundo a Magna Carta de Peniche, o «turista residencial e visitante define o perfil do turista do concelho, que se configura como espaço de segunda habitação e destino de fim-de-semana ou miniférias».

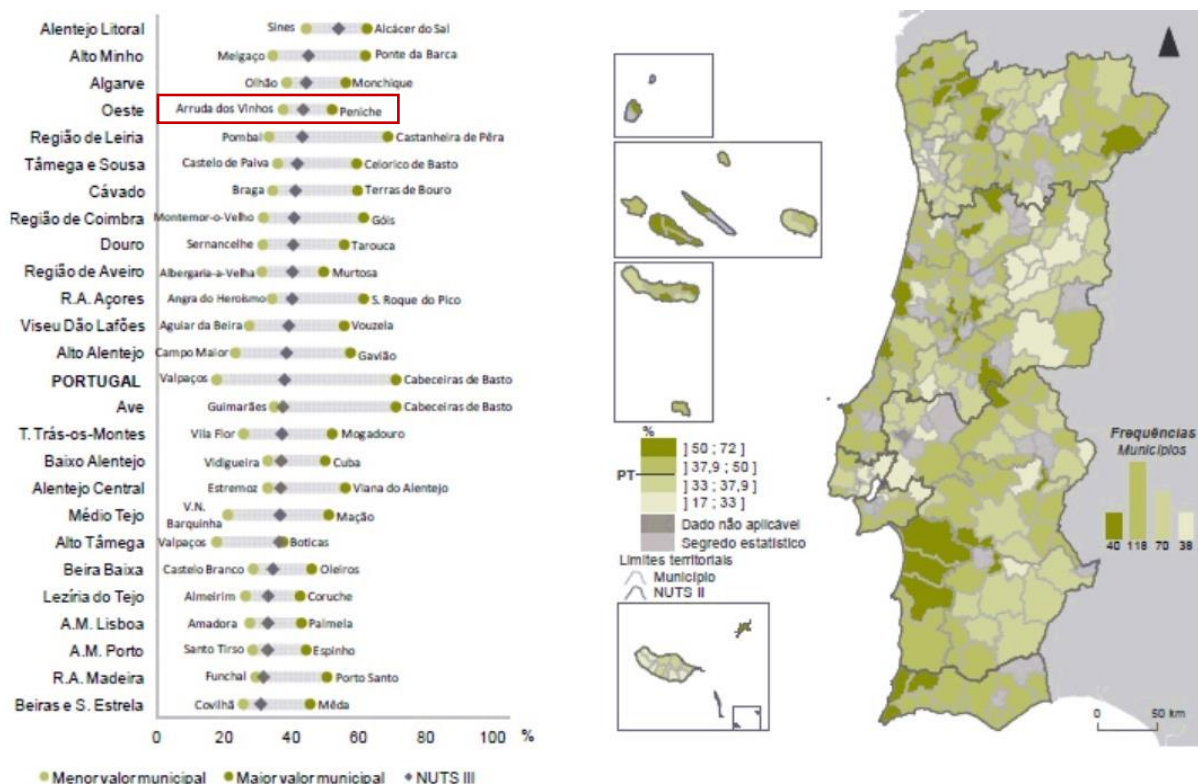


Figura 14: Proporção de dormidas entre julho-setembro por município.
Fonte: INE (2016).

A procura turística em Peniche, observada pelo número de unidades de alojamento e pela sua diversidade (hotéis, campismo, turismo em espaço rural, entre outros), tem aumentado ao longo dos anos. A partir do gráfico disposto abaixo (Gráfico 2), pode concluir-se que, até ao ano de 2013, estavam em funcionamento menos de 10 Unidades de Alojamento, e em apenas dois anos (2015) os registos apontam para quase 30 Unidades de Alojamento. O número voltou a aumentar para quase 50 Unidades de Alojamento em 2017. Em quatro anos, a atividade turística do concelho registou uma evolução acentuada do número de alojamentos, refletindo a procura turística do concelho.

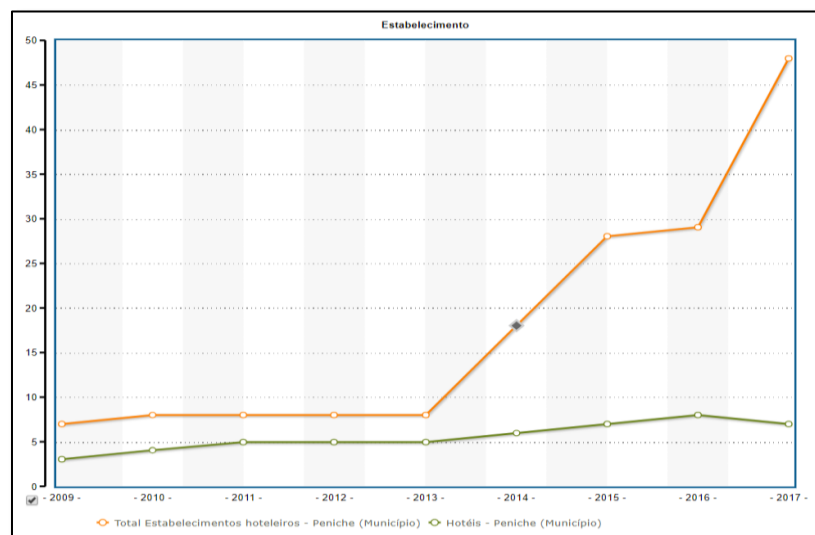


Gráfico 2: desenvolvimento do número de estabelecimentos hoteleiros em Peniche. Fonte: INE, PORDATA (2018).

Dados recentes ⁶³ mostram uma evolução na capacidade total de alojamentos de 792 para 2205 entre 2009 e 2019, e um aumento do número de alojamentos turísticos de 7 para 63 no mesmo período. Similarmente, o número total de quartos entre 2009 e 2018 aumentou de 411 para 935. Quanto à ocupação dos alojamentos, verifica-se uma ligeira descida na estada média dos residentes nacionais e estrangeiros entre 2001 e 2018, de 2,0 para 1,7 dias, e de 3,6 para 2,5 dias, respetivamente, e um aumento na proporção de hóspedes estrangeiros, de 25,0% para 40,6% no mesmo espaço temporal.

O turismo em Ferrel é no momento uma das principais atividades de suporte económico da população e um setor em fase de crescimento. Dados do Registo Nacional de Turismo mostram que o número de Alojamentos Locais (AL) na freguesia era de cinco, entre 1999 e 2010, e houve um aumento de 381 registos até 2019 (inclusive), tendo-se registado três empreendimentos turísticos de tipologia Estabelecimento Hoteleiro — Hotel. Em contrapartida, no RNAVT o número de Agentes de Viagens e Turismo é apenas um (2017), e de Agentes de Animação Turística de 26, e o primeiro data do ano 2009. Classificados como Aluguer ou utilização de motas de água e de pequenas embarcações dispensadas de registo (*Surf, bodyboard, windsurf, kitesurf, skimming, standup paddle boarding* e similares) — 21 agentes;

⁶³ PORDATA.pt [consultado em 27 de setembro de 2020].

Aluguer de embarcações com tripulação, Aluguer de embarcações sem tripulação, Aluguer ou utilização de motas de água e de pequenas embarcações dispensadas de registo (*Surf, bodyboard, windsurf, kitesurf, skimming, standup paddle boarding* e similares), Passeios marítimo-turísticos, Pesca turística, Serviços de natureza marítimo-turística prestados mediante a utilização de embarcações atracadas ou fundeadas e sem meios de propulsão próprios ou selados, Serviços efetuados por táxi fluvial ou marítimo — 2 agentes;

Aluguer de embarcações sem tripulação, Aluguer ou utilização de motas de água e de pequenas embarcações dispensadas de registo (*Surf, bodyboard, windsurf, kitesurf, skimming, standup paddle boarding* e similares) — 1 agente;

Atividades que se desenvolvam exclusivamente em ambiente urbano de percursos pedestres e visitas a museus, palácios e monumentos e cuja empresa, simultaneamente, se encontre isenta da obrigação da contratação dos seguros previstos no art.º 27º, nos termos da alínea b) do n.º 1 do art.º 28º, Rotas temáticas e outros percursos de descoberta do património (por exemplo, Rota do Megalitismo, do Romano, do Românico, do Fresco, Gastronómicas, de Vinhos, de Queijos, de Sabores, de Arqueologia Industrial) — 1 agente;

Passeios marítimo-turísticos, Pesca turística — 1 agente.

O RNAAT é de 26 em Ferrel, a maioria dos registos (14) verifica-se a partir do ano 2016⁶⁴.

Estes indicadores revelam o aumento da procura turística pelo destino. Ainda que, conforme mencionado na Carta Magna de Peniche, o turismo tenha «potencialidades, deve ser melhor [*sic*] explorado e aproveitado em função de um perfil compósito de recursos valorizáveis no contexto de um complexo de atividades Turismo/Lazer». Nesse sentido, o município de Peniche apostou na imagem de marca «Peniche Capital da Onda» por reconhecer o potencial do mar como recurso ao desenvolvimento de atividades económicas e de turismo/lazer.

A realização de uma das provas do campeonato mundial de *surf* (WSL), desde 2009, na Praia de Supertubos (Peniche), foi forte contributo para a escolha concelhia da imagem «Peniche Capital da Onda». Apesar de o perfil de turista ser familiar e sénior, «o

⁶⁴ Cf. <https://registos.turismodeportugal.pt> [consultado em 24 de dezembro de 2020].

tipo de turista está a mudar. Além do turismo familiar e sénior, passámos a ter muitos jovens, uma vez que a marca “Peniche Capital da Onda” tem colocado Peniche na moda» (Diário de Notícias, 2012)⁶⁵. «Peniche Capital da Onda» como imagem concelhia estende-se à imagem do destino da freguesia de Ferrel.

O legado histórico e a apropriação da área costeira de Ferrel, como a Praia do Baleal e a Ilha do Baleal, são associados a famílias de pescadores e atividades e tradições piscatórias aí desenvolvidas. O turismo de sol e mar surge principalmente a partir de fins dos anos 60 como local de veraneio de famílias oriundas de localidades próximas do concelho de Peniche, apenas durante a época balnear (meses de julho e agosto).

O surgimento de atividades desportivas náuticas nos anos 90 levou a um crescimento rápido do turismo, mais acentuado a partir de 2010, e é identificado pelos locais como principal motor de desenvolvimento do comércio e serviços associados ao *surf* — a principal atratividade do local, juntamente com o património natural, sendo os principais pilares de promoção do destino. Alavancado por este segmento do turismo desportivo foi observado no local o desenvolvimento de construção civil, o interesse imobiliário e de investimento estrangeiro, e o crescimento de espaços de AL ou com finalidades turísticas. A notoriedade do Baleal enquanto destino para a prática de *surf* proporcionou em parte uma quebra da sazonalidade turística ao longo do ano, mais acentuada de abril a outubro.

Ferrel dispõe de uma oferta de atividades turísticas culturais centrada apenas em alguns eventos (tradicionais) pontuais ao longo do ano, e a diversidade e diferenciação da oferta são bastante limitadas, baseadas essencialmente em atividades desportivas de *surf*, turismo de sol e mar e hospedagem. Dada a oferta, o local apresenta uma acentuada sazonalidade. Pode contribuir para este panorama a falta de um plano estratégico de gestão turística integrada com o potencial turístico e específico das freguesias locais, nomeadamente Ferrel.

⁶⁵ Diário de Notícias. (2012) [disponível em <https://www.dn.pt/desporto/outras-modalidades/interior/projecao-mundial-da-capital-da-onda-aumenta-turismo-em-peniche-2814754.html> consultado em 21 de outubro de 2019].

2.2 Instrumentos de política e planeamento turístico em Peniche

Os instrumentos de gestão e ordenamento territorial nas diferentes escalas (nacional, regional, local) traduzem-se no planeamento turístico pelo condicionamento do uso, ocupação e transformação do solo e direcionam as oportunidades de desenvolvimento da atividade turística. O planeamento em turismo é um instrumento consubstanciado em políticas estratégicas e uma ferramenta de gestão enquadrada no âmbito nacional, regional ou local que visa avaliar os recursos dos territórios e definir objetivos e ações futuras, a fim de beneficiar as populações e maximizar o potencial de cada território. Geograficamente, Ferrel situa-se no concelho de Peniche, compreendendo a estrutura hierárquica de ordenamento territorial. Assim, consideramos para este trabalho a transposição de instrumentos de planeamento territorial para o turismo e estratégias de planeamento turístico à escala local.

Segundo a visão do Plano Regional de Ordenamento do Território do Oeste e Vale do Tejo (PROT OVT, 2009), o Oeste (Peniche) integra-se na região funcional da Área Metropolitana de Lisboa (AML; Figura 15) como elemento basilar e de polarização do seu desenvolvimento pela articulação do eixo A8/A1 convergente com a AML. Identifica (com base no PNPOT) a importância dos recursos naturais, ambientais (clima, mar, paisagem) e endógenos, e o turismo cultural, rural e religioso como fatores de atração turística, com base no legado histórico, cultural e tradicional, mas também o potencial agrícola e florestal da região como componentes competitivos e de sustentabilidade para a região. No horizonte 2020, deverá:

«Tornar-se numa região atractiva para visitantes, novos residentes, talentos e eventos internacionais não só como factor directo de crescimento económico mas como factor chave para um ganho de visibilidade a nível mundial; factores de atractividade que deverão combinar quatro elementos chave que deveriam integrar o seu capital simbólico — amenidades e paisagem; património histórico e cultural; cultura, artes e espectáculo; estética urbana; a combinação destes fatores mobiliza energias criativas e competências e não se baseia apenas no aproveitamento de uma dotação natural e climática favorável.»⁶⁶

⁶⁶ PROT OVT (2009).

Além disso, no âmbito de preservação e valorização dos recursos naturais deverá apostar no robustecimento económico de base em atividades verdes como o «desenvolvimento turístico e de lazer, em particular de novas modalidades de turismo — turismo residencial, eventos, MICE (*Meetings, Incentives, Conferences, and Events*); estágios desportivos, turismo de natureza, saúde e bem-estar (termas), *touring* cultural e paisagístico, golfe, desportos náuticos, etc.»⁶⁷.

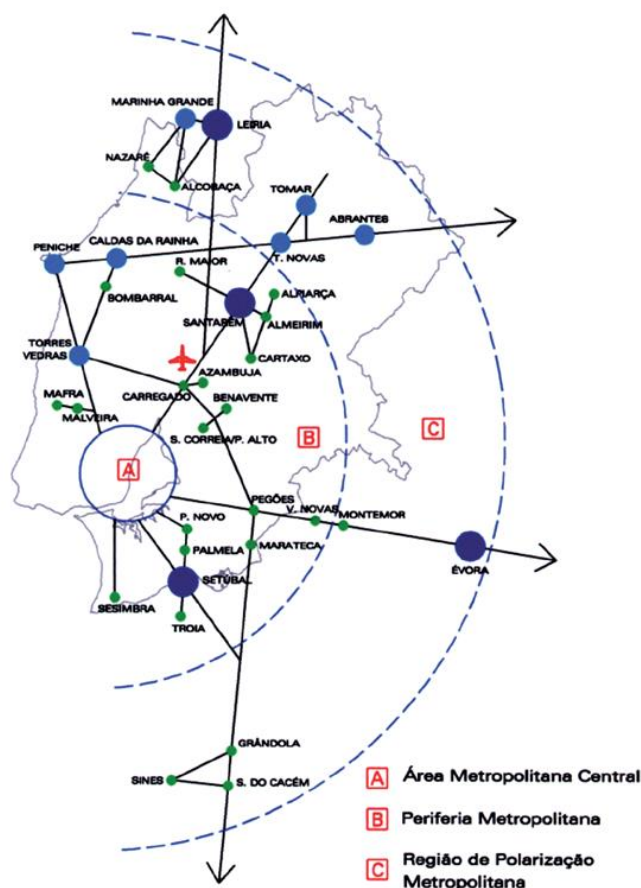


Figura 15: Região de polarização metropolitana de Lisboa. Fonte: PROT OVT, 2009.

No eixo estratégico 2, afirma-se o potencial do território num quadro de sustentabilidade ambiental aliado ao recreio, lazer e turismo, integrados nos valores naturais, patrimoniais, paisagísticos, geológicos, nos recursos endógenos, identidades do território, particularidades históricas e antropológicas, como principais vertentes de desenvolvimento e harmonização de desequilíbrios «considerando a localização de

⁶⁷ *Idem.*

referência das “portas do mar”, e do apoio a estratégias de comunicação e *marketing* que estruturam a procura dos produtos culturais regionais».

Ao nível local, o PDM de Peniche data de 1995, atualmente em fase de revisão, pelo que, considerando o desenvolvimento do concelho em termos turísticos em mais de 20 anos, iremos considerar as Grandes Opções do Plano (GOP), que definem as linhas estratégicas para o concelho anualmente. No seguimento das estratégias regionais propostas pelo PROT OVT, as GOP 2019 destacam para o turismo «o *Cluster do Mar*, para o património histórico, cultural e religioso», através de uma oferta que reduza a sazonalidade e promova a sustentabilidade social e ambiental no turismo, e valorize a identidade e património local. Assim, tem por objetivo «criar condições para fruição da praia e do mar, nomeadamente com uma rede de passadiços sobrelevados no sistema dunar; valorizar o património museológico e interpretativo; valorizar o património geológico, arqueológico e etnográfico; valorizar o património edificado.» Enquanto estratégia de comunicação e *marketing* do produto turístico Peniche, destacamos: «Promoção nas redes sociais da especialidade (viagens e turismo); colocar informação espalhada pelo território de Peniche, de modo a promover o *cross-selling* entre atrações; criar vídeos (de qualidade) de divulgação do concelho, para fins da promoção turística.»

Salientamos o reconhecimento da área florestal do Pinhal Municipal como potencial elemento de desenvolvimento turístico para o concelho e a região e as necessidades de aprovisionamento de caravanismo.

As GOP 2020 concentram-se numa estratégia regional «fomentando relações de maior proximidade com os concelhos vizinhos [...] uma estratégia política para o turismo pensada para a região [...]. Trabalhar em rede fará com que se consiga aproveitar a complementaridade dos diversos territórios». No que concerne o turismo cultural, mencionam o património cultural material e imaterial como via de reabilitação, valorização e divulgação do património cultural material e imaterial e de:

«Iniciativas de estudo e valorização da memória e identidade locais, nomeadamente através da inventariação de manifestações de Património Cultural Imaterial; Levantamento do estado de conservação do património cultural edificado do concelho de Peniche; Trabalhos de conservação e restauro de bens móveis e imóveis concelhios.»

O Plano Peniche 2030 (documento não oficial, disponibilizado para análise pela Junta de Freguesia de Ferrel) indica a visão e estratégia do município de Peniche no horizonte de 2030, e identifica o turismo como setor «âncora para a estratégia 2030». Tem como metas prioritárias o reconhecimento internacional do turismo ligado ao mar e potenciar a atividade turística, e remete para a imagem de «Peniche Capital da Onda», associada ao *surf*.

O turismo integra o *Layer A* de desenvolvimento económico e está dividido em duas categorias: a categoria A respeitante ao turismo *surf*, balnear, náutico e natureza; e a categoria B sustentada no turismo cultural, religioso, gastronómico e geológico. No âmbito dos quadrantes de dinamização, prevê-se o seguinte a curto prazo:

«Criação de um programa de embaixadores do turismo de Peniche; Fish Peniche — Desenho de uma oferta turística e cultural de acompanhamento das atividades típicas da pesca; Otimização do desenvolvimento da oferta por pacotes turísticos integrados, nomeadamente, mar, geologia, tradições, sabores, desporto e lazer.»

A curto/médio prazo, preveem-se ações que valorizem a oferta do património geológico e arqueológico e a implementação interpretativa do património municipal e a promoção do turismo histórico-militar. Com o objetivo de reforçar a atividade turística, salientamos as ações do Plano Peniche 2030, a criação de transporte público sazonal de ligação às praias e principais atrações municipais; percursos de modos suaves, organização de eventos e a qualificação ambiental da frente marítima do Baleal.

De referir que Peniche integra a zona classificada como Área Protegida da Rede Natura 2000 — aprovada em Resolução do Conselho de Ministros n.º 11/2002, de 17 de janeiro — que definiu os 4347,68 hectares de área de proteção, classificada pelo PDM de Peniche como Reserva Ecológica Nacional (Figura 16).

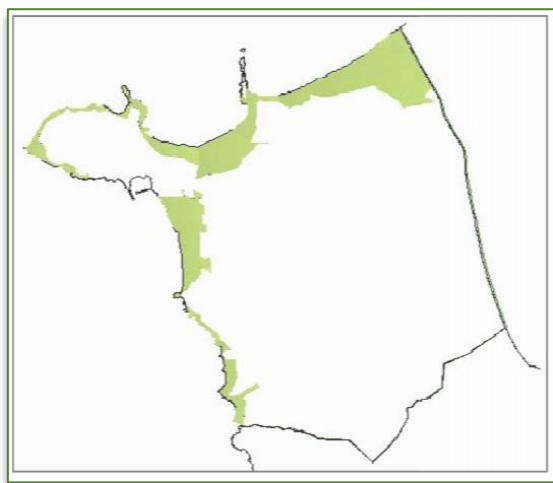


Figura 16: Área classificada Rede Natura 2000. Fonte: Revisão PDM Peniche.

O PDM prevê «a qualificação das ocupações do território, nomeadamente na faixa litoral, por forma a garantir/promover a qualidade de vida dos residentes, a aproveitar plenamente as potencialidades de desenvolvimento turístico e a preservar os valores ecológicos e de forte tipicidade da paisagem». A Rede Natura 2000 (SIC Peniche — Santa Cruz) menciona o elevado interesse botânico da vegetação autóctone e a sua importância para a preservação dunar e a ameaça a que estão sujeitas com a «pressão urbanística e turística [...] através de acessos desordenados [...] pressão de recreio e acessibilidade às praias exercida sob os sistemas dunares». Neste sentido, o POOC Alcobça — Cabo Espichel traça linhas estratégicas de valorização natural de proteção dos ecossistemas dunares e de arribas, de preservação do património natural e da geodiversidade da orla costeira de modo a promover a valorização dos recursos turísticos da orla costeira e a qualificação dos destinos turísticos.

A estratégia municipal vai ao encontro das estratégias inseridas na Estratégia Turismo 2027 alavancada nos seus recursos endógenos, enquanto atrativos turísticos diferenciadores e valorizadores da oferta turística, e dos ativos estratégicos — História, Cultura e Identidade e Gastronomia e Vinhos, potenciais turísticos também referidos pela estratégia Cidades Sustentáveis 2020 (2015), Eixo 1 «Inteligência e Competitividade», subtema «Identidade e Atratividade»:

«10. Promover ações de *marketing* territorial que assegurem a visibilidade das cidades, na Europa e no Mundo, destacando os fatores diferenciadores de identidade e competitividade, incluindo a capacidade institucional e funcional, os valores urbanísticos, arquitetónicos, paisagísticos, históricos e

socioculturais e as amenidades climáticas, gastronómicas, de segurança e de qualidade de vida;

11. Apoiar o desenvolvimento turístico numa perspetiva de sustentabilidade e mitigação da sazonalidade, através da aposta dos segmentos urbanos, como o turismo cultural [...] e através da estruturação dos serviços urbanos de apoio à atividade turística [...] envolvendo as comunidades locais nestas estratégias.»

Considerando a importância que o município atribui à cultura e à exploração dos recursos etnográficos e dos saberes locais, seria uma mais-valia adotar a Agenda 21 Local para aproximar a comunidade das estratégias municipais para o turismo.

CAPÍTULO III — ESTUDO EMPÍRICO

3.1 Introdução

No presente capítulo, procedemos à abordagem metodológica desenvolvida para este trabalho. A investigação insere-se no método exploratório descritivo realizado através de trabalho de campo, pesquisa bibliográfica e inquérito por questionário à comunidade e órgãos de poder local para o estudo de caso de Ferrel. Neste capítulo, será desenvolvido o objetivo do estudo, questões e hipóteses inerentes ao objeto de estudo, metodologia aplicada e explanação de resultados.

Antes da exposição dos objetivos e metodologia aplicada a este estudo empírico, é relevante mencionar e contextualizar o leitor da justificativa da presente investigação.

O presente estudo vem no seguimento de uma investigação etnográfica iniciada em 2014 e terminada em 2017. Na investigação levada a cabo durante esse período, a investigadora realiza trabalho de campo permanente com a comunidade de Ferrel. Recorre ao método de observação participante e não participante, desenvolve entrevistas abertas e semiestruturadas com a população, envolvendo a comunidade no processo de levantamento de informação sobre o local (por exemplo através de debates de mesa temáticos, identificação de mapas, etc.) e procede ao registo etnográfico sobre o local. Do processo desta investigação conclui-se que as principais temáticas identitárias e culturais de Ferrel são:

- Ferrel (sobre a origem da povoação);
- As Tribos (divisão social da vila em três áreas distintas denominadas Ursos, Macacos e Leões);
- Folclore (trajos, cantares, danças, música, património material);
- O Burro (todas as atividades económicas e socioculturais desenvolvidas com o burro, desde a agricultura à tradição da «Corrida de Burros»);
- A Casa (a arquitetura tradicional local e o desenvolvimento da construção civil);
- A Ilha do Baleal (distingue-se o lugar do Baleal de Ferrel — apesar de pertencer à freguesia de Ferrel, tem uma vivência e história/estória diferente das da povoação de Ferrel, centrada nas atividades ligadas ao mar, como a pesca);

- Central Nuclear (o principal marco histórico do local, contra a construção de uma central nuclear);
- Turismo (tema sobre a evolução e atualidade do turismo);
- Festividades (tradições festivas da terra).

O tema «Turismo» destaca-se pela sua atualidade e pelo impacto, seja económico, social ou ambiental, que exerce na comunidade. Durante o processo de investigação (participante) ligado ao tema do turismo — decorrido em *surf camps*, *hostels*, restaurantes, bares, parque de campismo, *surf centers*, observação não participante, entrevistas à comunidade e, em simultâneo, conversações simples e contacto permanente com turistas e residentes que permitem verificar questões fraturantes em relação ao turismo local, surge o interesse em aprofundar esta área.

Aquando de uma pesquisa bibliográfica, verifica-se a inexistência de um plano de turismo para o concelho de Peniche, tal como para a freguesia de Ferrel. A Magna Carta de Peniche é, até ao momento, o documento oficial que esboça a estratégia turística do concelho. É evidente que um destino turístico desenvolvido de forma reativa, sem alicerces e objetivos futuros, apresentará (entre outras problemáticas) lacunas na gestão dos recursos, na qualidade da oferta turística, satisfação com o turismo por parte de residentes e turistas, capacidade de fidelização e competitividade face a outros destinos. Por último, a formação de base da investigadora em antropologia social e interesse pelas questões culturais e identitárias permitiu reunir as condições basilares e a justificação para o desenvolvimento deste estudo que permite, pela via do planeamento turístico sustentável, salvaguardar o património material e imaterial de Ferrel.

3.2 Objetivo

É objetivo desta investigação apresentar uma proposta de plano turístico de base comunitária para o destino de Ferrel. Para tal, analisa-se a perceção dos residentes e trabalhadores de Ferrel maiores de 16 anos do turismo, reconhecimento de potenciais recursos turísticos e predisposição para exploração destes para fins turísticos. Por fim, com o intuito de criar uma proposta de plano de desenvolvimento turístico sustentável para o local, avaliamos a predisposição para o apoio ao desenvolvimento turístico, envolvimento com o turismo e implementação de um plano estratégico de CBT, consubstanciado nos recursos/atributos valorizados pela amostra. Pretende-se assim:

- Analisar as percepções dos residentes face ao turismo;
- Verificar o reconhecimento dos atributos turísticos e a predisposição para a exploração de recursos para atividades turísticas;
- Avaliar a predisposição ao apoio e envolvimento com o turismo local;
- Analisar a predisposição para a escolha e implementação de um modelo de turismo de base comunitária;
- Propor um plano de turismo de base comunitária.

O processo deste estudo incide em:

- Pesquisa bibliográfica;
- Levantamento de informação referente à oferta (caracterização) turística local;
- Recolha da percepção turística da comunidade (inquérito por questionário à comunidade e entrevista aos órgãos de poder local);
- Análise e interpretação de dados;
- Elaboração de uma proposta de plano turístico sustentável para o destino.

Após definição do objeto de estudo, foi consultada a literatura e posteriormente desenvolvido o inquérito por questionário dirigido à comunidade e entrevistas aos órgãos de poder local. A par deste processo, e porque para um desenvolvimento turístico sustentável, principalmente no modelo CBT, é essencial o envolvimento da comunidade na tomada de decisão, gestão dos recursos e desenvolvimento das atividades turísticas — conforme abordado na revisão de literatura —, desenvolveram-se sete hipóteses (Figura 17) para verificar se os indicadores do questionário permitem avaliar a predisposição ao envolvimento com o turismo local necessário ao modelo CBT, e dessa forma validar a adequação do questionário ao objetivo deste trabalho:

- H1: há correlação entre a exploração dos recursos para fins turísticos e o envolvimento com o turismo.
- H2: o sentimento de pertença comunitário tem influência positiva no envolvimento com o turismo.
- H3: existe correlação positiva entre o apoio ao desenvolvimento turístico e o envolvimento turístico.

H4: a satisfação com o turismo influencia a predisposição para o envolvimento com o turismo.

H5: a percepção de benefícios do turismo influencia a predisposição ao envolvimento com o turismo.

H6: a importância atribuída ao turismo influencia de forma positiva o envolvimento.

H7: o envolvimento com o turismo tem influência na escolha de um modelo de turismo de base comunitária.

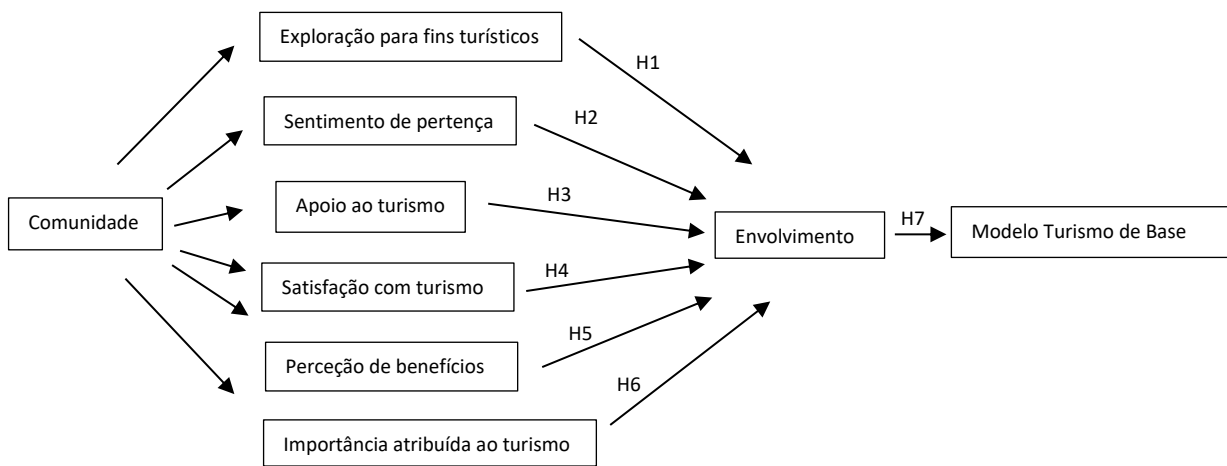


Figura 17: Esquema de hipóteses. Fonte: Elaboração própria.

3.3 Metodologia

No estudo, pretende-se avaliar as percepções dos residentes da freguesia de Ferrel (Peniche, Portugal) maiores de 16 anos e não residentes trabalhadores na Freguesia de Ferrel face ao turismo. Realizou-se um inquérito via questionário (Apêndice I) com base nos questionários sugeridos pelos manuais *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations* (2004)⁶⁸ e *European Tourism Indicator System Toolkit for Sustainable Destinations* (2013)⁶⁹ e nos questionários desenvolvidos pelo SREA nos Açores, «Estudo sobre as atitudes dos residentes face ao turismo nos Açores» (2005)⁷⁰ e

⁶⁸ Cf. <http://www.adriaticgreenet.org/> [consultado em 27 de abril de 2020].

⁶⁹ Cf. <https://ceeto-network.eu/> [consultado em 27 de abril de 2020].

⁷⁰ Cf. <https://srea.azores.gov.pt/> [consultado em 27 de abril de 2020].

«Inquérito aos residentes sobre o turismo nos Açores» (2018) ⁷¹. Conforme sugerido nos guias, podem ser acrescentadas questões específicas ao questionário, caso se verifiquem outras «problemáticas» com relevância local, pelo que foram acrescentadas questões provenientes do trabalho de campo realizado anteriormente a este estudo. Foi ainda consultado o guia *The European Tourism Indicator System ETIS Toolkit for Sustainable Destinations* (2016) ⁷².

A opção por este modelo de questionário para este trabalho deve-se à temática escolhida (planeamento sustentável e turismo de base comunitária), à dimensão do território em estudo (pequena escala) e à abordagem sistémica e holística do planeamento de destinos que apresenta. Baseados num turismo integrado, colaborativo e de cooperação entre todos os *stakeholders*, estes guias têm por objetivo auxiliar na avaliação, gestão e monitorização sustentáveis de destinos. Inclusivamente, algo pertinente para este estudo, os guias fornecem um questionário dirigido aos residentes de destinos turísticos, de modo a avaliar as perceções e atitudes dos residentes face ao turismo e dessa forma permitir o envolvimento das comunidades hospedeiras no planeamento turístico:

«The full involvement of the community throughout the process is important. [...] The community is also important to the maintenance of indicators — and some of the most successful long term monitoring programs succeed due to ongoing demands by the community for information and ongoing participation in the monitoring program. The community can also be an important advocate for changes based on their access to and use of the indicators information.» ⁷³

O questionário visa obter as perceções da comunidade face ao turismo em cinco áreas gerais (sugeridas pelos manuais de suporte) a integrar na proposta de planeamento de TBC. Foi lançado *online* na rede social Facebook, pela página da Junta de Freguesia de Ferrel e pela página Ser Ferrel, em 4 de maio de 2020, e encerrado em 30 de junho de 2020, tendo-se retirado uma amostra de 53 respostas para análise. O questionário é composto por 147 perguntas, das quais 127 são de resposta obrigatória e 20 de resposta livre. Consoante o que se pretende verificar, as questões estão colocadas em opção de escolha múltipla, escala de *Likert* (numa escala de 1 a 5), ou resposta aberta/livre.

⁷¹ *Idem.*

⁷² Cf. <https://travelbi.turismodeportugal.pt/> [consultado em 27 de abril de 2020].

⁷³ *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations* (2004) [disponível em <http://www.adriaticgreenet.org/>, consultado em 27 de abril de 2020].

O questionário divide-se em cinco áreas gerais (económica, social, cultural, ambiental e gestão estratégica do destino) analisadas em oito subcategorias (interação entre residentes e turistas; avaliação de turistas e visitantes; efeitos do turismo; identidade; perceção de atributos turísticos; comunidade e turismo; perceção de oportunidades e fraquezas e planeamento), num total de 110 indicadores e 16 respostas livres (Apêndice II).

Da análise do questionário criaram-se sete hipóteses para testar a correlação entre indicadores e o envolvimento comunitário com o turismo e a correlação do envolvimento turístico com a escolha de um plano/modelo turístico de base comunitária.

No processo de recolha de informação contactaram-se os órgãos de poder local, o departamento de turismo da Câmara Municipal de Peniche (vereador responsável pelo setor do turismo, Mark Ministro) e a Junta de Freguesia de Ferrel (senhor presidente, Pedro Barata), com a finalidade de obter informação referente ao estado atual do turismo local, quais as principais preocupações turísticas e o que se perspetiva para o futuro do turismo para o concelho de Peniche. Foram elaboradas 15 perguntas (Apêndice III) para cada um dos órgãos, a fim de comparar os interesses governamentais com os interesses comunitários. Analisaram-se ainda páginas e grupos locais da rede social Facebook para corroborar o questionário (Apêndice IV).

Com base nos resultados obtidos pelo questionário à comunidade, foi criada uma base de dados, posteriormente analisada pelo programa de *software* IBM SPSS Statistics 19, que possibilitou, através de análise descritiva, confiabilidade e correlação de Pearson, avaliar a informação e retirar conclusões para proposta do plano de turismo de base comunitária.

Na Figura 18, a síntese metodológica do estudo.

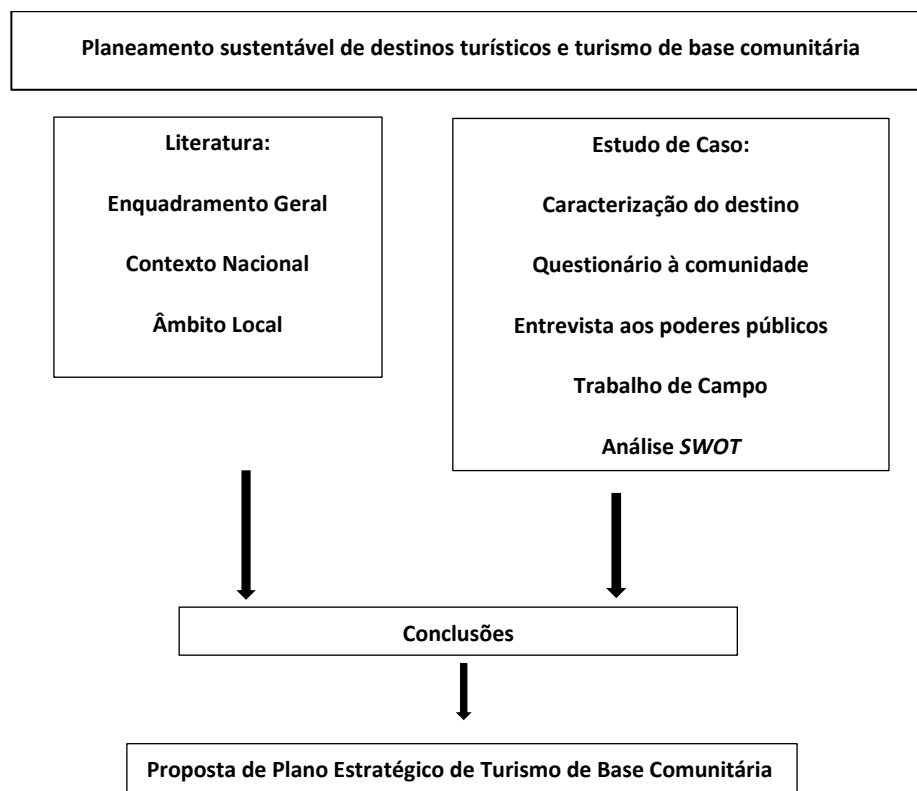


Figura 18: síntese metodológica. Fonte: Elaboração própria.

3.4 Caracterização da amostra e itens de questionário

Iniciamos a análise da recolha de dados pelos dados sociodemográficos. No estudo, consideram-se os residentes e/ou trabalhadores maiores de 16 anos da área geográfica da freguesia de Ferrel (Peniche-Portugal). Do questionário *online* foram válidas para amostra 53 respostas.

No Quadro 1, podemos verificar os dados sociodemográficos da amostra. A maioria dos inquiridos não é natural de Ferrel, mas é aí residente, é do género feminino, com idade entre os 31 e os 45 anos, e apresenta grau de escolaridade secundário. Os dados da amostra referentes à área laboral revelam que 41,5% dos inquiridos trabalham por conta de outrem e 30,2% de forma independente ou são empresários. Quanto às condições de trabalho, 88,2% trabalha a tempo inteiro, 73,3% de modo permanente e 43,6% auferem entre 631€ e 1000€. Cerca de ¼ dos inquiridos mudou de emprego uma a quatro vezes nos últimos dois anos, e 17,4% estiveram em situação de desemprego no mesmo período. Entre os inquiridos, 84,6% mostram-se satisfeitos com as condições de trabalho e 79,2% (cumulativo) teve ligação profissional nos últimos dois anos em atividades relacionadas

com turismo, maioritariamente associado ao alojamento (37,7%), ou seja, 47,6% do total de inquiridos que trabalharam em atividades ligadas ao setor do turismo.

Quadro 1: Caracterização sociodemográfica (N=53). Fonte: Elaboração própria.

Variáveis	N	%	Variáveis	N	%
Naturalidade			Horas de trabalho semanal		
Ferrel	14	26,4	20 - 40 horas	14	32,6
Outro	39	73,6	40 horas	14	32,6
Residência			mais de 40 horas	15	34,9
Residente	50	94,3	Local de trabalho		
Trabalhador	3	5,7	Ferrel	16	42,1
Sempre residiu			Concelho Peniche	12	31,6
Sim	19	35,8	Fora concelho	10	26,3
Não	34	64,2	Peniche		
Género			Vencimento		
Feminino	31	58,5	351 - 630 €	7	17,9
Masculino	22	41,5	631 - 1000 €	17	43,6
Idade			1001 - 2000 €	10	25,6
16 > 30	12	22,6	+2000 €	5	12,8
31 > 45	31	58,5	Mudança trabalho < 2 anos		
+46	10	18,9	Nenhuma	35	79,9
Escolaridade			0 - 2 vezes	11	22,9
Básico	5	9,4	> 4 vezes	2	4,2
Secundário	23	43,4	Desempregado < 2 anos		
Licenciatura	19	35,8	Sim	8	17,4
Mestrado	6	11,3	Não	38	82,6
Trabalho			Satisfação condições trabalho		
Independente/e mpresária/o	16	30,2	Sim	33	84,6
Por conta de outrem	22	41,5	Não	6	15,4
Desempregada/o	5	9,4	Trabalho em Turismo < 2 anos		
Estudante	4	7,5	Alojamento	20	37,7
Reformado	2	3,8	Transportes	1	1,9
Outro	4	7,5	Restauração	1	1,9
Condições de trabalho			Agência	1	1,9
Part-time	4	11,8	Animação	6	11,3
Full-time	30	88,2	Comércio	4	7,5
Sazonal	4	26,7	Outro	9	17
Permanente	15	73,3			

O questionário está organizado em cinco áreas que abrangem as áreas a considerar no planeamento turístico de destinos sugeridos pelos manuais citados (económica, social, cultural, ambiental e gestão estratégica do destino). Para as áreas citadas foi desenvolvido o *ranking* de médias para 101 indicadores. Os indicadores de cada uma das áreas gerais foram analisados a fim de verificar a consistência (confiabilidade) de cada área. Todas as áreas obtiveram valores de Alfa positivos (Quadros 2 a 6).

Quadro 2: Indicadores económicos do destino Ferrel (*ranking* de médias). Fonte: Elaboração própria.

Item	Média	D.P.
Indicador global — área económica ($\alpha = 0,757$)	4,180	0,422
Apoiar o comércio e produção local (agricultura, pesca, artesanato, etc.). *	4,716	0,532
Que contribuam para o comércio e economia local. *	4,641	0,709
Ajuste qualidade/preço dos produtos e serviços entre os negócios locais. *	4,566	0,720
Que respeitem a reserva de produtos ou serviços, ou avisos prévios de cancelamento. *	4,509	0,911
O investimento interno é bom para o turismo em Ferrel. *	4,490	0,668
Que respeitem os preços estabelecidos para os produtos ou serviços. *	4,433	0,820
Aumenta o preço dos imóveis. *	4,415	0,969
Atrai investimento para a economia local. *	4,301	0,952
Beneficia as empresas/negócios locais. *	4,301	0,889
Cria postos de trabalho para os residentes.	4,132	1,038
O turismo em Ferrel traz benefícios para outros setores, como a pesca e a agricultura. *	4,056	0,969
Dá emprego aos jovens locais. *	4,056	1,045
O investimento estrangeiro é bom para o turismo em Ferrel. *	4,000	1,091
Incentiva a produção e comércio de produtos locais. *	4,000	0,980
Aumenta os preços dos produtos. *	3,830	1,236
Ferrel tem muita oferta turística (alojamento, animação, eventos, etc.). *	3,679	1,087
Ferrel tem uma oferta turística bastante diversa (experiências turísticas como <i>surf</i> , <i>yoga</i> , mergulho, etc.). *	3,679	1,105
O dinheiro gasto pelos turistas fica no local/concelho.	3,433	1,168

* Questões avaliadas em escala de *Likert* de 1 a 5.

Quadro 3: Indicadores sociais do destino Ferrel (ranking de médias). Fonte: Elaboração própria.

Item	Média	D.P.
Indicador global — área social ($\alpha = 0,838$)	4,094	0,368
Que tenham cuidados com a preservação do património edificado, de materiais, espaços físicos, infraestruturas, etc. *	4,924	0,331
Que respeitem a comunidade local. *	4,924	0,331
Que respeitem as regras, ética ou leis locais. *	4,849	0,411
Gosto de viver em Ferrel. *	4,754	0,585
Locais acessíveis a todos (pessoas com mobilidade reduzida). *	4,754	0,515
O «verdadeiro ferrelejo» tem orgulho na sua terra. *	4,716	0,689
A comunidade deve apoiar e promover os produtos e serviços locais. *	4,584	0,663
O turismo é importante para Ferrel. *	4,566	0,720
Melhores acessos. *	4,490	0,749
Os turistas gostam de visitar Ferrel. *	4,452	0,798
Os «ferrelejos» são hospitaleiros. *	4,433	0,796
A comunidade tem orgulho em exprimir a sua identidade aos turistas e visitantes. *	4,415	0,864
Que respeitem os horários estabelecidos pelos serviços. *	4,396	0,839
Aumentar a segurança. *	4,377	0,813
Ferrel é fantástico. *	4,301	0,991
A comunidade tem orgulho em que turistas e visitantes visitem Ferrel. *	4,283	0,863
Que peçam permissão para tirar fotografias ou registo de pessoas da comunidade local. *	4,226	1,067
Mais policiamento. *	4,056	1,063
A comunidade deve envolver-se mais no turismo local. *	4,056	0,864
Dificulta o acesso dos residentes a zonas balneares e outros locais de lazer. *	4,018	1,028
A comunidade de Ferrel conhece a sua história, cultura e património natural. *	4,018	1,028
Como residente, é um direito, ou dever cívico, contribuir para o desenvolvimento do turismo de Ferrel. *	3,981	1,082
Como descreveria o fluxo do turismo em Ferrel até ao fim do ano de 2019? *	3,754	0,757
Os residentes têm fácil acesso aos serviços usados pelos turistas. *	3,471	1,102
Melhora a qualidade de vida dos residentes. *	3,433	1,047
Ajuda a criar serviços que servem os residentes. *	3,433	1,118
Pessoalmente, tenho benefícios do desenvolvimento do turismo de Ferrel. *	3,415	1,486
Em termos gerais, qual a sua opinião sobre o turismo em Ferrel? *	3,264	0,737
Em comparação com os anos 2018 e 2019, gostaria que no futuro houvesse mais ou menos turismo em Ferrel? *	3,169	1,032
Aumenta a criminalidade. *	2,735	1,242
Aumenta a segurança. *	2,660	0,897

* Questões avaliadas em escala de *Likert* de 1 a 5.

Quadro 4: Indicadores culturais do destino Ferrel (*ranking* de médias). Fonte: Elaboração própria.

Item	Média	D.P.
Indicador global — área cultural ($\alpha = 0,643$)	3,679	0,478
A identidade local é importante. *	4,830	0,469
Promover ícones locais. *	4,396	0,792
Ferrel tem história e cultura. *	4,264	0,835
Existir um espaço museológico ou interpretativo sobre a cultura local. *	4,113	1,068
Estimula a cultura local e o artesanato. *	3,754	1,017
Realizar mais festas, eventos ou comemorações. *	3,716	1,062
Contribui para a preservação e promoção do património. *	3,415	0,989
Ajuda a conservar a identidade local. *	2,943	0,928
Altera os costumes e tradições de Ferrel. *	2,886	1,250
Prejudica os padrões morais da comunidade local. *	2,471	1,170

* Questões avaliadas em escala de *Likert* de 1 a 5.

Quadro 5: Indicadores ambientais do destino Ferrel (*ranking* de médias). Fonte: Elaboração própria.

Item	Média	D.P.
Indicador global — área ambiental ($\alpha = 0,663$)	3,908	0,387
Que tenham cuidados com a preservação ambiental e biodiversidade locais (fauna e flora de espaços naturais, poluição, consumo energético, etc.). *	4,943	0,304
Ferrel tem um património natural maravilhoso. *	4,830	0,469
Criar infraestruturas de equipamento, conservação e suporte para o turismo (apoios de praia, sinalização, informação, estacionamento, património, etc.). *	4,773	0,505
Diminuir o impacto do turismo no ambiente e na biodiversidade local. *	4,603	0,688
Melhor rede de transportes. *	4,566	0,693
Negócios e estabelecimentos com certificações e preocupações ambientais. *	4,509	0,823
Melhorar a limpeza de ruas e praias. *	4,471	0,774
Provoca problemas de trânsito e de estacionamento. *	4,377	0,985
Prejudica o meio ambiente (mais poluição, mais resíduos, destruição da paisagem natural, etc.). *	3,716	1,230
Provoca alterações na paisagem e biodiversidade. *	3,566	1,135
Maior sensibilização para a proteção dos recursos naturais. *	3,509	1,049
Pode levar à escassez de recursos naturais à população local (água, energia, alimentos, etc.). *	2,547	1,202

* Questões avaliadas em escala de *Likert* de 1 a 5.

Quadro 6: Indicadores de gestão estratégica do destino (GED) de Ferrel (ranking de médias). Fonte: Elaboração própria.

Item	Média	D.P.
Indicador global — área GED ($\alpha = 0,858$)	3,928	0,416
A identidade, património histórico, cultural e natural locais são recursos que devem ser usados pela comunidade local para experiências turísticas. *	4,735	0,486
Melhorar a qualidade dos produtos e serviços turísticos. *	4,660	0,618
Regulamentação para o <i>surf</i> . *	4,603	0,768
Explorar melhor os recursos existentes para atividades ou experiências turísticas (gastronomia, agricultura, pesca, pinhal de Ferrel, património edificado, tradição oral, estórias, saberes, etc.). *	4,584	0,691
Cooperação entre negócios, empresários e setores locais. *	4,584	0,842
No planeamento e desenvolvimento do turismo em Ferrel é importante considerar as alterações climáticas e a biodiversidade. *	4,528	0,723
Um plano estratégico próprio, de base comunitário, é positivo para o turismo de Ferrel. *	4,452	0,773
A promoção e valorização das particularidades de Ferrel são importantes para o desenvolvimento do turismo local e do concelho de Peniche. *	4,433	0,866
Quebrar com a sazonalidade do turismo. *	4,339	0,939
Articular o turismo aos setores da pesca e agricultura. *	4,339	0,918
Ferrel tem oportunidades turísticas por explorar. *	4,339	0,830
Espaços de interesse (de visitação) em funcionamento todo o ano. *	4,301	0,889
Estou disposto/a a contribuir para o desenvolvimento do turismo de Ferrel. *	4,207	0,947
A economia circular pode ser positiva para o turismo de Ferrel. *	4,056	0,988
Que façam avaliações dos produtos e serviços locais. *	4,037	1,073
Definir o perfil de turista ou visitante que se pretende para Ferrel. *	4,000	1,019
Estou disposto/a a envolver-me e contribuir para uma gestão e planeamento do turismo de Ferrel. *	4,000	0,980
A economia circular contribui para a sustentabilidade do turismo. *	4,000	0,877
Ferrel deve adotar um modelo de economia circular para o turismo. *	3,981	1,009
A economia circular pode ser aplicada ao turismo. *	3,981	0,843
Ferrel deve apostar mais no turismo. *	3,924	1,071
As atrações turísticas de Ferrel devem estar interligadas com as atrações de outras freguesias do concelho de Peniche. *	3,660	1,108
Ferrel tem serviços turísticos de qualidade. *	3,584	0,989
As atrações turísticas de Ferrel são promovidas e valorizadas por entidades privadas. *	3,471	0,972

As atrações turísticas de Ferrel são promovidas e valorizadas por entidades públicas (Câmara Municipal de Peniche e Junta de Freguesia de Ferrel). *	3,132	1,000
De modo geral, considero a comunidade qualificada, ou com formação, para o turismo. *	3,075	1,053
As atrações turísticas de Ferrel (naturais, património histórico, cultural, experiências, etc.) estão interligadas com as atrações de outras freguesias do concelho de Peniche. *	2,867	1,074
Ferrel tem benefícios com a estratégia municipal para o turismo. *	2,867	1,127
Ferrel deve continuar como está. *	2,679	1,282
O município de Peniche tem controlo sobre o turismo. *	2,433	1,028

* Questões avaliadas em escala de *Likert* de 1 a 5.

Foi avaliada a correlação entre os indicadores globais e a associação destes à escolha de um modelo estratégico de CBT, que se pretende analisar neste estudo. Todas as áreas revelaram valores significativos, sendo as áreas de «Gestão estratégica do Destino» e «Económica» as que apresentam correlações mais significativas com o CBT (Quadro 7).

Quadro 7: Correlações entre indicadores globais. Fonte: Elaboração própria.

	Área Económica	Área Social	Área Cultural	Área Ambiental	GED
Área Económica	1				
Área Social	0,671**	1			
Área Cultural	0,478**	0,641**	1		
Área Ambiental	0,064	-0,035	0,164	1	
GED	0,650**	0,679**	0,696**	0,254	1
CBT	0,413**	0,287*	0,338*	0,348*	0,673**

** Valor de $p < 0,001$; * Valor de $p < 0,005$.

Legenda: GED — Gestão estratégica do destino; CBT — Turismo de base comunitária.

3.4.1 Teste de hipóteses

Para avaliar o envolvimento comunitário com o turismo e a sua associação a um modelo CBT, foram desenvolvidas sete hipóteses. Utilizou-se o *software* IBM SPSS para testar a correlação entre as variáveis e dimensões. Cada variável foi analisada

separadamente e verificou-se o grau de confiabilidade entre variáveis de modo a aferir se cada variável mede o mesmo conceito. As dimensões (itens agrupados) registam um Alfa positivo ($\Rightarrow 0,60$) e foi analisada a Correlação de Pearson entre dimensões e variáveis por forma a verificar o nível de associação entre dimensões e itens (Quadro 8). No Quadro 9, podemos verificar as correlações elevadas significativas e as correlações moderadas significativas. Verificamos que todos os itens e itens agrupados têm uma associação moderada significativa com o envolvimento turístico. No Quadro 9, podemos verificar que a dimensão «Exploração de recursos para fins turísticos» é a que apresenta a associação mais significativa com a escolha de um modelo de turismo de base comunitária. Salientamos que as associações significativas elevadas ($\Rightarrow 0,50$) se relacionam com o item «Apoio ao desenvolvimento turístico», sendo a mais elevada entre «Envolvimento» e «Apoio ao desenvolvimento turístico».

Quadro 8: Itens e itens integrados. Fonte: Elaboração própria.

Itens e itens integrados	Média	D.P.
Exploração de recursos para fins turísticos $\alpha = ,792$	4,377	0,564
A identidade, património histórico, cultural e natural locais são recursos que devem ser usados pela comunidade local para experiências turísticas. *	4,735	0,486
Apoiar o comércio e produção local (agricultura, pesca, artesanato, etc.). *	4,716	0,532
Promover ícones locais. *	4,396	0,792
Realizar mais festas, eventos ou comemorações. *	3,716	1,062
Explorar melhor os recursos existentes para atividades ou experiências turísticas (gastronomia, agricultura, pesca, pinhal de Ferrel, património edificado, tradição oral, estórias, saberes, etc.). *	4,584	0,691
Existir um espaço museológico ou interpretativo sobre a cultura local. *	4,113	1,068
Sentimento de orgulho e pertença $\alpha = 0,834$	4,628	0,625
O «verdadeiro ferrelejo» tem orgulho na sua terra. *	4,716	0,689
A comunidade tem orgulho em exprimir a sua identidade aos turistas e visitantes. *	4,415	0,864
Gosto de viver em Ferrel. *	4,754	0,585
Apoio ao turismo	3,924	1,071
Ferrel deve apostar mais no turismo. *	3,924	1,071
Satisfação com o turismo	3,264	0,737
Em termos gerais, qual a sua opinião sobre o turismo em Ferrel? *	3,264	0,737
Perceção benefícios do turismo $\alpha = 0,702$	3,553	0,385
Aumenta o preço dos imóveis. *	4,415	0,969
Provoca problemas de trânsito e de estacionamento. *	4,377	0,985

Atrai investimento para a economia local. *	4,301	0,952
Beneficia as empresas/negócios locais. *	4,301	0,889
Cria postos de trabalho para os residentes.	4,132	1,038
Dá emprego aos jovens locais. *	4,056	1,045
Dificulta o acesso dos residentes a zonas balneares e outros locais de lazer. *	4,018	1,028
Incentiva a produção e comércio de produtos locais. *	4,000	0,980
Aumenta os preços dos produtos. *	3,830	1,236
Estimula a cultura local e o artesanato. *	3,754	1,017
Prejudica o meio ambiente (mais poluição, mais resíduos, destruição da paisagem natural, etc.). *	3,716	1,230
Provoca alterações na paisagem e biodiversidade. *	3,566	1,135
Maior sensibilização para a proteção dos recursos naturais. *	3,509	1,049
Dificulta o acesso dos residentes a zonas balneares e outros locais de lazer. *	4,018	1,028
Melhora a qualidade de vida dos residentes. *	3,433	1,047
Ajuda a criar serviços que servem os residentes. *	3,433	1,118
O dinheiro gasto pelos turistas fica no local/concelho.	3,433	1,168
Contribui para a preservação e promoção do património. *	3,415	0,989
Pessoalmente, tenho benefícios do desenvolvimento do turismo de Ferrel. *	3,415	1,486
Ajuda a conservar a identidade local. *	2,943	0,928
Altera os costumes e tradições de Ferrel. *	2,886	1,250
Aumenta a criminalidade. *	2,735	1,242
Aumenta a segurança. *	2,660	0,897
Pode levar à escassez de recursos naturais à população local (água, energia, alimentos, etc.). *	2,547	1,202
Prejudica os padrões morais da comunidade local. *	2,471	1,170
Importância atribuída ao turismo	4,566	0,720
O turismo é importante para Ferrel. *	4,566	0,720
Envolvimento turístico $\alpha = ,855$	4,061	0,811
Como residente é um direito, ou dever cívico, contribuir para o desenvolvimento do turismo de Ferrel. *	3,981	1,082
A comunidade deve envolver-se mais no turismo local. *	4,056	0,864
Estou disposto/a a contribuir para o desenvolvimento do turismo de Ferrel. *	4,207	0,947
Estou disposto/a a envolver-me e contribuir para uma gestão e planeamento do turismo de Ferrel. *	4,000	0,980

* Questões avaliadas em escala de *Likert* de 1 a 5.

Quadro 9: Teste de hipóteses. Fonte: Elaboração própria.

	A	B	C	D	E	F	G
A	1						
B	0,513**	1					
C	0,472**	0,359**	1				

D	0,364**	0,688**	0,196	1			
E	0,375**	0,162	0,517**	0,150	1		
F	0,347*	0,347**	0,554**	0,292*	0,355**	1	
G	0,480**	0,336*	0,802**	0,366**	0,486**	0,408**	1
H	0,416**	0,221	0,204	0,258	0,346*	0,049	0,330*

Legenda: **valor de $p < 0,001$; *valor de $p < 0,005$. **A** — Exploração de recursos para fins turísticos; **B** — Sentimento de pertença; **C** — Apoio ao turismo; **D** — Satisfação com o turismo; **E** — Perceção dos benefícios do turismo; **F** — Importância atribuída ao turismo; **G** — Envolvimento turístico; **H** — Modelo TBC.

3.4.2 Análise de hipóteses

De modo a verificar se os indicadores avaliam o envolvimento comunitário com o turismo, elaborámos sete hipóteses.

Para verificação das hipóteses utilizou-se o programa de software IBM SPSS na análise dos itens. Para os itens agrupados foi analisado o Alfa de Cronbach, e todos revelaram valores de confiabilidade positivos ($\Rightarrow 0,60$). Posteriormente, os itens foram agrupados numa nova variável através do comando transformação e cálculo de nova variável. De seguida, procedemos à análise de correlação de Pearson entre itens e itens agrupados. No Quadro 9, podemos verificar as correlações entre itens e itens agrupados.

No que concerne as hipóteses colocadas, para a hipótese 1, podemos concluir que existe uma correlação positiva moderada bastante significativa (valor de $P = < 0,001$) entre as variáveis «Exploração de recursos para fins turísticos» e «Envolvimento com turismo». Dos indicadores que integram a variável «Exploração de recursos para fins turísticos», podemos aferir que a exploração/desenvolvimento de atividades turísticas com base em recursos culturais ou identitários são valorizados pela amostra e permitem o envolvimento comunitário com o turismo.

Na hipótese 2, testámos a correlação entre «Sentimento de pertença» e «Envolvimento com o turismo». Podemos verificar que existe uma correlação de Pearson positiva moderada e significativa ($p = < 0,005$) que nos indica que o sentimento de pertença com a comunidade influencia de forma positiva a predisposição para envolvimento com o turismo local.

A hipótese 3 pretende analisar a correlação entre «Apoio ao turismo» e «Envolvimento». Esta hipótese mostra uma correlação bastante elevada ($=> 0,50$) e significativa ($p = < 0,001$) entre as duas variáveis, sendo de todos os itens a que apresenta a correlação mais forte. Podemos afirmar que o apoio ao turismo tem uma correlação elevada significativa com o envolvimento com o turismo, o que nos mostra a importância do envolvimento comunitário com o turismo e a sua predisposição para apoiar o desenvolvimento turístico.

Testámos na hipótese 4 se a «Satisfação com o turismo» tem influência positiva na predisposição para o envolvimento com o turismo. A correlação entre os itens é moderada e bastante significativa, pelo que a hipótese é válida.

Analisámos a correlação entre a «Perceção de benefícios» do turismo e a predisposição para o envolvimento na hipótese 5. Os resultados foram positivos, a correlação entre as variáveis é moderada (quase elevada) e bastante significativa. Aferimos que a perceção da amostra de benefícios provenientes do turismo tem influência positiva na predisposição para envolvimento com o turismo.

A hipótese 6 faz a análise de correlação entre a «Importância atribuída ao turismo» e o «Envolvimento» com o turismo. Os itens apresentam uma correlação moderada bastante significativa.

Todas as hipóteses foram afirmadas positivamente, pelo que podemos concluir que os itens do questionário avaliam a predisposição para o envolvimento turístico.

Conforme mencionado, o envolvimento com o turismo é basilar no TBC. Analisámos se os itens do questionário permitiam avaliar a envolvimento da comunidade com o turismo e obtivemos valores positivos, pelo que podemos afirmar que o questionário é adequado.

Por último, a hipótese 7 pretende verificar a correlação entre o «Envolvimento com o turismo» e a escolha de um «Modelo de turismo de base comunitária». Verificamos no Quadro 9 que a correlação entre as variáveis é moderada e significativa. Salientamos que a predisposição para a escolha de um modelo CBT apenas apresentou correlação positiva com três itens («Exploração de recursos para fins turísticos», «Perceção de benefícios do turismo» e «Envolvimento turístico») e a correlação mais significativa associada à «Exploração de recursos para fins turísticos». Relembramos o Quadro 7, de

correlação entre indicadores globais, no qual as áreas social e de gestão estratégica do destino apresentavam as principais correlações com o CBT.

Podemos concluir com base na análise do questionário que, para a implementação de um modelo de turismo de base comunitária em Ferrel, é primeiramente essencial que a comunidade se predisponha a explorar os recursos existentes, que percecionem os benefícios provenientes do turismo e se envolva com o turismo local. As principais áreas a considerar (conforme o Quadro 7) serão as relacionadas com a área económica e a definição de uma estratégia ou plano para o turismo local, pelo que concluímos a necessidade de um plano estratégico para o turismo do destino Ferrel.

CAPÍTULO IV — DISCUSSÃO DE RESULTADOS

4.1 Introdução

O questionário dirigido à comunidade abrange cinco áreas gerais (económico, social, cultural, ambiental e gestão estratégica do destino), analisadas em oito subcategorias:

1. Interação entre residentes e turistas;
2. Avaliação de turistas e visitantes;
3. Efeitos do turismo;
4. Identidade;
5. Perceção de atributos turísticos;
6. Comunidade e turismo;
7. Perceção de oportunidades e fraquezas turísticas;
8. Planeamento.

4.1.1 Interação entre residentes e turistas

Estudos salientam a influência positiva proveniente da interação entre turistas e residentes para o desenvolvimento do turismo e o crescimento de benefícios para as comunidades hospedeiras, tais como o aumento da qualidade de vida, melhor perceção dos impactes do turismo, maior conhecimento e compreensão da sua cultura, atitudes positivas face ao turismo e de «descoberta» de novas oportunidades turísticas (Ambitur, 2018) ⁷⁴.

Na presente análise, referente à esfera social do turismo, abordamos as interações entre turistas e residentes. Os dados dos sete indicadores avaliados (Apêndice II, Gráficos 1 a 7 e «respostas livres» Tabelas 1 a 4, mostram que 54,7% dos residentes têm contacto com turistas no trabalho e 64,2% «cruzam-se» frequentemente com turistas durante o tempo de lazer. A maioria (79,2%) não sente que o contacto com turistas perturbe as suas atividades, apesar de 54,7% admitir alterar hábitos para evitar turistas. Entre a comunidade, 60,4% gostam de ver turistas, e das 30 (56,6%) «respostas livres» à pergunta «Onde?», aferimos que a comunidade tem preferência em ver turistas em espaços comerciais (lojas, cafés, restaurantes, bares) nas praias e a «passear pela vila» — «dá uma certa vida à vila». Para 17% dos inquiridos, há locais onde preferiam não ver

⁷⁴ Cf. <https://www.ambitur.pt/turistas-e-residentes-qualidade-de-vida-aumenta-com-maior-interacao/>, [consultado em 5 de novembro de 2020].

turistas, sete (13,2%) respostas à pergunta de resposta livre «Onde?» indicam ser desagradável o excesso de turistas em zonas de lazer (praia, mar), que os privem de usufruir desses locais. Quanto ao tipo de turista, 69,8% não têm preferência por um tipo de turista em particular, mas 13 (24,5%) inquiridos têm preferência pelo turista respeitoso para com a comunidade e interessado pela cultura local, e 18 (33,9%) exprimiram desagrado com o turista que se mostre desrespeitoso para com os locais, cause distúrbios/conflitos, os caravanistas, que polua e desrespeite o meio ambiente e não contribua para a economia local, conforme podemos verificar no Apêndice IV, Figuras 1 e 2.

Das observações fornecidas pelos residentes (15%) denota-se o interesse/gosto pelo contacto com turistas, a necessidade de atividades que permitam um maior envolvimento entre locais e turistas, e preocupação com a capacidade de carga para as infraestruturas existentes e a segurança na prática de atividades de *surf*. Ao pesquisarmos a rede social Facebook, vários locais mencionam o aumento do risco de acidentes devido à falta de ordenamento desta atividade desportiva, assim como descontentamento com o *overcrowd* de *surf* no mar [Apêndice IV, Figura 3: *surf* na praia do Baleal (Ferrel, Peniche)].

4.1.2 Avaliação de turistas e visitantes

Pretende-se nesta categoria avaliar a importância atribuída pelos residentes às atitudes dos turistas.

No Apêndice II, Gráfico 8, podemos verificar que as atitudes dos turistas mais privilegiadas pela amostra estão associadas às áreas social, cultural e ambiental. Ainda que na categoria «Interação entre residentes e turistas» apenas 24,5% da amostra tenha referido preferência por um tipo de turista em particular (respeitoso para com a comunidade e interessado pela cultura local, segundo resposta livre), o Gráfico 8 mostra que toda a amostra (N=53) dá muita importância a atitudes que demonstrem respeito pela comunidade, ambiente e património, aproximando-se a atitude do turista do tipo de perfil de turista preferencial da amostra verificado na categoria anterior.

Quanto às respostas livres, à pergunta «Já teve alguma das experiências mencionadas, ou outra, com turistas ou visitantes? Qual?», a preponderante entre os respondentes é o desrespeito pelos locais. Em relação ao sentimento causado pela atitude

do turista, podemos considerar sentimentos positivos e negativos na avaliação. A amostra revela como sentimento positivo «satisfação» e «alegria», e sentimento de «revolta» face a atitudes que avaliam como negativas. Perante atitudes negativas de turistas, a amostra tende a «alertá-los» (Tabela 5).

Nas observações a esta categoria, há menção a atitudes positivas (simpatia e respeito), ao perfil de turista de baixo nível de rendimento que não contribui para a economia local, e a atitudes de respeito pela comunidade. Em suma, as atitudes mais valorizadas refletem-se no respeito pela comunidade, ambiente e contributo para a economia local.

4.1.3 Efeitos do turismo

O turismo surte efeito nos destinos turísticos principalmente sobre as comunidades hospedeiras. Assim, esta categoria pretende avaliar os impactes (positivos/negativos) do turismo percecionados pela comunidade de Ferrel.

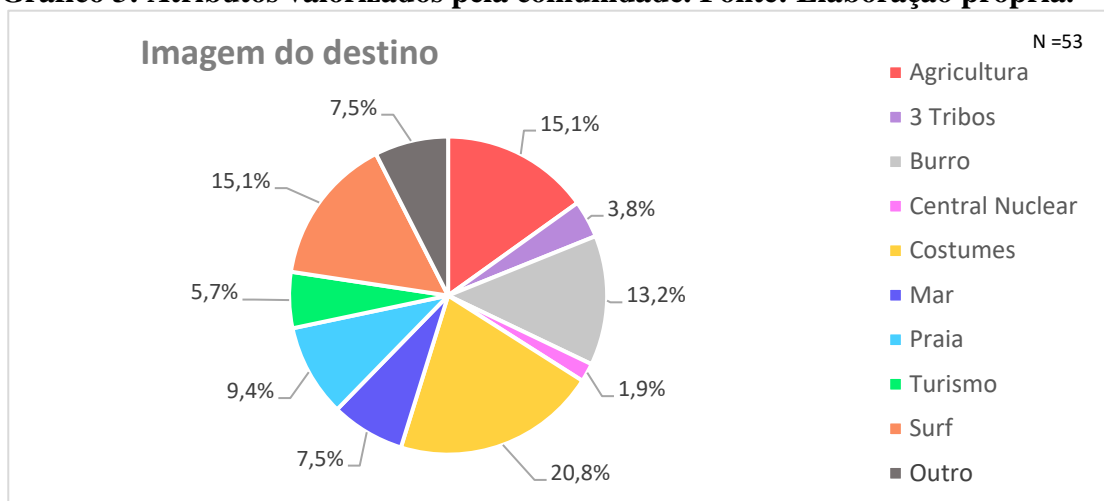
Conforme os gráficos 9 e 10 os principais impactes positivos refletem-se sobretudo na área económica, observados na captação de investimento, benefícios nos negócios locais e geração de emprego, e entre os impactes negativos destacam-se o aumento dos preços dos imóveis, problemas de acesso a zonas de lazer e de trânsito, também verificado nas redes sociais (conforme Apêndice IV, Figuras 4 e 5) e em comentários livres às categorias anteriores. Na Tabela 6 de observações sobre os efeitos do turismo, são principalmente mencionados aspetos negativos relacionados com a inflação de preços e desordenamento do trânsito. Apesar de perceber benefícios provenientes do turismo, a amostra expõe uma maior perceção dos impactes negativos do turismo no local.

4.1.4 Identidade

Uma imagem de marca do destino consubstanciada na identidade local é reconhecida por promover o envolvimento, sentimento de pertença e compromisso da comunidade com o turismo local (Zenker *et al.* 2016).

Avaliámos, com base na identidade local, qual a imagem de marca valorizada pela comunidade a ser promovida pelo destino Ferrel (Gráfico 3). Segundo a amostra, os costumes locais, a agricultura e o *surf* são os principais atributos que identificam Ferrel. É interessante referir que nas respostas livres (Apêndice II, Tabela 7) são mencionados atributos/características identitárias como a «união» e a «língua falada» ou dialeto local.

Gráfico 3: Atributos valorizados pela comunidade. Fonte: Elaboração própria.



4.1.5 Perceção de atributos turísticos

Pretende-se analisar a perceção da amostra em relação ao sentimento comunitário, aos atributos locais e à predisposição para exploração dos recursos com fins turísticos.

A amostra indica forte sentimento de orgulho e pertença, que a identidade local é importante para a comunidade (Apêndice II, Gráfico 11), tem perceção dos recursos existentes (Apêndice II, Gráfico 12) e concorda que os recursos locais são importantes para o desenvolvimento turístico local, tendo perceção de oportunidades turísticas inexploradas (Apêndice II, Gráfico 13). Os inquiridos demonstram predisposição para a exploração dos recursos para fins turísticos e apreciam exprimir a sua identidade aos turistas (Apêndice II, Gráfico 14). Salientamos que a amostra tem perceção menos positiva relativamente à diversidade, quantidade e qualidade dos serviços da oferta turística local, referido em alguns comentários em «Observação resposta livre»:

«Falta algo mais que o *surf* e praia. Poderiam surgir outras atividades/atributos [...] As ligações por autocarro no concelho também são muito fracas. Não estão adotadas às necessidades, principalmente na época alta [...] Uma última consideração, falta uma foto de Ferrel, algo que marque [...] aquela que olhávamos e diziam, “isto é Ferrel, tenho de visitar”.»

«[...] parece-me que toda a estratégia turística passa por um produto, o *surf*. Normalmente uma empresa que depende 100% dum só produto...»

«Ferrel precisa ainda de desenvolver mais infraestruturas e/ou metodologias, de criar uma boa harmonia entre a enchente de pessoas na época alta e a baixa. E criar alguma organização entre o tipo de negócios turísticos que surgem, para não haver demasiado do mesmo e mais de outros serviços que todos podíamos beneficiar mais.»

4.1.6 Comunidade e turismo

Nesta categoria, analisamos a importância e predisposição da comunidade ao apoio e envolvimento com o turismo local.

De modo geral, a amostra considera que o turismo é importante para o local, com uma média de resposta de 4,7 (Apêndice II, Gráfico 15) e desvio padrão de 0,720 (Quadro 3), o que significa que a maioria da amostra não difere muito na amplitude de resposta ao item. Obtiveram-se respostas bastante positivas em relação à predisposição ao envolvimento com o turismo ao nível tanto individual como comunitário (Apêndice II, Gráfico 16), ainda que a média de resposta a «Ferrel deve apostar no turismo» seja inferior à predisposição com o envolvimento turístico, de 3,9 (Apêndice II, Gráfico 15).

No que concerne a satisfação com o turismo, de modo geral, a opinião dos respondentes é satisfatória a boa (Apêndice II, Gráfico 17). A maioria da amostra considera que o fluxo turístico é alto (Apêndice II, Gráfico 18) e pretende que, no futuro, o fluxo turístico se mantenha igual ao atual. Contudo, em conjunto, a mesma percentagem (37,7%) quer mais ou muito mais turismo na freguesia de Ferrel (Apêndice II, Gráfico 19).

Nas respostas livres à pergunta «Relativamente ao turismo em Ferrel, existe algum aspeto que o/a preocupe?», obtivemos uma participação considerável da amostra, com 51 respostas (Apêndice II, Tabela 8). A maioria das preocupações com o turismo incide na capacidade de carga do local e infraestruturas existentes, problemas de trânsito e de acesso a locais de lazer, falta de ordenamento e planeamento turístico, preocupações com a poluição e a degradação ambiental, especulação imobiliária e aumento dos preços de produtos/serviços e a «fuga» dos locais para outras localidades. A poluição associada ao turismo é bastante discutida pelos locais nas redes sociais, seja pela recolha de resíduos insuficiente durante a época estival devido ao aumento considerável de pessoas na freguesia, quer associada ao divertimento noturno (bares) e aos caravanistas (Apêndice IV, Figuras 6, 7 e 8).

Nas sugestões para melhoria do turismo local, também com 51 respostas, é principalmente referida a criação/melhoria de acessos e infraestruturas de apoio ao turismo; controlo do aumento do alojamento local e escolas de *surf* em prol de uma oferta baseada em experiências turísticas mais diversificada de âmbito cultural e de natureza; e apostar na qualidade e sustentabilidade do turismo (Apêndice II, Tabela 8).

4.1.7 Perceção de oportunidades e fraquezas

Nesta categoria, analisa-se a perceção da amostra em relação à importância atribuída a oportunidades, necessidades ou melhorias turísticas locais.

Tanto a perceção de oportunidades relacionadas com o apoio à produção local como de exploração dos recursos para fins turísticos obtiveram valores bastante elevados (4,7; Apêndice II, Gráfico 20).

A amostra indica como principais necessidades infraestruturas de suporte ao turismo e locais acessíveis a pessoas com mobilidade reduzida (Apêndice II, Gráfico 21), já mencionado em categorias anteriores. No Apêndice IV, Figura 9 podemos verificar as infraestruturas existentes de apoio ao turismo na freguesia de Ferrel. É visível a insuficiência de suportes para a dimensão de área de praia e número de utilizadores que acede ao local, principalmente durante a época estival (dados fornecidos pelo PORDATA indicam, no ano de 2019, 822,5 dormidas em alojamentos turísticos por cada 100 habitantes)⁷⁵. Salientamos a necessidade de aumentar a segurança, com um valor elevado (4,4) devido à subida de crimes na freguesia, problemática já anunciada oficialmente, conforme Apêndice IV, Figura 10.

Relativamente à perceção de necessidades de gestão e qualidade turística (Apêndice II, Gráfico 22), «melhorar a qualidade dos produtos e serviços locais» obteve o valor mais elevado (4,7) de todos os indicadores, seguido pela «regulamentação da atividade desportiva do *surf*» e «cooperação entre *stakeholders*», ambos com 4,6. O ordenamento do *surf* tem sido um tema bastante debatido pelos locais, devido ao excesso de escolas e *surf camps* na freguesia (e em todo o concelho em geral). Em 2018, algumas escolas e instrutores de *surf* locais reuniram-se com o presidente do concelho (Henrique Antunes) e apresentaram/solicitaram uma proposta de regulamento para o *surf* (Anexo E). Em janeiro de 2019, a Associação de Escolas de *Surf* de Portugal organizou uma sessão

⁷⁵ PORDATA.pt. [consultado em 28 de novembro de 2020].

de esclarecimentos, discutiu alternativas para o ordenamento do *surf* com os atores locais, e criou a primeira proposta oficial de Ordenamento do *Surf* em Peniche (disponível em www.ppsc.pt). As dificuldades de ordenamento do *surf* e o aumento do licenciamento de escolas têm suscitado localismo e crime, como se verifica no Apêndice IV, Figura 11.

4.1.8 Planeamento

Na categoria Planeamento, aferimos a perceção da amostra sobre o planeamento turístico local. Aqui, avaliamos a preferência ou predisposição da amostra em adotar um modelo de CBT.

A maioria da amostra (81,1%, Apêndice II, Gráfico 23) desconhece a estratégia municipal para o turismo do concelho e tem uma perceção negativa em relação ao controlo municipal sobre o turismo local (2,4 conforme o Apêndice II, Gráfico 24). De modo geral, a amostra não sabe avaliar se a promoção do destino é desenvolvida por entidades públicas, visto que o valor 3 representa um valor neutro (não concordo nem discordo) e a média de resposta é de 3,1, com um desvio padrão de 1,000 — ainda que com um valor baixo, reconhece a promoção realizada por privados (Apêndice II, Gráfico 24). Da mesma forma, a amostra não tem perceção se as atrações da freguesia de Ferrel se encontram articuladas com as demais atrações do concelho nem de que a freguesia obtém benefícios com a estratégia turística municipal. Apesar de um valor baixo (ainda que positivo, de 3,7), considera que as atrações de Ferrel devem funcionar em rede com as demais atrações concelhias (Apêndice II, Gráfico 24).

Relativamente a um planeamento específico para Ferrel, a amostra tem uma perceção bastante positiva e demonstra concordar com a implementação de um modelo CBT (4,5) que considere as alterações climáticas e a biodiversidade assente numa economia circular, tal como mostra o Apêndice II, Gráfico 25.

Das cinco observações a esta categoria salientamos as seguintes:

«Não parece muito visível, parece que cada empresário trabalha por si próprio. Precisa-se do Plano estratégico básico comunitário e que as autarquias façam a sua parte no arranjo e embelezamento das ruas, estradas, bermas passeios etc.»

«Sinto que Ferrel é, de alguma forma, desprezado pelo município de Peniche. Se melhorámos muito nos últimos anos foi graças à JFF e investimento privado (algum dele de residentes). Temos de criar receitas próprias.»

«Estamos isolados num concelho que olha para o seu umbigo, e para certas freguesias [...] De Peniche, nada receberemos [...] vamo-nos valorizar e lutar por nós e pelo nosso e único Ferrel.»

4.2 Entrevista aos órgãos de poder local

A opinião do presidente da junta de freguesia de Ferrel sobre o turismo não difere muito da opinião da amostra (Apêndice III). Apesar da falta de entendimento com a visão municipal e de considerar que a valorização dos recursos locais pelo município é péssima, existem muitas potencialidades locais por explorar, e é urgente encontrar soluções que aumentem a qualidade do turismo local. As principais preocupações são ao nível ambiental e com a capacidade de carga local, e os benefícios são reconhecidos pelo aumento de emprego e construção civil. Os atributos turísticos culturais, identitários e de natureza são reconhecidos como a potencial aposta para o turismo local. O presidente da junta considera preponderante existir um plano turístico que promova a qualidade e sustentabilidade turística. Não obtivemos resposta ao questionário dirigido à Câmara Municipal de Peniche.

4.3 Proposta de plano estratégico de turismo de base comunitária

As motivações para realizar uma viagem são variadas, e vários são também os fatores que influenciam a escolha de um destino em detrimento de outro. O turista atual procura sensações, novas experiências, aventura, envolvimento, autenticidade, um turismo de emoções. Contudo, a escolha de um destino não se rege apenas por aspetos internos do turista (fatores *push*), mas também pelos atributos que o destino apresenta (fatores *pull*) (Dan, 1977, *apud* Gomes, T., 2017).

A atratividade do destino turístico assenta na diferenciação da sua oferta, em que as vantagens comparativas se destacam por uma melhor oferta de bens, serviços e experiências que o diferenciam e o tornam mais apelativo (competitivo) face a outro destino.

Considerando o processo deste trabalho — trabalho de campo, questionário desenvolvido com a comunidade e entrevistas aos órgãos locais —, propõe-se um plano de CBT para o destino Ferrel consubstanciado nas avaliações fornecidas pela amostra ao questionário. O plano considera ainda a caracterização turística local, os recursos locais

e a integração das políticas estratégicas territoriais para o turismo. Para tal, começamos por identificar os recursos turísticos a explorar.

Em análise ao questionário, a amostra revela predisposição para a exploração de recursos culturais e de natureza. Com base no critério de avaliação proposto por Ferreira (2005 *apud* Martins, A., 2017), capacidade atrativa, singularidade e notoriedade, elaborámos o seguinte Quadro 10 com os principais recursos turísticos culturais e naturais de Ferrel. Os recursos são ainda avaliados segundo a avaliação estratégica proposta por Ventura (2010, *apud* Martins, A., 2017) no Quadro 11.

Quadro 10: Principais recursos culturais e naturais de Ferrel. Fonte: Martins, A. (2017).

Recursos	Classificação										
	Atratividade					Singularidade			Notoriedade		
	Internacional	Nacional	Regional	Local	Nulo	Bom	Médio	Vulgar	Elevado	Médio	Fraco
Património Natural											
Praias — Praia Baleal Sul, Praia Baleal Norte, Praia do Lagide, Praia da Almagreira.	x					x				x	
Oceano Atlântico	x					x					x
Pinhal da Câmara Municipal de Peniche		x						x			x
Geológico		x					x				x
Património Cultural											
Monumental											
Igreja de Nossa Senhora da Guia			x					x			x
Ermida de Santo Estevão			x				x			x	
Fortim do Baleal	x					x					x
Arqueológico — Concheiro Neolítico			x			x					x
Artístico Cultural											
Associação Cultural Rabeca	x						x				x
Etnográfico e Histórico											
Agricultura		x					x				x
Pesca	x						x				x
Lendas e saberes	x						x				x
Folclore		x					x				x
<i>Surf</i>	x					x			x		

Central Nuclear	x						x			x	
Burro		x					x				x
Eventos e Tradições											
Campeonato Mundial de Surf (WSL)	x						x			x	
Festa de Nossa Senhora da Guia			x				x			x	
Festa do Bom Jesus do Carvalhal				x			x				x
Festa de Santa Quitéria				x				x			x
Festa de Santo Estêvão				x				x			x
Feira da Bagageira				x				x			x
Tasquinhas de Ferrel				x				x			x
Marcha da Luta Contra Nuclear				x			x				x
Congresso Ambiental				x			x				x
Conferência de Cinema Ecológico	x						x				x
Passagem do Ano			x					x			x
Feira do Vinho de Ferrel		x					x				x

Quanto a infraestruturas, Ferrel apresenta três espaços recreativos e culturais (Associação Recreativa, Cultural e Desportiva de Ferrel, Associação Amigos do Baleal e Associação Cultural Rabeca), que dispõem de equipamentos básicos e dois parques de campismo privados (Parque de Campismo Balealcoop e Urban Art Camping).

A rede de transportes é fraca, funciona principalmente durante a época escolar (ano letivo oficial) e diminui a frequência de transportes durante a época estival. Apesar de alguns melhoramentos em 2020 ao nível dos equipamentos de suporte à rede viária, como sinalização das paragens, construção de abrigos e colocação de horários, é ainda deficiente a rede de transportes, principalmente durante o verão, o que induz muitos visitantes e turistas a recorrer ao transporte individual.

Conforme referido anteriormente, as infraestruturas e equipamentos de suporte turístico em Ferrel são parcos e estão em más condições de preservação, algo visível nas seguintes Figuras 19 a 23 e Apêndice IV, Figura 9.



Figura 19: WC e WC para pessoas com mobilidade reduzida, Praia Baleal Sul.



Figura 20: Passadiços de praia, Baleal Sul.



Figura 21: Ciclovia, Baleal.



Figura 22: Chuveiro, Baleal Norte.



Figura 23: Sinalética.

Quadro 11: Classificação estratégica dos atributos de Ferrel. Fonte: Elaboração própria.

Recursos	Produto turístico	Avaliação Estratégica do Produto			Potencial do recurso			Potencial Desenvolvimento (estágio)			
		Estratégico	Complementar	Sem Interesse	Forte	Moderado	Inexistente	Desenvolvimento	Manutenção	Requalificação	Extinção
Praias — Praia Baleal Sul, Praia Baleal Norte, Praia do Lagide, Praia da Almagreira.	Turismo Sol e Mar; Turismo Saúde e Bem-Estar	X			X			X			
Oceano Atlântico	Turismo Sol & Mar; Turismo Desportivo;	X			X			X			

	Turismo Náutico								
Pinhal da Câmara Municipal de Peniche	Turismo Natureza; Ecoturismo		x			x			x
Geológico	Turismo Natureza; Turismo Científico		x				x	x	
Igreja de Nossa Senhora da Guia	Turismo Cultural; Turismo Religioso		x				x	x	
Ermida de Santo Estevão	Turismo Cultural; Turismo Religioso		x				x	x	
Fortim do Baleal	Turismo Cultural	x					x	x	
Arqueológico — Concheiro Neolítico	Turismo Cultural; Turismo Científico		x				x	x	
Associação Cultural Rabeca	Turismo Cultural		x			x		x	
Agricultura	Ecoturismo; Turismo Rural; Agroturismo.	x					x	x	
Pesca	Turismo desportivo; Turismo Cultural; Turismo Náutico	x				x			x
Lendas e saberes	Turismo Cultural		x				x	x	
Folclore	Turismo Cultural		x				x	x	
<i>Surf</i>	Turismo Desportivo; Turismo de Aventura.	x			x			x	
Central Nuclear	Turismo cultural; Turismo Científico		x			x		x	
Burro	Turismo Cultural;		x			x			x

	Ecoturismo; Turismo educativo.									
Campeonato Mundial de <i>Surf</i> (WSL)	Turismo Desportivo	x			x			x		
Festa de Nossa Senhora da Guia	Turismo Cultural; Turismo Religioso		x			x			x	
Festa do Bom Jesus do Carvalhal	Turismo Cultural; Turismo Religioso		x			x			x	
Festa de Santa Quitéria	Turismo Cultural; Turismo Religioso		x			x			x	
Festa de Santo Estêvão	Turismo Cultural; Turismo Religioso		x			x			x	
Feira da Bagageira	Turismo de Negócios			x			x			
Tasquinhas de Ferrel	Turismo Cultural		x			x		x		
Marcha da Luta Contra Nuclear	Turismo Cultural		x			x		x		
Congresso Ambiental	Turismo Cultural, Turismo Científico		x			x		x		
Conferência de Cinema Ecológico	Turismo Cultural, Turismo Científico		x			x		x		
Passagem do Ano	Turismo Lazer	x				x			x	
Feira do Vinho de Ferrel	Enoturismo; Turismo Gastronómico; Turismo Cultural; Turismo Rural	x					x	x		

Com base nos dados recolhidos e num diagnóstico exploratório prospetivo, realizou-se uma análise *SWOT* em que se verificam as principais fraquezas, oportunidades, forças e ameaças ao desenvolvimento do turismo em Ferrel (Quadro 12). A análise *SWOT* é uma ferramenta de planeamento que permite a reflexão e identificação de «cenários» atuais e a criação de estratégias locais que configurem a imagem pretendida/possível para o futuro.

Quadro 12: Análise SWOT. Fonte: Elaboração própria.

Análise SWOT			
Forças	Fraquezas	Oportunidades	Ameaças
Localização.	Rede de transportes deficiente. Planeamento turístico inexistente. Excesso de Alojamento Local. Excesso de escolas de <i>surf</i> e <i>surf camps</i> .	Captação de investimento interno/externo.	Concorrência de outros destinos da região. Especulação imobiliária.
Património natural singular. Clima.	Poluição e locais descuidados. Falta de infraestruturas, equipamentos, sinalética, informação turística. Capacidade de carga. Degradação ambiental.	Crescimento do turismo. Benefícios para a comunidade. Aumento da competitividade do destino. Sustentabilidade do turismo.	Falta de avaliação, gestão, manutenção, monitorização dos recursos.
Proximidade entre áreas rurais e áreas de praia. Possibilita diferentes ambientes em curtas distâncias.	Acessos insuficientes ou em más condições. Dificuldades de sensibilização da população para as oportunidades do turismo e sustentabilidade dos recursos. Qualidade da oferta. Recursos inexplorados.	Possibilidade de exploração de diferentes segmentos do turismo. Sensibilização da população para a importância do setor do turismo e qualificação da população em termos turísticos.	Diminuição da competitividade do destino.
Património tangível (património edificado).	Património não identificado. Falta de informação sobre e nos pontos de interesse.	Revitalização e requalificação do património.	Património vandalizado.

	Recursos inexplorados.		
Património intangível (história, cultura, tradições e identidade local)	<p>Pouca diversidade de oferta turística.</p> <p>Inexistência de oferta cultural.</p> <p>Fraca oferta de eventos.</p> <p>Falta de diferenciação turística.</p> <p>Falta de promoção turística.</p> <p>Inexistência de imagem de marca do destino.</p>	<p>Desenvolvimento de tecnologias de suporte de informação o turismo (<i>smart tourism</i>).</p> <p>Criação de estratégia de comunicação e <i>marketing</i> do destino.</p> <p>Integração em rede com atrações concelhias e da região.</p> <p>Melhor exploração e promoção de recursos e eventos.</p> <p>Turismo integrado baseado numa economia circular (de setores) de interligação entre atividades marítimas e terrestres.</p>	<p>Diminuição da qualidade da oferta.</p> <p>Localismo.</p> <p>Rivalidade. Crime.</p> <p>Degradação da imagem do destino.</p>
Setor do turismo em fase de crescimento.	<p>Atividades turísticas funcionam como «ilhas» e não de forma integrada.</p> <p>Falta de definição de perfil de turista e segmentos turísticos a desenvolver.</p>	<p>Aumento da procura por um tipo de turismo alternativo, baseado em relações humanas, cocriativo.</p> <p>Atividades turísticas desenvolvidas pela comunidade (autenticidade).</p>	<p>Enfraquecimento da economia local.</p> <p>Emigração.</p>

Ante o exposto, elaborou-se a visão, estratégia e objetivos para um desenvolvimento turístico sustentável para o destino Ferrel em síntese na Figura 24.

A vila de Ferrel é um destino turístico de referência ao nível mundial devido ao desenvolvimento do turismo desportivo ligado ao *surf*, e destino nacional eleito para sol e mar. O desenvolvimento turístico local, principalmente desde os anos 90, foi reativo e sem qualquer gestão e ordenamento, provocando várias debilidades no sistema turístico local atualmente. A importância do planeamento turístico foi reconhecida pela comunidade e autarquia (Junta de Freguesia de Ferrel) como essencial para um desenvolvimento sustentável do setor e melhoria da qualidade de vida dos residentes. O turismo de natureza e o turismo cultural apresentam-se como alternativas aos segmentos

de turismo existentes. Pretende-se elaborar um plano turístico que vá ao encontro das necessidades dos turistas, mas principalmente da comunidade local.

A visão estratégica do plano é a implementação de um turismo de base comunitária circular que una atividades marítimas a atividades terrestres (*Cluster Turismo — Terra — Mar*, Figura 24) de modo a promover o aumento do ciclo de vida dos produtos turísticos e do destino, fomentar a envolvimento da comunidade no processo de planeamento e gestão turísticos através de atividades que valorizem e preservem o seu legado patrimonial, e assim permitir uma maior sustentabilidade dos recursos e atividades económicas locais, e gerar benefícios à comunidade.

Deste modo, e tendo como pano de fundo os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável 2030 e a Estratégia Turismo 2027, os objetivos do plano de CBT circular de Ferrel são os seguintes:

- Envolver a comunidade no processo de planeamento turístico;
- Sensibilizar e capacitar a população para o uso inteligente dos recursos;
- Sensibilização ambiental;
- Promover a cooperação entre *stakeholders*;
- Qualificar a oferta turística;
- Diversificar a oferta turística;
- Promover os atributos locais;
- Requalificar infraestruturas e património;
- Promover a economia circular e o aumento do ciclo de vida dos produtos;
- Promover a gestão dos recursos;
- Preservar e valorizar os (potenciais) recursos turísticos;
- Aumentar o ordenamento, regulamentação e fiscalização;
- Aumentar a segurança;
- Promover o destino;
- Aumentar a atratividade e competitividade do destino;
- Estimular o turismo em rede;
- Estimular a produção e consumo local;
- Combater a sazonalidade;
- Gerar benefícios à comunidade;
- Reforçar a procura turística;
- Fortalecer a economia local;

— Promover a sustentabilidade turística.

Estratégia: Qualificar a oferta turística de Ferrel assente no Turismo de base comunitária de modelo circular.

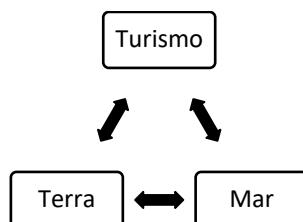


Figura 24: Estratégia turística de Ferrel. Fonte: Elaboração própria.

Para realização dos objetivos propõem-se ações gerais para os principais recursos do *cluster* Turismo — Terra — Mar, que consideramos prioritários e poderão ser desenvolvidos num horizonte a médio/longo prazo (2027-2030) (Quadro 13).

Quadro 13: Quadro de ações e medidas. Fonte: Elaboração própria.

Cluster	Recurso	Atividades	Ação/medida	Objetivo
Mar	Praias	Sol & Mar; Lazer; Desporto; Saúde e Bem-Estar.	Aprovisionas de infraestruturas de suporte de praia (passadiços, sinalética informativa, WC, chuveiros, parques de estacionamento); Melhorar rede de transportes; Melhorar sistema de recolha de resíduos.	Sensibilizar e capacitar a população para o uso inteligente dos recursos; Sensibilização ambiental; Promoção dos atributos locais; Requalificar infraestruturas e património; Preservar e valorizar os (potenciais) recursos turísticos; Promover a sustentabilidade turística.
Mar	Pesca	Desporto/recreativo; Cultural (saberes e roteiros); Gastronómico; Agroturismo.	Equipamentos de suporte ao desenvolvimento de atividades turísticas.	Sensibilizar e capacitar a população para o uso inteligente dos recursos; Sensibilização ambiental;

			<p>Interligação entre setores e atividades. Criação de meios de recolha e distribuição de excedentes para compostagem como fertilizante. Capacitar para a salvaguarda ambiental e identitária.</p>	<p>Promover a cooperação entre <i>stakeholders</i>; Promover a economia circular e o aumento do ciclo de vida dos produtos; Qualificar a oferta turística; Diversificar a oferta turística; Requalificar infraestruturas e património; Promover a gestão dos recursos; Preservar e valorizar os (potenciais) recursos turísticos; Estimular a produção e consumo local; Combater a sazonalidade; Gerar benefícios à comunidade; Reforçar a procura turística; Fortalecer a economia local; Promover a sustentabilidade turística.</p>
	<i>Surf</i>	Desporto; Aventura.	Regulamentar.	<p>Sensibilização ambiental; Promover a cooperação entre <i>stakeholders</i>; Qualificar a oferta turística; Aumentar o ordenamento, regulamentação e fiscalização; Aumentar a segurança; Promover o destino; Combater a sazonalidade; Gerar benefícios à comunidade;</p>

				Reforçar a procura turística; Promover a sustentabilidade turística.
Terra	Agricultura	Ecoturismo; Turismo Rural; Agroturismo.	Interligação entre setores e atividades. Criação de atividades turísticas. Capacitar para a salvaguarda ambiental e identitária. Roteiros.	Sensibilizar e capacitar a população para o uso inteligente dos recursos; Sensibilização ambiental; Promover a cooperação entre <i>stakeholders</i> ; Promover a economia circular e o aumento do ciclo de vida dos produtos; Qualificar a oferta turística; Diversificar a oferta turística; Promover a gestão dos recursos; Preservar e valorizar os (potenciais) recursos turísticos; Estimular a produção e consumo local; Combater a sazonalidade; Gerar benefícios à comunidade; Reforçar a procura turística; Fortalecer a economia local; Promover a sustentabilidade turística.
Terra	Burro	Turismo Cultural; Ecoturismo; Turismo educativo.	Criação de reserva de Burros. Criação de rede nacional do Burro. Roteiros.	Sensibilizar e capacitar a população para o uso inteligente dos recursos; Sensibilização ambiental; Diversificar a oferta turística;

				<p>Preservar e valorizar os (potenciais) recursos turísticos; Promover o destino; Estimular o turismo em rede; Combater a sazonalidade; Gerar benefícios à comunidade; Reforçar a procura turística; Promover a sustentabilidade turística.</p>
Terra	Pinhal da Câmara de Peniche	Turismo de natureza; Turismo desportivo.	<p>Vigiar, proteger e conservar; Criação de espaços de lazer (estrutura de passadiços, torre panorâmica, anfiteatro, <i>skate park</i>); Criação de parque de campismo e de caravanismo público.</p>	<p>Diversificar a oferta turística; Requalificar infraestruturas e património; Preservar e valorizar os (potenciais) recursos turísticos; Aumentar o ordenamento, regulamentação e fiscalização; Aumentar a segurança; Aumentar a atratividade e competitividade do destino; Gerar benefícios à comunidade; Fortalecer a economia local; Promover a sustentabilidade turística.</p>
Terra	Património edificado; Património natural geológico; Eventos; Etnografia.	Turismo Cultural; Turismo Científico; Enoturismo; Turismo Gastronómico.	<p>Criação de Roteiros; Criação de infraestruturas e melhoria de acessos; Criação de programa cultural;</p>	<p>Envolver a comunidade no processo de planeamento turístico; Qualificar a oferta turística; Diversificar a oferta turística;</p>

			Identificação de locais de interesse; Criação de espaço museológico; Introdução de tecnologias de suporte ao turismo; Criação de rede de atrações turísticas do concelho.	Requalificar infraestruturas e património; Preservar e valorizar os (potenciais) recursos turísticos; Promover o destino; Aumentar a atratividade e competitividade do destino; Estimular o turismo em rede; Combater a sazonalidade; Gerar benefícios à comunidade; Reforçar a procura turística; Promover a sustentabilidade turística.
--	--	--	--	---

Das Figuras 25 a 28 consta um exemplo prático da estratégia proposta.

Figura 25: Atividade turística, Cluster Turismo — Terra — Mar, recurso Pesca — Contexto. Fonte: Farnet Guide 9.

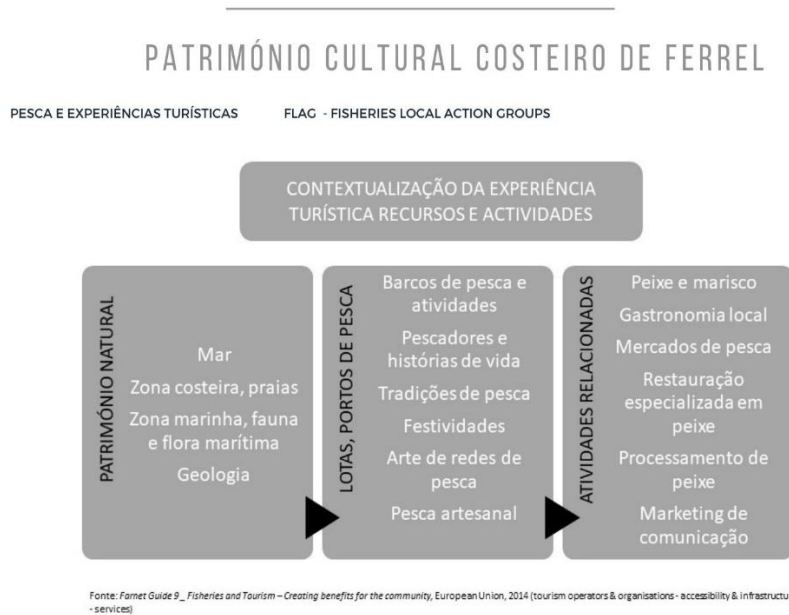


Figura 26: Atividade turística, Cluster Turismo — Terra — Mar, recurso Pesca — Execução. Fonte: Angelini, 2013.



Figura 27: Atividade turística, Cluster Turismo — Terra — Mar, recurso Pesca — Economia circular. Fonte: Elaboração própria.



Figura 28: Atividade turística, Cluster Turismo — Terra — Mar, recurso Pesca — Objetivos. Fonte: Elaboração própria.

PATRIMÓNIO CULTURAL COSTEIRO DE FERREL

ASSENTE NA TRADIÇÃO DE PESCA E NA IDENTIDADE PISCATÓRIA QUE O LOCAL APRESENTA, A IMPORTÂNCIA DA ENVOLVÊNCIA COMUNITÁRIA NO RECONHECIMENTO E PRESERVAÇÃO DO SEU LEGADO PELA VIA DA REQUALIFICAÇÃO DE ESPAÇOS DE MEMÓRIA COLECTIVA.

PESCA



INFRAESTRUTURAS
MATERIAIS
EQUIPAMENTOS
PRODUTOS
TRADIÇÕES
SABERES...

TURISMO



REQUALIFICAÇÃO DE ESPAÇOS DE VISITAÇÃO (CASA DA GUARDA, FORTIM DO BALEAL...)
RESTAURAÇÃO (PRODUTOS/GASTRONOMIA E ROTEIROS)
USO DE EQUIPAMENTOS E INFRAESTRUTURAS (ROTEIROS MAR/ PESCA DESPORTIVA E TRANSMISSÃO DE SABERES)
REDE DE ESPAÇOS DE MEMÓRIA COLECTIVA - CASA DA GUARDA DO BALEAL (CENTRO INTERPRETATIVO DE PESCA) E LIGAÇÃO ENTRE FORTALEZA DE PENICHE, FORTE S. JOÃO BAPTISTA, FORTIM DO BALEAL...

**OBJETIVOS
DE DESENVOLVIMENTO
SUSTENTÁVEL**



CAPÍTULO V — CONCLUSÃO, LIMITAÇÕES E RECOMENDAÇÕES

Conclusão

O presente estudo elabora uma proposta de desenvolvimento turístico sustentável de base comunitária para o destino Ferrel (Peniche, Portugal). Resgatando potenciais recursos turísticos valorizados pela comunidade, elaborou-se o plano no *Cluster Turismo — Terra — Mar*. Recorreu-se ao levantamento das características do destino através de trabalho de campo, inquérito por questionário à comunidade, entrevistas aos órgãos de poder local e revisão da literatura.

Na análise dos dados recolhidos, verificou-se a ausência de planeamento turístico no destino e um desenvolvimento turístico desordenado e reativo, sem estrutura que permita um equilíbrio sistémico entre o setor turístico e a comunidade, observando a satisfação da procura turística.

O diagnóstico permitiu verificar o potencial turístico local, o seu estado de desenvolvimento, os potenciais recursos turísticos a explorar, tais como, recursos naturais, culturais e identitários. Permitiu identificar a requalificação necessária para um desenvolvimento turístico equilibrado, competitivo e sustentável, através de um aprovisionamento de infraestruturas de suporte ao turismo, requalificação/criação de espaços de lazer e interesse turístico, a necessidade de apostar no *marketing* do destino e em tecnologias de suporte ao turismo. Revelou ainda a predisposição da comunidade para o envolvimento com o turismo e interesse em colaborar no processo de planeamento, na tomada de decisão de políticas turísticas, apoio ao desenvolvimento do turismo e envolvimento nas atividades turísticas. Outro ponto relevante retirado deste estudo é o interesse comunitário em explorar diferentes segmentos turísticos, como sejam o turismo cultural e o turismo de natureza, através de atividades turísticas que favoreçam um regime de reciprocidade assente em vantagens mútuas (Almeida, A., 2018) entre turistas e a comunidade.

Com o objetivo de contribuir para um desenvolvimento turístico sustentável na vila de Ferrel, que valorize os atributos locais e favoreça a emancipação da comunidade pela via do envolvimento no processo de planeamento turístico local, elaborou-se um plano estratégico para o turismo desta vila com base nos atributos valorizados pela comunidade no questionário realizado. As atividades/experiências turísticas assentam no turismo cultural e de natureza, através do desenvolvimento de experiências turísticas que

permitam um maior envolvimento «humano» da comunidade com turistas, baseadas em atributos como a cultura, identidade e saberes locais e atividades turísticas de natureza.

O plano proposto segue as diretrizes europeias dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável 2030, a Estratégia Turismo 2027 e políticas de Ordenamento de Território à escala local e regional. Nessa medida, foi elaborada a visão, estratégia, objetivos e ações que considerámos prioritários tendo por base as opções valorizadas pela comunidade.

Reconhecemos o interesse comunitário por uma economia circular, pelo que o modelo de CBT assenta numa economia circular consubstanciada nos elementos (*Cluster*) Turismo — Terra — Mar, por abarcarem a generalidade da decomposição da cultura e identidade local (Almeida, A., 2018) enquanto potencial recurso de atividades turísticas.

Limitações da investigação

Este estudo visa contribuir para o planeamento turístico de destinos que pretendem implementar um modelo CBT. Como tal, e considerando que o planeamento turístico exige uma análise abrangente e holística de cada território, o estudo apresenta limitações de investigação.

Começamos por indicar a limitação mais evidente no processo de análise do estudo, o inquérito por questionário dirigido à população. Pretender-se analisar as perceções da comunidade em relação às cinco áreas gerais e retirar uma análise mais aprofundada e detalhada, talvez demasiado ambiciosa, revelou-se contraproducente, seja pela extensão do questionário ou pelo número reduzido da amostra, que não podemos considerar representativa do destino. Conforme mencionado na revisão da literatura, uma das dificuldades do planeamento apresenta-se precisamente na extensão de indicadores em análise, o que podemos confirmar com este estudo.

Ainda no que concerne o questionário, o ano atípico de 2020 não permitiu a realização de entrevistas pessoalmente, sendo realizadas *online*, o que dificultou a recolha de uma amostra mais significativa e de autóctones — a maioria dos respondentes não é natural de Ferrel, perceção que seria importante para este trabalho. Pela mesma razão anterior, não foi possível inquirir agentes turísticos (até mesmo órgãos de poder local, proposta colocada à Câmara Municipal de Peniche) e turistas. Para tentar chegar a estes

últimos, foi contactada a Associação de Alojamento Local do Oeste (AALO), não tendo sido possível obter informações devido à lei de proteção de dados.

Outra limitação do estudo, normalmente inerente aos estudos turísticos, relaciona-se com a dimensão de aplicabilidade do estudo, talvez possível em destinos com características semelhantes.

A recolha de dados turísticos, estatísticos, de caracterização e até mesmo históricos (entre outros) foi difícil devido à escassez de informação ou dados desatualizados.

Será honesto referir que o plano turístico apresentado não se baseia num levantamento exaustivo dos recursos existentes, mas dos principais potenciais recursos turísticos do local, apresenta dessa forma um leque restrito de ações/medidas e carece de uma definição do período, grau de execução e entidades para implementação das medidas, como tal, a proposta de plano turístico apresenta limitações.

Outras limitações ao estudo poderão ser apontadas, contudo consideramos que o estudo contribui para um diagnóstico do estado atual do turismo de Ferrel e fornece linhas de orientação para as necessidades de planeamento turístico local, numa ótica da comunidade.

Futuras investigações

Em futuras investigações sobre planeamento turístico ou temática do turismo em Ferrel, poder-se-á considerar as limitações salientadas ao presente estudo.

Em estudos futuros desta temática, considerar o foco no desenvolvimento/implementação de uma atividade específica que contribua para o planeamento geral do destino poderá permitir obter resultados mais eficazes do que uma abordagem geral do planeamento turístico local. Analisar que tipo de atividades turísticas específicas a comunidade pretende desenvolver e qual o grau de envolvência com o turismo local que a comunidade está predisposta a ter poderão ser fortes contributos para o planeamento turístico da vila de Ferrel. Além disso, uma avaliação/levantamento mais aprofundado do sistema turístico que envolva todos (ou os principais) *stakeholders*, e dos potenciais recursos turísticos locais, representará igualmente uma forte mais-valia para a compreensão e colmatar das necessidades que o destino apresenta.

Por último, a perceção da procura turística é demais importante no planeamento de destinos turísticos e deverá ser considerada em futuras investigações.

BIBLIOGRAFIA

Agenda 21 para a Indústria de Viagens e Turismo em direcção a um desenvolvimento ambientalmente sustentável (1993). Tradução parcial (s/d) [disponível em gee.gov.pt, consultado em 11 de janeiro de 2020].

AGYEIWAAH [et al.] (2017). «Identifying core indicators of sustainable tourism: A path forward?», in *Tourism Management Perspectives* 26-33 [disponível em <http://dx.doi.org/10.1016/j.tmp.2017.07.005>, consultado em 23 de julho de 2020].

ALBUQUERQUE, H. (2004). *Turismo sustentável nas zonas costeiras: o Caso das Praias de Mira*. Dissertação para obtenção de grau de mestre. Universidade de Aveiro.

ALMEIDA, A.S. A. (2016). «O turismo como ator nos processos de integração do sistema internacional — a conceção da oferta turística como ferramenta de interação cultural», in José Dantas P. [et al.], *Animação sociocultural, globalização, multiculturalidade, educação intercultural e intervenção* (pp. 277-284). Chaves: Intervenção.

ANGELINI, A., LESUEUR, M. (2013). «Interactions between fishing and tourism — case study of the Saint-Brieuc Country. Study report». GIFS Project. Les publications du Pôle halieutique AGROCAMPUS OUEST No 16, p. 46.

Blue Growth Report Scenarios and drivers for Sustainable Growth from the Oceans, Seas and Coasts (2012) [disponível em <https://ec.europa.eu/>, consultado em 26 de fevereiro de 2019].

Brundtland Report — *Our Common Future* (1987). ONU [disponível em ambiente.wordpress.com, consultado em 7 de junho de 2020].

CALADO, M. (1991). *Peniche na História e na Lenda*, 4.^a ed., pp. 255 e 256.

CHIAPPAA, Del G.; ATZENIC M.; GHASEMIC V. (2018). «Community-based collaborative tourism planning in islands: A cluster analysis in the context of Costa Smeralda», in *Journal of Destination Marketing & Management*. 8. 41-48 [disponível em

<http://dx.doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.10.005>, consultado em 24 de julho de 2020].

Cidades sustentáveis 2020 (2015). Direção Geral do Território [disponível em <https://www.dgterritorio.gov.pt/>, consultado em 7 de dezembro de 2018].

COELHO, J.; LOURENÇO, P. (2015). «A identificação da fase do ciclo de vida de um destino turístico para as escolhas estratégicas: uma proposta de uma ferramenta expedita», in *Revista de Estudios Económicos y Empresariales*, Núm. 27, 2015, pp. 15-41 — ISSN: 0212-7237 [26/8/2020].

COSTA, H. A. (2013). *Destinos do turismo: Recursos para a sustentabilidade*. FGV, Rio de Janeiro, pp. 39-57.

Declaração da Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente Humano (1972). ONU [disponível em apambiente.pt, consultado em 5 de junho de 2020].

Declaração de Chengdu (2017) [disponível em www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419401, consultado em 8 de junho de 2020].

Declaração do Rio sobre ambiente e desenvolvimento (1992). ONU [disponível em apambiente.pt, consultado em 5 de junho de 2020].

Declaração O Futuro Que Queremos (2012). ONU [disponível em apambiente.pt, consultado em 8 de junho de 2020].

Diário de Notícias. (2012) [disponível em <https://www.dn.pt/desporto/outras-modalidades/interior/projecao-mundial-da-capital-da-onda-aumenta-turismo-em-peniche-2814754.html> consultado em 21 de outubro de 2019].

Documento de Posição de Portugal sobre a Agenda pós 2015 (2014). [disponível em www.instituto-camoes.pt [consultado em 3 de janeiro de 2019]

Estratégia Turismo 2027 — Liderar o Turismo do Futuro (2017). Turismo de Portugal [disponível em www.turismodeportugal.pt, consultado em 16 de maio de 2019].

Farnet Guide 9 — Fisheries and Tourism Creating Benefits for the community, EU (2014) [disponível em <https://webgate.ec.europa.eu>, consultado em 17 de maio de 2019].

FILHO, L.; SILVA, J.; SILVA, D. (2019). *Percepções e perspectivas de destino turístico inteligente: um estudo de caso com a Secretaria Municipal de Turismo em Natal/RN*. Turismo: Estudos & Práticas (RTEP/UERN), Mossoró/RN, vol. 8, n. 1, jan./jun. 2019 [ISSN 2316-1493] [disponível em <http://periodicos.uern.br/index.php/turismo>, consultado em 6 de agosto de 2020].

GOMES, T. (2017). *O Perfil e as motivações turísticas: Os turistas do concelho de Baião*. Dissertação para obtenção do grau de mestre. Faculdade de Letras da Universidade do Porto.

GOODWIN, H.; SANTILLI, R. (2009). «Community-Based Tourism: a success?», in ICRT Occasional Paper 11. GTZ. Responsible Tourism [disponível em <https://haroldgoodwin.info/uploads/CBTaSuccessPubpdf.pdf>, consultado em 30 de setembro de 2020].

Grandes Opções do Plano (GOP) (2019). [disponível em www.cm-peniche.pt consultado em 20 de fevereiro de 2020].

Grandes Opções do Plano (GOP) (2020). [disponível em www.cm-peniche.pt consultado em 20 de fevereiro de 2020].

HAWKES, J. (2001). *The Fourth Pillar of Sustainability: culture's essential role in public planning summary* [disponível em www.culturaldevelopment.net, consultado em 28 de setembro de 2020].

HENRIQUES, C. (2003). *Turismo Cidade e Cultura — Planeamento e Gestão Sustentável*. Lisboa, pp. 47-279.

HERMÍNIO, R. (2018). Ser Ferrel, 1º ed., pp. 9 – 104

HJALAGER, A-M. (2020). «Land-use conflicts in coastal tourism and the quest for governance Innovations», in *Tourism Management Perspectives*, 94

[<https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2020.104566>, consultado em 24 de julho de 2020].

IMBAYA, B.O. [et al.] (2019). «Capacity building for inclusive growth in community-based tourism initiatives in Kenya», in *Tourism Management Perspectives*, 30, 11–18 [disponível em <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.01.003>, consultado em 24 de julho de 2020].

Indicators of sustainable development for tourism destinations (2004). [disponível em <http://www.adriaticgreenet.org/>, consultado em 27 de abril de 2020].

JORGE, J. S. (2019). *Ferrel através dos tempos*. 1ª Ed, Edição do autor, pp. 25, 29 e 30

LEE, T. H.; JAN, F.-H. (2018). «Can Community-based tourism contribute to sustainable development? Evidence from residents' perceptions of the sustainability» in *Tourism Management*, 70, 368-380 [disponível em <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.09.003>, consultado em 23 de julho de 2020].

Magna carta do desenvolvimento futuro de peniche 2025 (2009). [disponível em <https://www.cm-peniche.pt/>, consultado em 12 de dezembro de 2018].

MARTÍNEZ, J. [et al.] (2019). «An analysis of the stability of rural tourism as a desired condition for sustainable tourism», in *Journal of Business Research* 165-174 [disponível em <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.03.033>, consultado em 9 de Agosto de 2020].

MARTINS, A. (2017). *Planeamento estratégico de destinos turísticos: Contributos para o desenvolvimento da atividade turística no concelho de Tomar*. Dissertação para obtenção do grau de mestre. Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril.

MARUJO, M.; CARVALHO, P., (2010). «Turismo, planeamento e desenvolvimento sustentável», in *Turismo & Sociedade*, Curitiba, v. 3, n. 2, pp. 147-161.

NOOM, A. H. L.; ALBRECHT, J. N.; LOVELOCK, B. (2020). «Advocacy and community leadership as functions in national and regional level destination management», in *Tourism Management Perspectives*, 35. [disponível em <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100682>, consultado em 6 de agosto de 2020].

Objetivos de Desenvolvimento do Milénio 2000-2015 (2000). ONU [disponível em <archive.unric.org>, consultado em 8 de junho de 2020].

Objetivos de Desenvolvimento Sustentável 2030: Transformar o nosso Mundo: a Agenda para o Desenvolvimento Sustentável de 2030 (2015). ONU [disponível em <sustainabledevelopment.un.org>, consultado em 3 de janeiro de 2019].

OMT. *Annual Report 2017* (2017). [disponível em <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419807>, consultado em 10 de junho 2020].

PAIXÃO, R. 2013. *Caracterização morfo-ecológica do sistema dunar de Peniche Baleal (costa ocidental portuguesa)* [disponível em <http://www.scielo.mec.pt/>, consultado em 6 de setembro de 2020].

PINTO, J. (2018). *O Geográfico Físico e os PMOT os ricos naturais e tecnológicos nos Planos Diretores Municipais o PDM de Peniche*. Dissertação para obtenção do grau de mestre. Universidade de Coimbra. [disponível em <https://eg.uc.pt/>, consultado em 4 de setembro de 2020].

Plano das bacias hidrográficas das ribeiras do Oeste — relatório ambiental (2011). [disponível em <www.arhtejo.pt>, consultado em 5 de setembro de 2020].

Plano Diretor Municipal de Peniche (1995). [disponível em <www.cm-peniche.pt> consultado em 1 de dezembro de 2018].

Plano Diretor Municipal de Peniche Revisão (2012). [disponível em <www.cm-peniche.pt> consultado em 1 de dezembro de 2018].

Plano municipal de defesa da floresta contra incêndios de Peniche (2007). [disponível em ftp://fogos.icnf.pt/pmdfci/10_LEIRIA/1014/1G/Caderno_I/PMDFCI_Peniche_Caderno_I.pdf, consultado em 6 de setembro de 2020].

Plano Regional de ordenamento do território do Oeste e Vale do Tejo (2009).
[disponível em <http://www.ccdr-lvt.pt/>, consultado em 4 de setembro de 2020].

Programa da Orla Costeira (POC), Alcobaça – Cabo Espichel (2017).
[disponível em apambiente.pt, consultado em 1 de dezembro de 2018].

RAFAEL, C. (2019). *Manual de Boas Práticas e Sustentabilidade no Turismo*.
Oeste Portugal Tourism Startup Program. pp. 76-81.

RAHMAFITRIA, F. [et al.] (2020). «Tourism planning and planning theory: Historical roots and contemporary Alignment», in *Tourism Management Perspectives*, 35 [disponível em <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100703>, consultado em 7 de julho de 2020].

REIS, J. (2011). *A Informação Turística Electrónica na Rota Histórica das Linhas de Torres como Contributo para o Consumo de Experiências Turísticas Singulares*. Tese de Doutoramento. Universidade de Lisboa. Instituto de geografia e ordenamento do território [disponível em repositorio.ul.pt, consultado em 11 de junho de 2020].

RENDEIRO, L. (2018). «Fortim do Baleal 1 (Peniche, Portugal) — A caminho de um concheiro». *Scientia Antiquitatis*, nº2.

SOUSA, B., VASCONCELOS, S. (2018). «Branding territorial e o papel da imagem no comportamento do consumidor em turismo: O caso de Arouca», in *European Journal of Applied Business Management*, Special Issue, pp. 1-14 [disponível em https://nidisag.isag.pt/index.php/IJAM/article/view/255/pdf_16, consultado em 24 de novembro de 2019].

TAN, S., KUNG, S-F., LUH, D-B. (2013). «A Model of “Creative Experience”, in Creative Tourism», in *Annals of Tourism Research*, Vol. 41, pp. 153–174 [disponível em <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.12.002>, consultado em 8 de maio de 2019].

Tourism and the Sustainable Development Goals - Journey to 2030 (2017).
[disponível em <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419401>, consultado em 13 de junho de 2020].

Turismo sustentável e a sua importância para o sector em Portugal (2009). Sustentare. Research no. 5 [disponível em www.sustentare.pt, consultado em 28 de setembro de 2020].

WANG, N. (1999). «Rethinking authenticity in tourism experience», in *Annals of Tourism Research*, 26(2): 349-370 [disponível em [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(98\)00103-0](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(98)00103-0), consultado em 28 de dezembro de 2018].

WHEELER B. (1992). «Is progressive tourism appropriate?», in *Tourism Management*. 13. 104-105 [disponível em [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(92\)90042-6](https://doi.org/10.1016/0261-5177(92)90042-6), consultado em 6 de outubro de 2020].

WOO, E.; KIM, H.; UYSAL, M. (2015). «Life Satisfaction and Support for Tourism Development», in *Annals of Tourism Research*, 50, 84-97 [disponível em <https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.11.001>, consultado em 30 de outubro de 2018].

World Ecotourism Summit, Final Report (2002). WTO [disponível em www.gdrc.org, consultado em 12 de junho de 2020].

XAVIER [et al.] (2019). *Local Agenda 21: Planning for the future, changing today*.

ZENKER, S.; BRAUN, E.; PETERSEN, S. (2016). «Branding the destination versus the place: The effects of brand complexity and identification for residents and visitors», in *Tourism Management*, 58, 15-27 [disponível em <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.10.008>, consultado em 16 de junho de 2019].

Sites

apambiente.pt [consultado em 5 de junho de 2020].

bandeiraazul.abae.pt [consultado em 6 de setembro de 2020].

climate-data.org [consultado em 6 de setembro de 2020].

<http://www.adriaticgreenet.org/> [consultado em 27 de abril de 2020].

<https://srea.azores.gov.pt/> [consultado em 27 de abril de 2020].

<https://travelbi.turismodeportugal.pt/> [consultado em 27 de abril de 2020].

<http://www.oestecim.pt> [consultado a 30 de novembro de 2020]

<https://ceeto-network.eu/> [consultado em 27 de abril de 2020].

<https://pt.unesco.org> [consultado em 19 de dezembro de 2020].

<https://registos.turismodeportugal.pt/> [consultado em 24 de dezembro de 2020].

<https://sustainabledevelopment.un.org/index.html> [consultado em 3 de janeiro de 2019].

<https://www.ambitur.pt/turistas-e-residentes-qualidade-de-vida-aumenta-com-maior-interacao/>, [consultado em 5 de novembro de 2020].

naturlink.pt [consultado em 8 de junho de 2020].

PORDATA.pt

pt.unesco.org [consultado em 8 de junho de 2020].

windfinder.com [consultado em 6 de setembro de 2020].

www.ccdr-lvt.pt [consultado em 6 de setembro de 2020].

www.cm-peniche.pt [consultado em 1 de dezembro de 2018].

www.icnf.pt [consultado em 3 de janeiro de 2019].

www.icnf.pt [consultado em 3 de janeiro de 2019].

www.instituto-camoes.pt [consultado em 3 de janeiro de 2019].

www.news.un.org [consultado em 19 de dezembro de 2020].

www.unesco.org [consultado em 19 de dezembro de 2020].

www.unwto.org [consultado em 30 de novembro de 2020].

www.ver.pt [consultado em 19 de dezembro de 2020].

APÊNDICES

APÊNDICE I

Questionário

Este inquérito/questionário insere-se no âmbito de mestrado em Turismo e Ambiente, da ESTM — POLITÉCNICO DE LEIRIA. Pretende avaliar as perceções dos residentes e trabalhadores na freguesia de Ferrel, concelho de Peniche, face ao turismo.

O questionário é confidencial e as informações servirão para estudo e análise no âmbito do mestrado, o qual poderá contribuir para o planeamento turístico do local.

A sua opinião é importante, agradecemos a sua colaboração! *Obrigatório

1. Nasceu em Ferrel? *

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

2. Residência *

Marcar apenas uma oval.

Moro em Ferrel

Trabalho em Ferrel mas moro fora da freguesia de Ferrel

3. Sempre residiu em Ferrel? *

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

Não se aplica

4. Há quanto tempo vive em Ferrel? *
-

5. Sexo *

Marcar apenas uma oval.

Masculino

Feminino

6. Idade *

7. Grau de escolaridade *

Marcar apenas uma oval.

Até ao nível básico (9º ano)

Nível Secundário

Nível superior Politécnico

Nível Superior Universitário

Trabalho

8. Situação atual perante o trabalho *

Marcar apenas uma oval.

Exerce profissão

Desempregado/a

Doméstico/a

Estudante

Reformado/a

Outro

9. Profissão:

10. Trabalho. Por favor, considere apenas o trabalho principal, caso tenha mais que um, e preencha as opções de acordo com a sua situação (por exemplo: Full-time e sazonal, ou, Part-time e todo o ano). * *Marcar tudo o que for aplicável.*

- Part-time
- Full-time
- Sazonal
- Todo o ano
- Ocasional
- Não se aplica

11. Quantas horas trabalha por semana? Por favor, preencha de acordo com a situação principal de trabalho. * *Marcar apenas uma oval.*

- 0 – 20 horas
- 20 – 40 horas
- 40 horas
- + 40 horas
- Não se aplica

12. Local de trabalho. Por favor, preencha de acordo com a situação principal de trabalho. * *Marcar apenas uma oval.*

- Trabalho em Ferrel.
- Trabalho no concelho de Peniche.
- Trabalho fora do concelho de Peniche.
- Não se aplica

13. Vencimento (mensal). Por favor, preencha de acordo com a situação principal de trabalho. * *Marcar apenas uma oval.*

- De 0€ – 350€
- De 350€ – 630€
- De 630€ – 1000€
- De 1000€ – 2000€
- Mais de 2000€
- Não se aplica

14. Quantas vezes mudou de trabalho nos últimos 2 anos? **Marcar apenas uma oval.*

- Nenhuma
- 0 – 2 vezes
- 2 – 4 vezes
- Mais de 4 vezes
- Não se aplica

15. Esteve alguma vez em situação de desemprego nos últimos 2 anos? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não
- Não se aplica

16. Se respondeu «Sim», durante quanto tempo?

17. Está satisfeito/a com as suas condições de trabalho? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não
- Não sei
- Não quero responder/Não se aplica

18. Desde janeiro de 2018, trabalhou em alguma das seguintes profissões? Indique «Sim» e em que modalidade, para cada tipo de trabalho (por exemplo: *Full-time* e sazonal, ou *Part-time* e todo o ano). *

Marcar tudo o que for aplicável.

	Sim	Não	Part-time	Full-time	Ocasional	Sazonal	Todo o ano
Alojamento (hotel, alojamento local, surf camp/escola de surf, pensão, casa de hóspedes, parque de campismo, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Transportes (autocarro, táxi, transfers, etc)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Restauração, café, bar ou discoteca	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Agência de viagens, posto de informação de Turismo (etc)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Animação e lazer (guia turístico, instrutor de surf, mergulho, etc)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Comércio de artesanato e de "souvenirs"	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Outra relacionada com turismo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Em nenhuma delas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

19. Observações referentes ao trabalho.

Interação entre
residentes e
turistas

20. Na sua atividade profissional tem contacto direto com turistas? * *Marcar apenas uma oval.*
- Sim
- Não
21. No seu tempo livre (atividade de lazer) costuma cruzar-se com turistas? * *Marcar apenas uma oval.*
- Nunca
- Raramente
- Às vezes
- Frequentemente
22. Esse contacto perturba a sua atividade? * *Marcar apenas uma oval.*
- Sim
- Não
- É-me indiferente
23. Alguma vez alterou os seus hábitos de vida (lazer, compras, férias) com a finalidade de evitar turistas? * *Marcar apenas uma oval.*
- Sim
- Não
24. Existem locais em Ferrel onde gosta de ver turistas? * *Marcar apenas uma oval.*
- Sim
- Não
- É-me indiferente

25. Se «Sim», onde?

26. Existem locais em Ferrel onde preferia não encontrar turistas? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
 Não
 É-me indiferente

27. Se «Sim», onde?

28. Há algum tipo de turista ou visitante que lhe agrada ou desagrade particularmente? * *Marcar apenas uma oval.*

- Sim
 Não

29. Agrada-me:

30. Desagrada-me:

31. Observações sobre contacto com turistas e visitantes.

Avaliação de
turistas e
visitantes

Em relação às atitudes dos turistas e visitantes, por favor, avalie de 1 a 5 (em que 1 é nada importante, 2 é pouco importante, 3 importante, 4 é muito importante, e 5 é extremamente importante); que considere mais apropriada:

32. Que respeitem os horários estabelecidos pelos serviços. **Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5	
Nada importante	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Extremamente importante

33. Que respeitem os preços estabelecidos para os produtos ou serviços. **Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5	
Nada importante	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Extremamente importante

34. Que respeitem a reserva de produtos ou serviços, ou avisos prévios de cancelamento. **Marcar apenas uma oval.*

- | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
|-----|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---|
| | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Nada importante Extremamente importante |
| 35. | Que respeitem as regras, ética ou leis locais. <i>*Marcar apenas uma oval.</i> | | | | | |
| | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Nada importante Extremamente importante |
| 36. | Que respeitem a comunidade local. <i>*Marcar apenas uma oval.</i> | | | | | |
| | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Nada importante Extremamente importante |
| 37. | Que peçam permissão para tirar fotografias ou registo de pessoas da comunidade local. <i>*Marcar apenas uma oval.</i> | | | | | |
| | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Nada importante Extremamente importante |
| 38. | Que tenham cuidados com a preservação do património edificado, de materiais, espaços físicos, infraestruturas, etc. <i>* Marcar apenas uma oval.</i> | | | | | |
| | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Nada importante Extremamente importante |
| 39. | Que tenham cuidados com a preservação ambiental e biodiversidade locais (fauna e flora de espaços naturais, poluição, consumo energético, etc.). <i>* Marcar apenas uma oval.</i> | | | | | |
| | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Nada importante Extremamente importante |
| 40. | Que contribuam para o comércio e economia local. <i>*Marcar apenas uma oval.</i> | | | | | |
| | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Nada importante Extremamente importante |
| 41. | Que façam avaliações dos produtos e serviços locais. <i>*Marcar apenas uma oval.</i> | | | | | |
| | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Nada importante Extremamente importante |
| 42. | Já teve alguma das experiências mencionadas, ou outra, com turistas ou visitantes? Qual? | | | | | |
| 43. | Que sentimento lhe causou? | | | | | |
| 44. | Como reagiu e lidou com a situação? | | | | | |
| 45. | Observações sobre atitudes de turistas e visitantes. | | | | | |

Efeitos do turismo em Ferrel

Por favor, dê-nos a sua opinião relativamente às seguintes afirmações. Indique a resposta de 1 a 5 (em que 1 é discordo totalmente, 2 é discordo, 3 é não concordo nem discordo, 4 é concordo, e 5 é concordo totalmente); que considere mais apropriada. Os efeitos do turismo em Ferrel são:

46. Beneficia as empresas/negócios locais. **Marcar apenas uma oval.*
- | | | | | | | |
|---------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Discordo totalmente | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Concordo totalmente |
47. Atrai investimento para a economia local. **Marcar apenas uma oval.*
- | | | | | | | |
|---------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Discordo totalmente | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Concordo totalmente |
48. Cria postos de trabalho para os residentes. **Marcar apenas uma oval.*
- | | | | | | | |
|---------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Discordo totalmente | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Concordo totalmente |
49. Dá emprego aos jovens locais. **Marcar apenas uma oval.*
- | | | | | | | |
|---------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Discordo totalmente | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Concordo totalmente |
50. Aumenta os preços dos produtos. ** Marcar apenas uma oval.*
- | | | | | | | |
|---------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Discordo totalmente | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Concordo totalmente |
51. Aumenta o preço dos imóveis. **Marcar apenas uma oval.*
- | | | | | | | |
|---------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Discordo totalmente | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Concordo totalmente |
52. Incentiva a produção e comércio de produtos locais. **Marcar apenas uma oval.*
- | | | | | | | |
|---------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Discordo totalmente | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Concordo totalmente |
53. O dinheiro gasto pelos turistas fica no local/concelho. ** Marcar apenas uma oval.*
- | | | | | | | |
|---------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Discordo totalmente | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Concordo totalmente |
54. Aumenta a criminalidade. ** Marcar apenas uma oval.*
- | | | | | | | |
|---------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Discordo totalmente | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Concordo totalmente |

55. Aumenta a segurança. * *Marcar apenas uma oval.*
- | | | | | | | |
|---------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Discordo totalmente | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Concordo totalmente |
-
56. Altera os costumes e tradições de Ferrel. * *Marcar apenas uma oval.*
- | | | | | | | |
|---------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Discordo totalmente | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Concordo totalmente |
-
57. Prejudica os padrões morais da comunidade local. * *Marcar apenas uma oval.*
- | | | | | | | |
|---------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Discordo totalmente | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Concordo totalmente |
-
58. Ajuda a conservar a identidade local. * *Marcar apenas uma oval.*
- | | | | | | | |
|---------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Discordo totalmente | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Concordo totalmente |
-
59. Ajuda a criar serviços que servem os residentes. * *Marcar apenas uma oval.*
- | | | | | | | |
|---------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Discordo totalmente | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Concordo totalmente |
-
60. Melhora a qualidade de vida dos residentes. * *Marcar apenas uma oval.*
- | | | | | | | |
|---------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Discordo totalmente | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Concordo totalmente |
-
61. Dificulta o acesso dos residentes a zonas balneares e outros locais de lazer. * *Marcar apenas uma oval.*
- | | | | | | | |
|---------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Discordo totalmente | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Concordo totalmente |
-
62. Os residentes têm fácil acesso aos serviços usados pelos turistas. * *Marcar apenas uma oval.*
- | | | | | | | |
|---------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Discordo totalmente | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Concordo totalmente |
-
63. Estimula a cultura local e o artesanato. * *Marcar apenas uma oval.*
- | | | | | | | |
|---------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Discordo totalmente | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Concordo totalmente |
-
64. Contribui para a preservação e promoção do património. * *Marcar apenas uma oval.*
- | | | | | | | |
|---------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Discordo totalmente | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Concordo totalmente |

65. Pode levar à escassez de recursos naturais à população local (água, energia, alimentos, etc.). * *Marcar apenas uma oval.*
- | | | | | | | |
|---------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Discordo totalmente | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Concordo totalmente |
66. Prejudica o meio ambiente (mais poluição, mais resíduos, destruição da paisagem natural, etc.). * *Marcar apenas uma oval.*
- | | | | | | | |
|---------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Discordo totalmente | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Concordo totalmente |
67. Provoca alterações na paisagem e biodiversidade. * *Marcar apenas uma oval.*
- | | | | | | | |
|---------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Discordo totalmente | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Concordo totalmente |
68. Provoca problemas de trânsito e de estacionamento. * *Marcar apenas uma oval.*
- | | | | | | | |
|---------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Discordo totalmente | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Concordo totalmente |
69. Maior sensibilização para a proteção dos recursos naturais. * *Marcar apenas uma oval.*
- | | | | | | | |
|---------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Discordo totalmente | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Concordo totalmente |
70. Observações sobre efeitos do turismo.

Identidade

71. O que distingue Ferrel é: * *Marcar apenas uma oval.*

Agricultura

- As tribos (ursos, macacos, leões)
- Burro
- Central nuclear
- Costumes e tradições
- Mar
- Pesca
- Praia
- Surf
- Turismo
- Outro

72. Se assinalou «Outro», qual?

Atributos turísticos
de Ferrel

Por favor, indique o quanto concorda ou discorda das seguintes afirmações (em que 1 é discordo totalmente, 2 é discordo, 3 é não concordo nem discordo, 4 é concordo, e 5 é concordo totalmente):

73. O «verdadeiro ferrelejo» tem orgulho na sua terra. * *Marcar apenas uma oval.*

1 2 3 4 5
Discordo totalmente Concordo totalmente

74. A identidade local é importante. * *Marcar apenas uma oval.*

1 2 3 4 5
Discordo totalmente Concordo totalmente

75. Gosto de viver em Ferrel. * *Marcar apenas uma oval.*

1 2 3 4 5
Discordo totalmente Concordo totalmente

76. Ferrel é fantástico. * *Marcar apenas uma oval.*
- 1 2 3 4 5
-
- Discordo totalmente Concordo totalmente
-
77. Ferrel tem história e cultura. * *Marcar apenas uma oval.*
- 1 2 3 4 5
-
- Discordo totalmente Concordo totalmente
-
78. Ferrel tem um património natural maravilhoso. * *Marcar apenas uma oval.*
- 1 2 3 4 5
-
- Discordo totalmente Concordo totalmente
-
79. A comunidade de Ferrel conhece a sua história, cultura e património natural. * *Marcar apenas uma oval.*
- 1 2 3 4 5
-
- Discordo totalmente Concordo totalmente
-
80. A comunidade tem orgulho em exprimir a sua identidade aos turistas e visitantes. * *Marcar apenas uma oval.*
- 1 2 3 4 5
-
- Discordo totalmente Concordo totalmente
-
81. A identidade, património histórico, cultural e natural locais, são recursos que devem ser usados pela comunidade local para experiências turísticas. * *Marcar apenas uma oval.*
- 1 2 3 4 5
-
- Discordo totalmente Concordo totalmente
-
82. A comunidade tem orgulho que, turistas e visitantes, visitem Ferrel. * *Marcar apenas uma oval.*
- 1 2 3 4 5
-
- Discordo totalmente Concordo totalmente
-
83. Os «ferrelejos» são hospitaleiros. * *Marcar apenas uma oval.*
- 1 2 3 4 5
-
- Discordo totalmente Concordo totalmente
-
84. Os turistas gostam de visitar Ferrel. * *Marcar apenas uma oval.*
- 1 2 3 4 5
-
- Discordo totalmente Concordo totalmente
-
85. Ferrel tem muita oferta turística (alojamento, animação, eventos, etc.). * *Marcar apenas uma oval.*
- 1 2 3 4 5
-
- Discordo totalmente Concordo totalmente
-

86. Ferrel tem uma oferta turística bastante diversa (experiências turísticas *surf*, *yoga*, *mergulho*, etc.). **Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo totalmente

87. A promoção e valorização das particularidades de Ferrel são importantes para o desenvolvimento do turismo local e do concelho de Peniche. **Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo totalmente

88. Ferrel tem oportunidades turísticas por explorar. **Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo totalmente

89. Ferrel tem serviços turísticos de qualidade. **Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo totalmente

90. Observações sobre o potencial turístico de Ferrel

Comunidade e turismo

Por favor, indique o quanto concorda ou discorda das seguintes afirmações (em que 1 é discordo totalmente, 2 é discordo, 3 é não concordo nem discordo, 4 é concordo, e 5 é concordo totalmente):

91. O turismo é importante para Ferrel. **Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo totalmente

92. O turismo em Ferrel traz benefícios para outros setores como a pesca e a agricultura. **Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo totalmente

93. Pessoalmente, tenho benefícios do desenvolvimento do turismo de Ferrel. **Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo totalmente

94. A comunidade deve envolver-se mais no turismo local. **Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo totalmente

95. A comunidade deve apoiar e promover os produtos e serviços de Ferrel. **Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo totalmente

96. Como residente é um direito, ou dever cívico, contribuir para o desenvolvimento do turismo de Ferrel. **Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo totalmente

97. Estou disposto/a a contribuir para o desenvolvimento do turismo de Ferrel. **Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo totalmente

98. Estou disposto/a a envolver-me e contribuir para uma gestão e planeamento do turismo de Ferrel. **Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo totalmente

99. Ferrel deve apostar mais no turismo. **Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo totalmente

100. Ferrel deve continuar como está. **Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo totalmente

101. Em termos gerais, qual a sua opinião sobre o turismo em Ferrel? **Marcar apenas uma oval.*

- Péssima
- Má
- Satisfatória
- Boa
- Excelente

102. Como descreveria o fluxo do turismo em Ferrel até ao fim do ano de 2019? *

Marcar apenas uma oval.

- Péssimo
- Mau
- Satisfatório
- Bom
- Excelente

103. Em comparação com os anos 2018 e 2019, gostaria que no futuro houvesse mais ou menos turismo em Ferrel? * *Marcar apenas uma oval.*

- Muito menos
- Menos
- O mesmo
- Mais
- Muito mais

104. Relativamente ao turismo em Ferrel, existe algum aspeto que o/a preocupe?

105. Na sua opinião, o que se pode fazer para melhorar o turismo em Ferrel?

106. Observações sobre o turismo em Ferrel.

Oportunidades e
necessidades

Avalie de 1 a 5 (em que 1 é nada importante, 2 é pouco importante, 3 importante, 4 é muito importante, e 5 é extremamente importante); que importância dá aos seguintes aspetos:

107. Apoiar o comércio e produção local (agricultura, pesca, artesanato, etc.). **Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5	
Nada importante	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Extremamente importante

108. Promover ícones locais. **Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5	
Nada importante	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Extremamente importante

109. Realizar mais festas, eventos ou comemorações. **Marcar apenas uma oval.*
- | | | | | | | |
|-----------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Nada importante | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Extremamente importante |
110. Criar infraestruturas de equipamento, conservação e suporte para o turismo (apoios de praia, sinalização, informação, estacionamento, património, etc.).
**Marcar apenas uma oval.*
- | | | | | | | |
|-----------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Nada importante | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Extremamente importante |
111. Locais acessíveis a todos (pessoas com mobilidade reduzida). **Marcar apenas uma oval.*
- | | | | | | | |
|-----------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Nada importante | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Extremamente importante |
112. Explorar melhor os recursos existentes para atividades ou experiências turísticas (agricultura, pesca, pinhal de Ferrel, património edificado, tradição oral, estórias, saberes, etc.). **Marcar apenas uma oval.*
- | | | | | | | |
|-----------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Nada importante | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Extremamente importante |
113. Existir um espaço museológico ou interpretativo sobre a cultura local. **Marcar apenas uma oval.*
- | | | | | | | |
|-----------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Nada importante | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Extremamente importante |
114. Espaços de interesse (de visitação) em funcionamento todo o ano. **Marcar apenas uma oval.*
- | | | | | | | |
|-----------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Nada importante | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Extremamente importante |
115. Melhor rede de transportes. **Marcar apenas uma oval.*
- | | | | | | | |
|-----------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Nada importante | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Extremamente importante |
116. Melhores acessos. **Marcar apenas uma oval.*
- | | | | | | | |
|-----------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Nada importante | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Extremamente importante |
117. Melhorar a limpeza de ruas e praias. **Marcar apenas uma oval.*
- | | | | | | | |
|-----------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Nada importante | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Extremamente importante |

118. Aumentar a segurança. **Marcar apenas uma oval.*
- | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
|-----------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|
| Nada importante | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Extremamente importante |
119. Mais policiamento. **Marcar apenas uma oval.*
- | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
|-----------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|
| Nada importante | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Extremamente importante |
120. Definir o perfil de turista ou visitante que se pretende para Ferrel. **Marcar apenas uma oval.*
- | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
|-----------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|
| Nada importante | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Extremamente importante |
121. Regulamentação para o surf. **Marcar apenas uma oval.*
- | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
|-----------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|
| Nada importante | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Extremamente importante |
122. Cooperação entre negócios, empresários e setores locais. **Marcar apenas uma oval.*
- | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
|-----------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|
| Nada importante | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Extremamente importante |
123. Melhorar a qualidade dos produtos e serviços turísticos. **Marcar apenas uma oval.*
- | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
|-----------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|
| Nada importante | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Extremamente importante |
124. Ajuste qualidade/preço dos produtos e serviços entre os negócios locais. **Marcar apenas uma oval.*
- | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
|-----------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|
| Nada importante | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Extremamente importante |
125. Negócios e estabelecimentos com certificações e preocupações ambientais. **Marcar apenas uma oval.*
- | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
|-----------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|
| Nada importante | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Extremamente importante |
126. Articular o turismo aos setores da pesca e agricultura. **Marcar apenas uma oval.*
- | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
|-----------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|
| Nada importante | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Extremamente importante |

127. Diminuir o impacto do turismo no ambiente e na biodiversidade local. **Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5	
Nada importante	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Extremamente importante

128. Quebrar com a sazonalidade do turismo. **Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5	
Nada importante	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Extremamente importante

129. Outro/os aspetos que considere importante/s.

Planeamento

Por favor, dê-nos a sua opinião relativamente às seguintes afirmações. Indique a resposta de 1 a 5 (em que 1 é discordo totalmente, 2 é discordo, 3 é não concordo nem discordo, 4 é concordo, e 5 é concordo totalmente); que considere mais apropriada.

130. Conheço a estratégia do município de Peniche para o turismo.

Sim

Não

131. O município de Peniche tem controlo sobre o turismo. **Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo totalmente

132. Ferrel tem benefícios com a estratégia municipal para o turismo. **Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo totalmente

133. As atrações turísticas de Ferrel são promovidas e valorizadas por entidades públicas (Câmara Municipal de Peniche e Junta de Freguesia de Ferrel). **Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo totalmente

134. As atrações turísticas de Ferrel são promovidas e valorizadas por entidades privadas. **Marcar apenas uma oval.*
- | | | | | | | |
|---------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Discordo totalmente | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Concordo totalmente |
135. As atrações turísticas de Ferrel (naturais, património histórico, cultural, experiências, etc.), estão interligadas com as atrações de outras freguesias do concelho de Peniche. **Marcar apenas uma oval.*
- | | | | | | | |
|---------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Discordo totalmente | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Concordo totalmente |
136. O investimento estrangeiro é bom para o turismo em Ferrel. **Marcar apenas uma oval.*
- | | | | | | | |
|---------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Discordo totalmente | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Concordo totalmente |
137. O investimento interno é bom para o turismo em Ferrel. **Marcar apenas uma oval.*
- | | | | | | | |
|---------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Discordo totalmente | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Concordo totalmente |
138. O investimento interno é bom para o turismo em Ferrel. **Marcar apenas uma oval.*
- | | | | | | | |
|---------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Discordo totalmente | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Concordo totalmente |
139. Sei o que é economia circular.
- Sim
- Não
140. A economia circular pode ser aplicada ao turismo. **Marcar apenas uma oval.*
- | | | | | | | |
|---------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Discordo totalmente | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Concordo totalmente |
141. A economia circular contribui para a sustentabilidade do turismo. **Marcar apenas uma oval.*
- | | | | | | | |
|---------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Discordo totalmente | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Concordo totalmente |
142. Ferrel deve adotar um modelo de economia circular para o turismo. **Marcar apenas uma oval.*
- | | | | | | | |
|---------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Discordo totalmente | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Concordo totalmente |

143. A economia circular pode ser positiva para o turismo de Ferrel. **Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo totalmente

144. No planeamento e desenvolvimento do turismo em Ferrel é importante considerar as alterações climáticas e a biodiversidade. **Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo totalmente

145. Um plano estratégico próprio, de base comunitário, é positivo para o turismo de Ferrel. **Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo totalmente

146. Observações sobre gestão e planeamento estratégico para o turismo em Ferrel.

APÊNDICE II — DADOS DO QUESTIONÁRIO

Interação entre residentes e turistas

Gráfico 1: Contacto com turistas no trabalho. Elaboração própria.

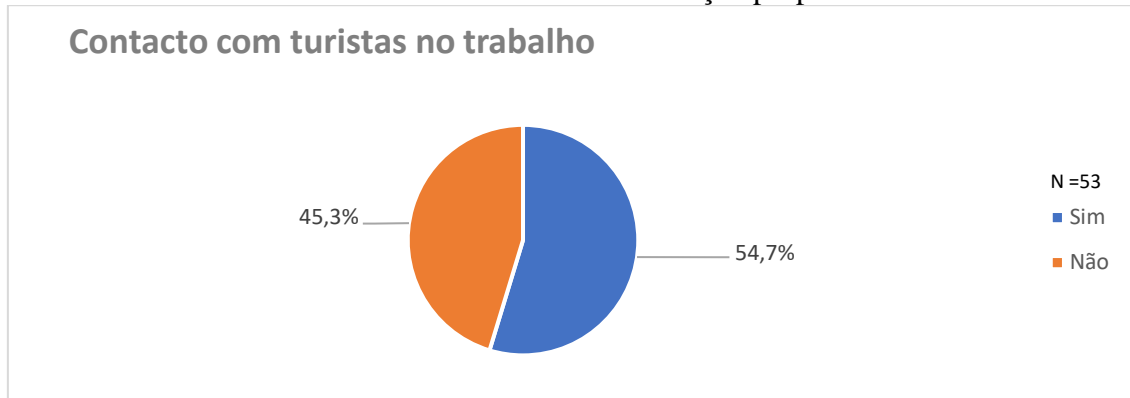


Gráfico 2: Contacto com turistas no tempo de lazer. Elaboração própria.

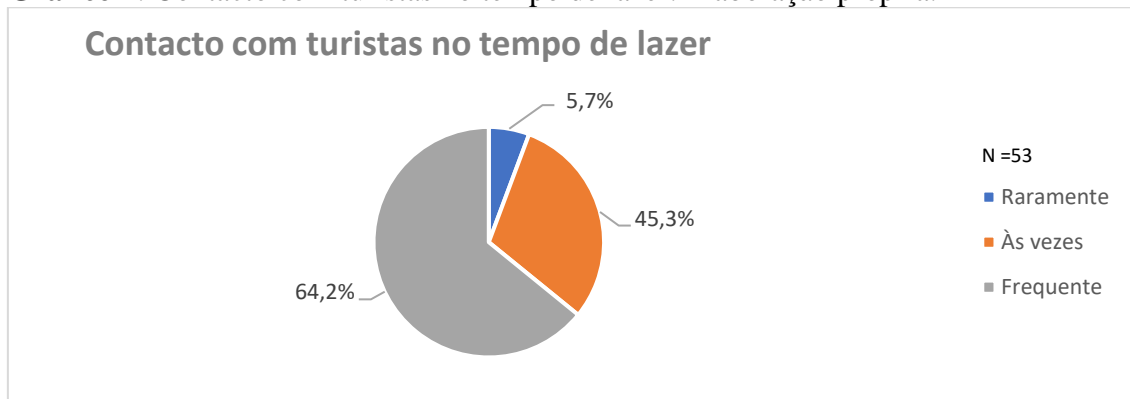


Gráfico 3: Contacto com turistas perturba as suas atividades. Elaboração própria.

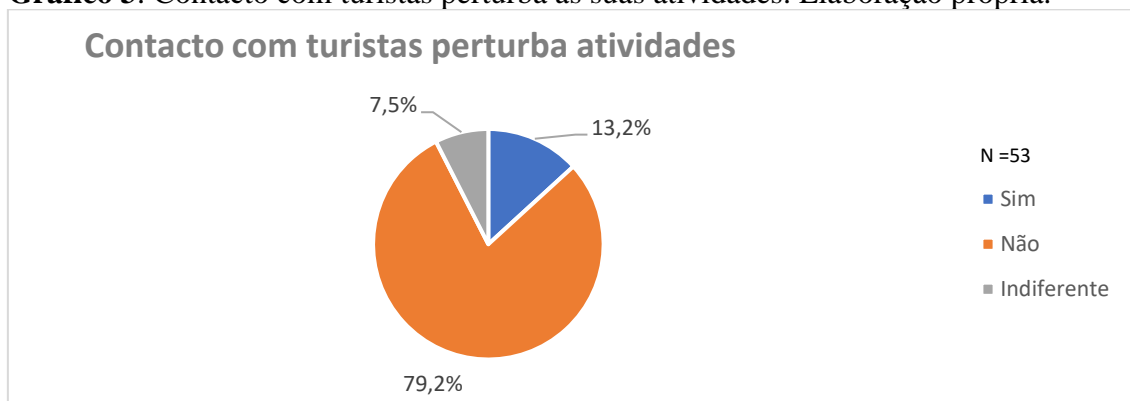


Gráfico 4: Alterou hábitos para evitar turistas. Elaboração própria.

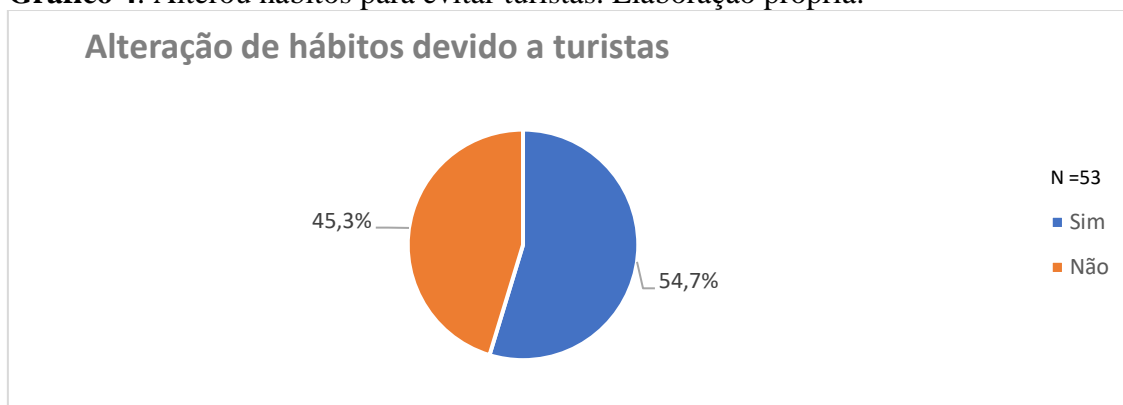


Gráfico 5: Locais onde residentes gostam de ver turistas. Elaboração própria.

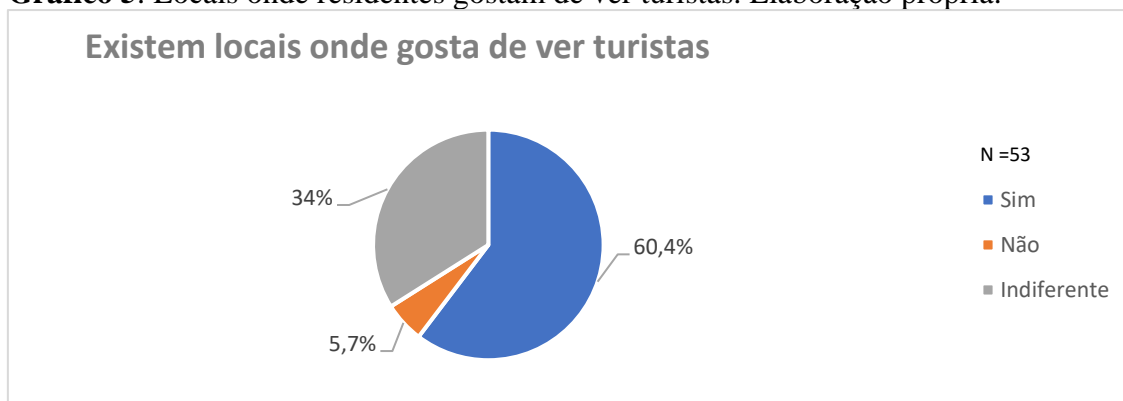


Tabela 1: Respostas livres a «locais onde gosta de ver turistas». Elaboração própria.

Se «sim», onde? [30 respostas (Q25)]
Nos bares e restaurantes.
Por todo o lado.
Nos restaurantes e cafés.
Hotéis, <i>hostel</i> .
Café, restaurantes, rua.
O excesso é excessivo!
Comércio local.
No comércio tradicional.
Parque das crianças.
No comércio.
Bares e cafés, lojas, restaurantes.
Comércio.
Comércios locais.
Gosto de os ver a passear pela vila.
Praia, restaurantes, cafés.
No comércio e nas ruas. Dão vida à freguesia.
Mais praia e no comércio.
Gosto de ver os turistas no comércio local, alojamento local, nas nossas praias, nas nossas festas.
Centro da vila.
Centro da vila.
Supermercados.

Em toda a freguesia é uma mais valia para o comércio.
Em todo o lado, porque «dá uma certa vida» à vila.
Nos restaurantes e superfícies comerciais.
Praia Baleal.
Praias.
Praias, bares, restauração, cafés, comércio local.
Festa de Ferrel.
No comércio tradicional.
Todos os estabelecimentos.

Os residentes têm preferência em ver turistas em espaços comerciais (lojas, cafés, restaurantes, bares) nas praias e a «passear pela vila», «dá uma certa vida à vila».

Gráfico 6: Locais onde residentes não gostam de ver turistas. Elaboração própria.

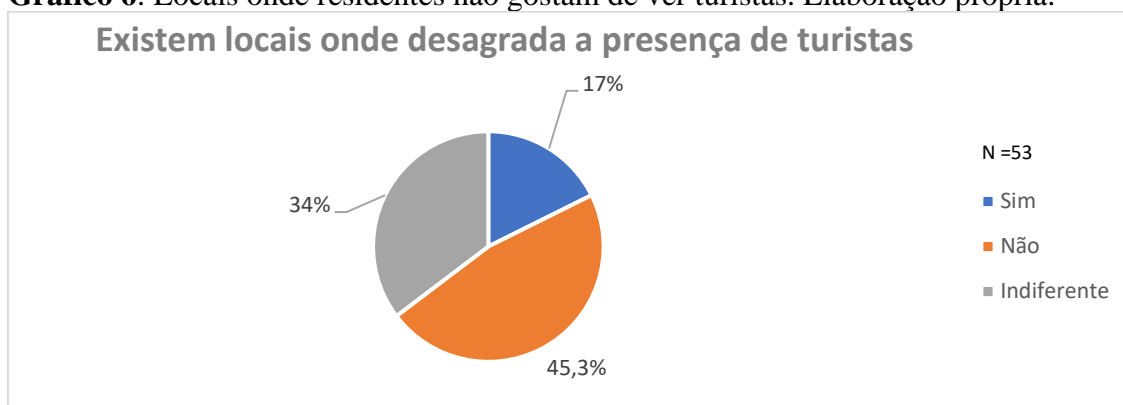


Tabela 2: respostas livres a «locais onde prefere não ver turistas». Elaboração própria.

Se «Sim», onde? [7 respostas (Q27)]
No mar (<i>surf</i>), ou então ter «menos» turistas lá, mas é um capricho pessoal. Tenho noção da importância dos turistas para a economia local.
Nas áreas comuns do Condomínio onde moro.
O excesso, é excessivo!
Nas arribas das praias, nas carrinhas e caravanas.
Almagreira, pico da mota, certas zonas são dos turistas, já não há espaço para nós.
Não é não gostar, mas gostava de ter menos nas praias.
O problema não são os locais, mas o turismo de massa que faz com que os residentes já não possam ir aos seus sítios de costume com bom humor e aproveitar o tempo. Eu estou em Ferrel quase todos os dias há 4 anos e cada verão, nos meses de julho e agosto, tal como nos fins de semana com bom tempo, evito passear por aqui.

Para os residentes é desagradável o excesso de turistas, em zonas de lazer (praia, mar), que os privem de usufruir desses locais.

Gráfico 7: Preferência de residentes por tipo particular de turistas. Elaboração própria.

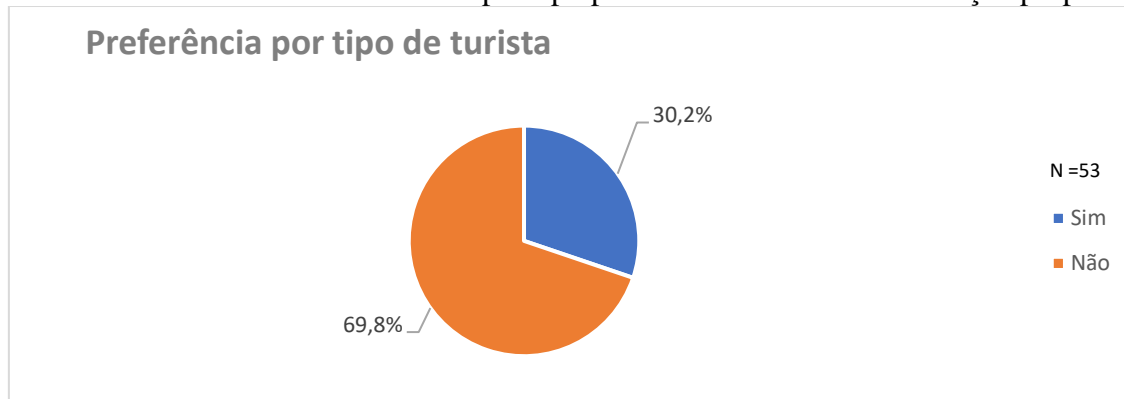


Tabela 3: Respostas livres a «Turista que agrada ou desagrada em particular». Elaboração própria.

Turista que mais agrada [13 respostas (Q29)]
Turista bem-educado e humilde.
Os que frequentam o nosso comércio local e ajudam a subsistência de muitas famílias.
Quando não há excesso de turistas!
Ingleses.
Pessoas simpáticas e mente aberta.
Respeitadores, interessados nesta terra.
Bem-educados, limpos e respeitosos.
Os que ficam hospedados.
Turista consciente da cultura local e com preocupação ambiental.
Toda a gente que vem por bem.
Quem é educado e respeitoso.
Respeite os locais.
Todos aqueles com real interesse pelo local, que procuram autenticidade.
Turista que menos agrada [18 respostas (Q30)]
Turista mal-educado e arrogante.
Caravanistas ilegais.
Os que causem distúrbios, e os que se acham superiores desrespeitando os de cá.
O excesso de turistas!
Franceses.
Autocaravanas — muito lixo, não contribuem para a economia local.
Caravanistas, turistas <i>low-budget</i> .
Aqueles que pensam que os portugueses são inferiores.
Porcos, que vêm para usar e deitar para o chão.
Gente que vem cá fazer festa, falta de respeito na água.
Desagrada-me os autocaravanistas nas arribas dias seguidos na reserva agrícola entre as arribas do Baleal e Serra d’El-Rei sem qualquer cuidado e também no parque de estacionamento do Baleal semanas seguidas a cozinhar, tomar banho, com animais, onde por vezes o cheiro é nauseabundo a urina e águas chocas das lavagens da loiça. Não deveria ser de todo permitido.
Caravanas nas praias e os jovens que sujaram tudo depois das noites de festa.
Os caravanistas.
Turistas com desrespeito por quem habita a zona ou pelo meio ambiente.
Conflitos e má energia.

Quem não respeita o ambiente e a natureza.
Os desordeiros.
Todos aqueles que vêm para fazer <i>party</i> não mostram respeito para com a comunidade local e comportamento de pertencer a uma classe social maior.

Os residentes têm preferência por um tipo de turista respeitoso com a comunidade e interessado pela cultura local.

O tipo de turista que menos agrada os residentes é o que se mostre desrespeitoso para com os locais, cause distúrbios/conflitos, os caravanistas, que polua e desrespeite o meio ambiente e não contribua para a economia local.

Tabela 4: Observações em relação ao contacto com turistas. Elaboração própria.

Observações de contacto com turistas [8 respostas (Q31)]
Excelente contacto.
Os turistas e visitantes são bem-vindos a Ferrel, são bem tratados, bem acolhidos, somos um povo acolhedor e amável com todos, desde que venham por bem.
Cada qual tem a sua vida, maior parte do tempo estamos em contraciclo, eles estão de férias a curtir, eu a trabalhar e cansado, há poucas oportunidades para convívios internacionais.
Temos demasiados turistas para as nossas infraestruturas.
Desde que sejam civilizados.
Através do projeto I Love Baleal.
Alguns deles não respeitam as regras de segurança e etiqueta de <i>surf</i> .
O turismo é bom quando ajuda a comunidade local, mas não a deve consumir completamente. Um local não pode ser destinado em todas as suas ações só a turistas. Há necessidade de um turismo sustentável, em que aqueles que vêm podem experimentar algo novo, conhecer a cultura local e em que acontece um real intercâmbio humano.

Avaliação de turistas e visitantes

Dez indicadores analisados em Escala de *Likert*, em que 1 é «Nada importante» e 5 é «Muito importante».

Gráfico 8: Avaliação de atitudes dos turistas. Elaboração própria.

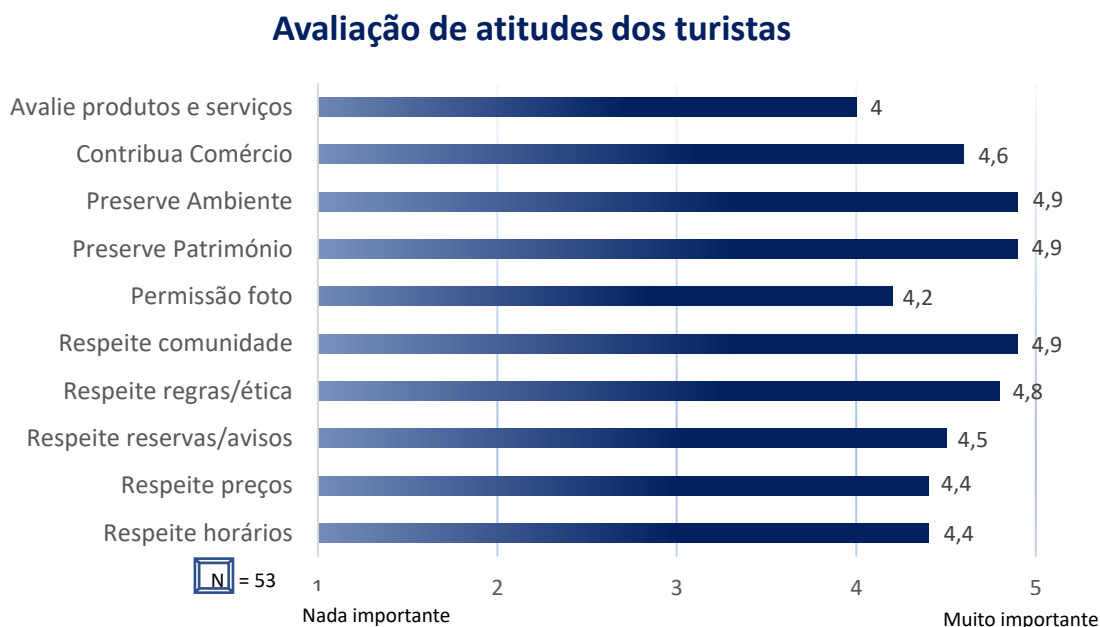


Tabela 5: Respostas livres a «Já teve alguma das experiências mencionadas, ou outra, com turistas ou visitantes? Qual?», «Que sentimento lhe causou?», «Como reagiu e lidou com a situação?» e «Observações». Elaboração própria.

Já teve alguma das experiências mencionadas, ou outra, com turistas ou visitantes? Qual? [13 respostas (Q42)]
Não.
Muitos não respeitam as regras e copiam os locais, estacionam mal e não têm os mesmos cuidados que têm nos países de onde vêm.
Muitas. Basicamente aqui também existe uma grande responsabilidade do local e dos donos das empresas locais que oferecem serviços ou alojamento aos turistas. Quem vende tudo só barato e não mostra o próprio respeito pelo local não vai incentivar isto nas pessoas que vêm.
Positiva avaliação e contributo para a economia local.
Sempre contactos positivos.
SIM.
Regatear um preço estabelecido.
Por variadas vezes falei com turistas de caravana, estacionados em frente ao mar, sem querer saber se tapam a vista ou perturbam os locais, por várias vezes responderam mal e não respeitaram o pedido de mover a caravana, respondendo mal ou mesmo ignorando. Outra situação, os preços para turistas, quando ganhamos 1/4 do ordenado de um turista precisamos pagar um pouco menos pelos consumos diários em cafés ou supermercados.

Tenho um AL.
Desrespeito da preservação ambiental.
Sim. Não respeitarem as regras locais.
Nenhuma.
Estruturas, o turismo tem um peso significativo no custo de manutenção das estruturas. A junta de Ferrel suporta esse peso, mas continua tesa como um carapau, pois recebe apoios por habitante e não por toda a população na freguesia, que pode facilmente ascender ao dobro.
Que sentimento lhe causou? [13 respostas (Q43)]
Chateado.
Grande parte dos locais têm trabalhos precários sem contratos, ou contratos sazonais e muito recebem abaixo do ordenado mínimo, toda a economia está dependente de uma coisa tão volátil como o turismo, podem dar uma olhada na outrora próspera Consolação, que hoje é um fantasma ao pé daquilo que já foi. Ferrel temo que lhe aconteça o mesmo.
Satisfação em prestar um bom serviço.
Isto é principalmente ligado ao comportamento humano em si, não especificamente nos turistas. Mas todos deviam mostrar respeito pelo local, o meio ambiente e os valores culturais aqui propagados. Quem não gosta pode ir a um outro sítio. Isto porque cada um contribui com as suas ações para a vida que experimentamos, seja pelo bom ou mal.
Nenhum.
Revolta e que vendemos Peniche ao desbarato.
Nunca senti incómodo.
Até agora estou a gostar da experiência, pois consigo conhecer pessoas de outras culturas. Contribui para o meu crescimento pessoal e desenvolvimento da economia local.
Raiva.
ALEGRIA.
Sem comentários.
Muita satisfação.
Revolta.
Como reagiu e lidou com a situação? [10 respostas (Q44)]
Principalmente sou muito tolerante, mas quando vejo alguém que mete o seu lixo em todo o lado, falo com eles para avisar onde estão os próximos contentores. Eu também sou hóspede aqui, porque não nasci aqui, assim tento contribuir da maneira mais otimista e positiva. Mas quando o senso comum não é mostrado, a gente também tem de usar a própria voz.
Trabalho fora, e durmo em casa cedida pelos velhos, porque não há rendimentos que consigam pagar uma casa em Ferrel.
Chamei a atenção para a violação da ética e ecologia.
Não gosto e às vezes chamo à atenção.
Não me é possível fazer nada.
Chegámos a um acordo.
Da melhor forma.
Sem comentários.
Muito bem.
BEM.
Observações de turistas e visitantes [10 respostas (Q45)]

Pés de chinelo grande parte deles que não deixam um cêntimo fora das grandes superfícies ou das <i>surf camps</i> que oferecem o pacote completo, para Ferrel e povo jovem de Ferrel só vejo uma espiral negativa de cada vez mais precários.
Até agora conheci diversos turistas, mas a maioria dos clientes são alemães. Da experiência, são respeitadores das regras impostas pelo AL, não provocando qualquer tipo de problema.
Há muitos que são respeitosos, carinhosos, de boa atitude, com valores e bom comportamento, mas os outros também há, e não são poucos.
É muito importante a conservação e preservação de locais públicos e privados, por parte dos turistas/visitantes.
DESAGRADA-ME A FALTA DE EDUCAÇÃO DOS ESPANHÓIS QUE NÃO GASTAM DINHEIRO E REGATEIAM PREÇOS.
Super simpáticos e felizes com o acolhimento dado pela população de Ferrel.
Respeito pelo local e pessoas.
Quando confrontados, acatam.
Sem comentários.
50/50

Efeitos do turismo

Gráfico 9: Perceção de indicadores positivos. Elaboração própria.



Gráfico 10: Percepção de indicadores negativos. Elaboração própria.

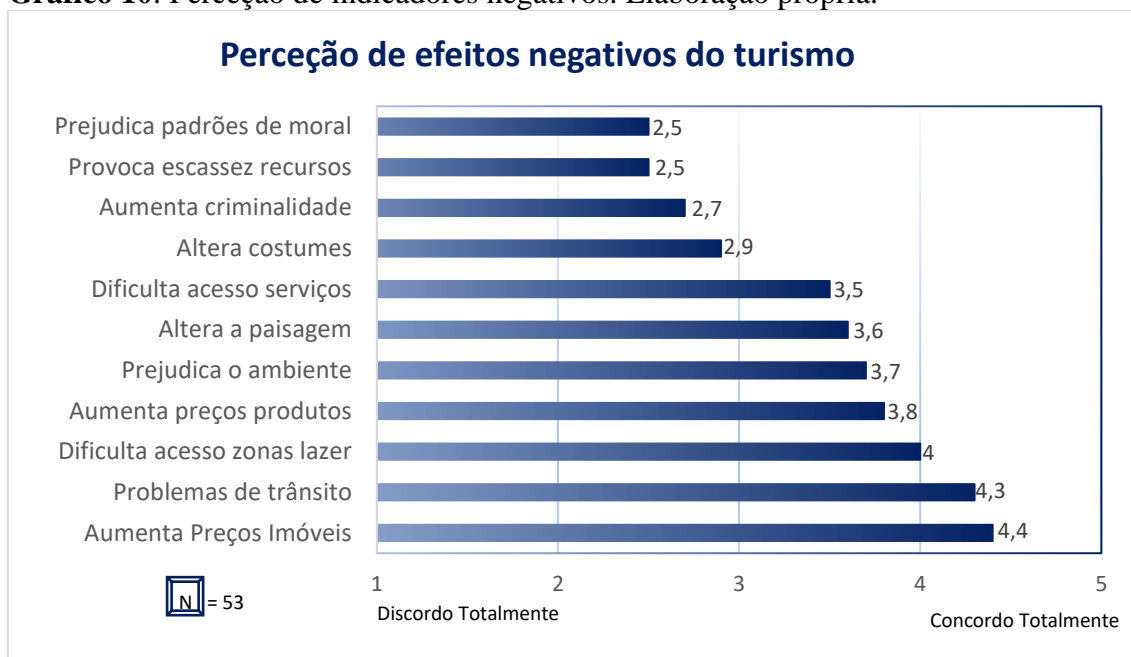


Tabela 6: Observações de impactes do turismo. Elaboração própria.

Observações sobre efeitos do turismo [8 respostas (Q70)]
Os efeitos colaterais do turismo, até agora, não acho que este tenha compensado de forma alguma. O povo passou apenas a ser um mero serviçal mal pago. Penso que todo o concelho pôs umas palas no turismo e se esqueceu de investir na agricultura, indústria de produção de bens de valor acrescentado e neste momento já se começa a ver pessoas a voltar ao campo e às colheitas sazonais sem quaisquer benefícios fiscais como há 30 anos. Resumindo, marcou-se passo e agora com o Corona vai-se recuar décadas.
O caos na ilha do Baleal durante o verão, causado por turistas nacionais e estrangeiros, bem como por locais. Todos estacionam selvaticamente num local que não devia ter trânsito automóvel.
Inflaciona muito os preços dos terrenos, casas e apartamentos, o trânsito e o acesso a Ferrel e Baleal, no verão, deverá ser repensado e por sentido único na Avenida do Mar e outro pelo interior de Ferrel. Aumentar a zona pedonal, de <i>skates</i> , trotinetes e de bicicletas. É urgente pensar nisso.
Efeito económico, ambiental, etc.
Não há positivo sem o negativo, mais de algo se traduz em menos de algo, mas todos precisamos do mais de algo para que não tenhamos o menos de tudo.
Muito ruído. Muita pressão sobre os residentes locais, que estão a ir embora.
Bem, turismo sustentável é a palavra chave aqui. ♥
Sem ele será difícil viver.

Identidade

Tabela 7: Respostas livres a «Se outro, qual?». Elaboração própria.

Opção «Outro» [5 respostas (Q72)]
Agricultura: vai rolando, adormecida mas recuperável; As tribos completamente desmanchadas, pois vive imensa gente em Ferrel que nem sequer se conhecem, O Burro: conheço restaurantes com mais burros que Ferrel; Central Nuclear passa-me a mim e a mais 90% dos jovens completamente ao lado; Costumes e Tradições só se for o Rancho que a maioria nem quer saber que lá vai aguentando qualquer coisa; Mar sim; Pesca não; Praia sim; Apostaria que pelo menos 90 a 95% dos locais nunca fez <i>surf</i> ; Turismo este ano vai ser um desastre.
Um misto, entre <i>surf</i> , praia, turismo, agricultura e o tradicional Burro. Nunca esquecendo a luta que existiu em torno da Central Nuclear.
O que distingue Ferrel é uma soma de vários fatores, estando alguns acima descritos. Temos boas praias (e bonitas) tanto para <i>surf</i> como para famílias, com bons acessos. Temos muitos serviços (multibanco, farmácia, restaurantes, etc.) de pequenas dimensões e pertencentes a locais ou outros pequenos empresários, o que cria um ambiente diferente, pouco comercial. Além disto, sabemos acolher as pessoas. Tudo isto cria uma atmosfera simpática e descontraída.
A união.
Os habitantes, a língua falada.

Perceção de atributos turísticos

Dezassete indicadores em Escala de *Likert*, em que 1 é «Discordo Totalmente» e 5 é «Concordo Totalmente».

Gráfico 11: Atributos Turísticos: «Sentimento Comunitário». Elaboração própria.

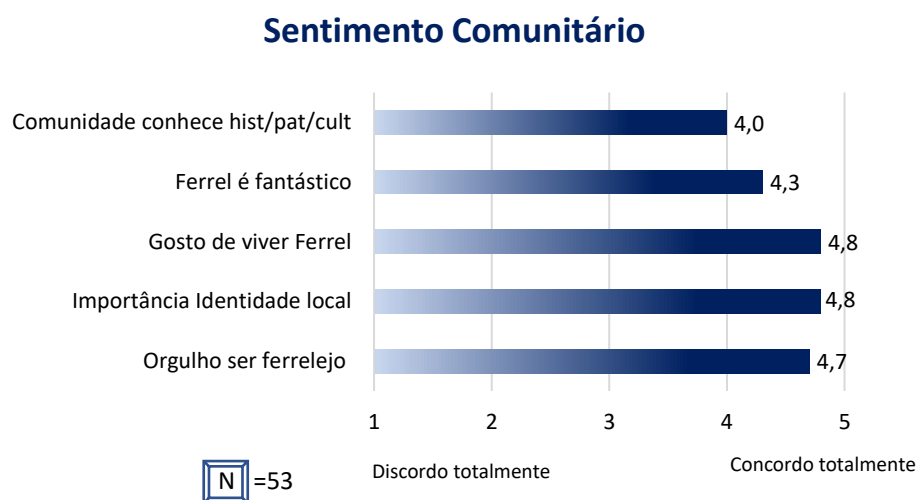


Gráfico 12: Atributos Turísticos: «Reconhecimento de Atributos». Elaboração própria.

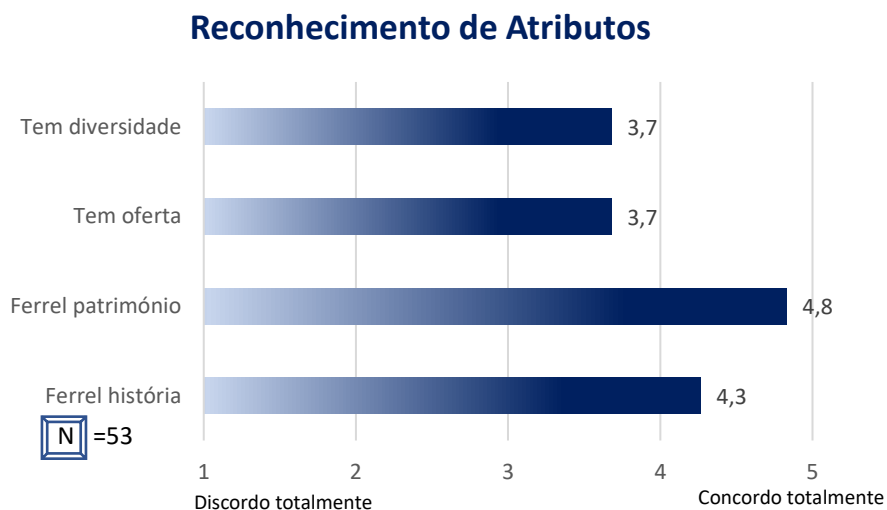


Gráfico 13: Atributos Turísticos: «Perceção Turística». Elaboração própria.

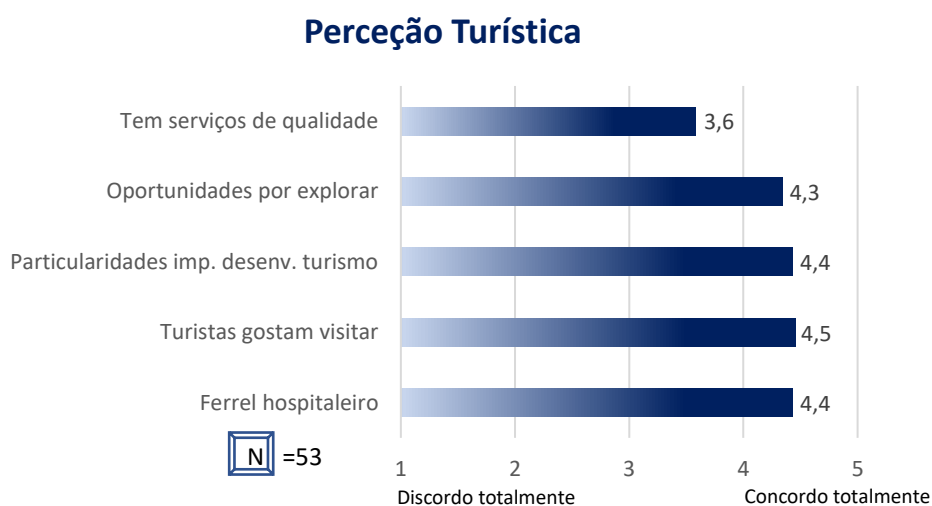
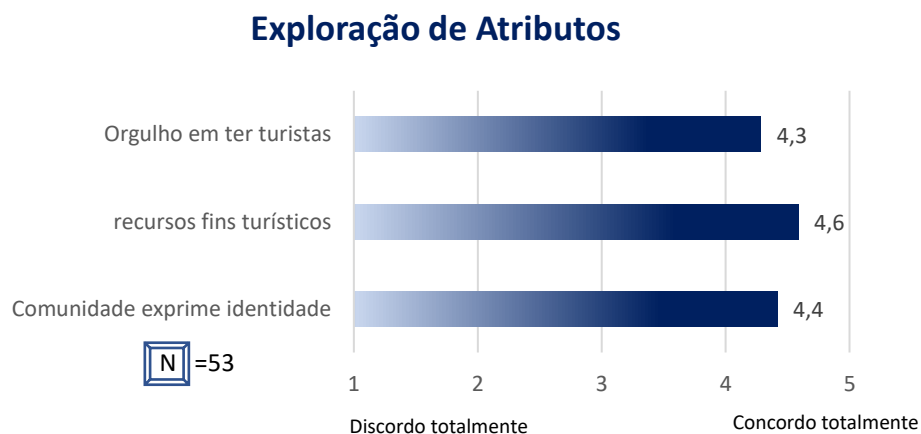


Gráfico 14: Atributos Turísticos: «Exploração de Atributos». Elaboração própria.



Comunidade e turismo

Oito indicadores avaliados em Escala de *Likert*, em que 1 é «Discordo Totalmente» e 5 é «Concordo Totalmente», e a opinião relativa à satisfação com o turismo e fluxo turístico (três indicadores).

Gráfico 15: Importância atribuída ao turismo. Elaboração própria.

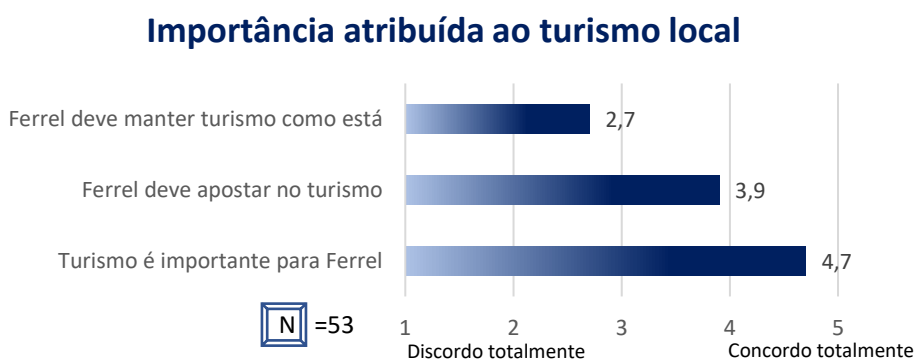


Gráfico 16: Predisposição ao envolvimento turístico. Elaboração própria.

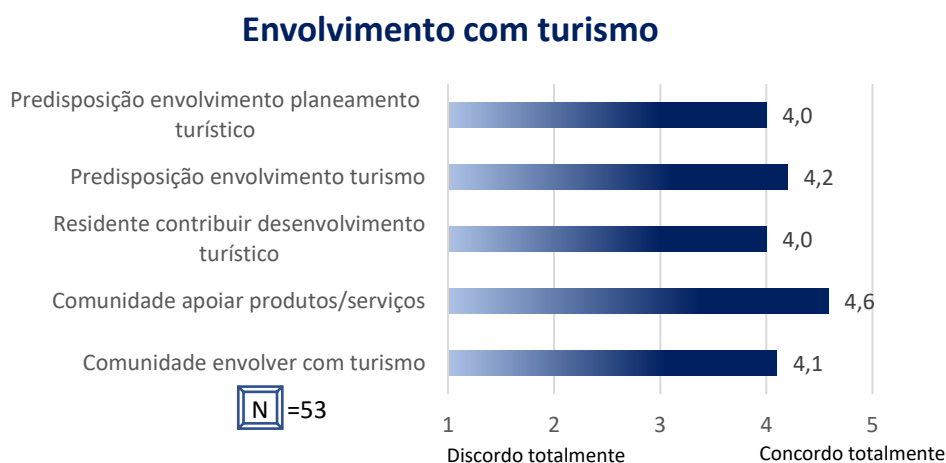


Gráfico 17: Satisfação dos inquiridos com o turismo local. Elaboração própria.

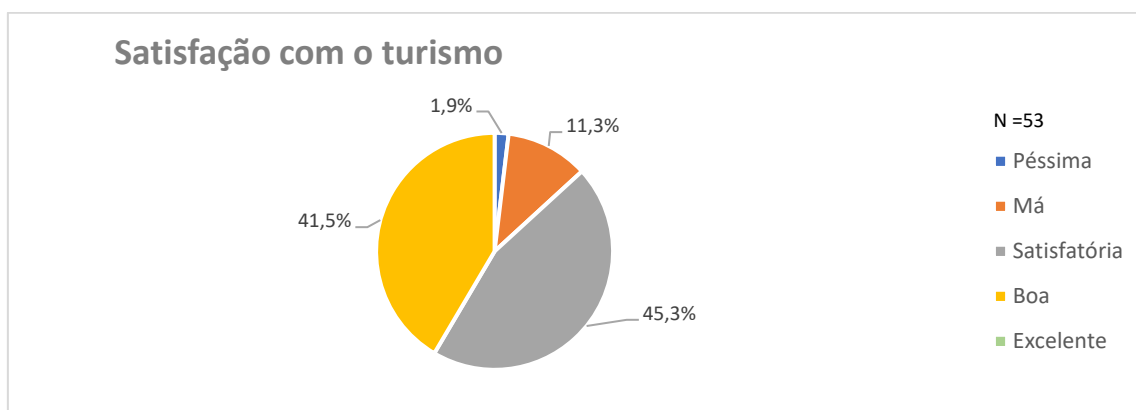


Gráfico 18: Percepção do fluxo turístico. Elaboração própria.

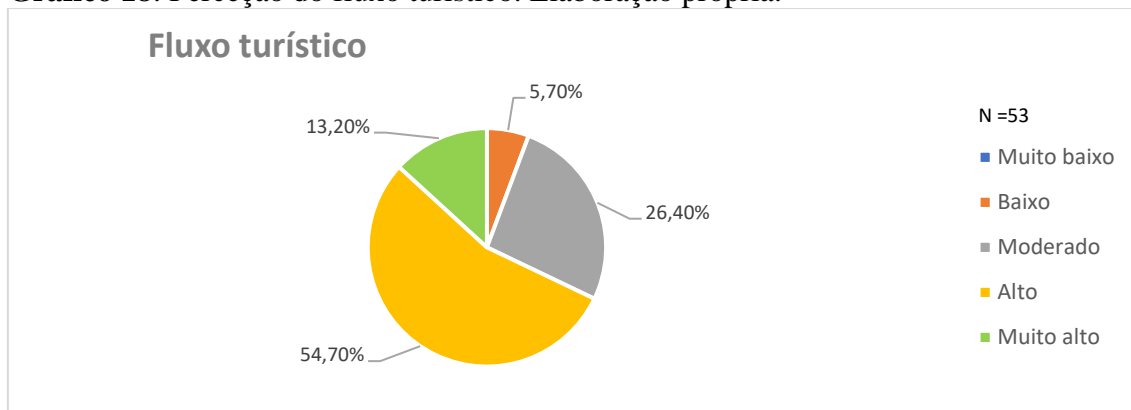


Gráfico 19: Fluxo turístico desejado. Elaboração própria.

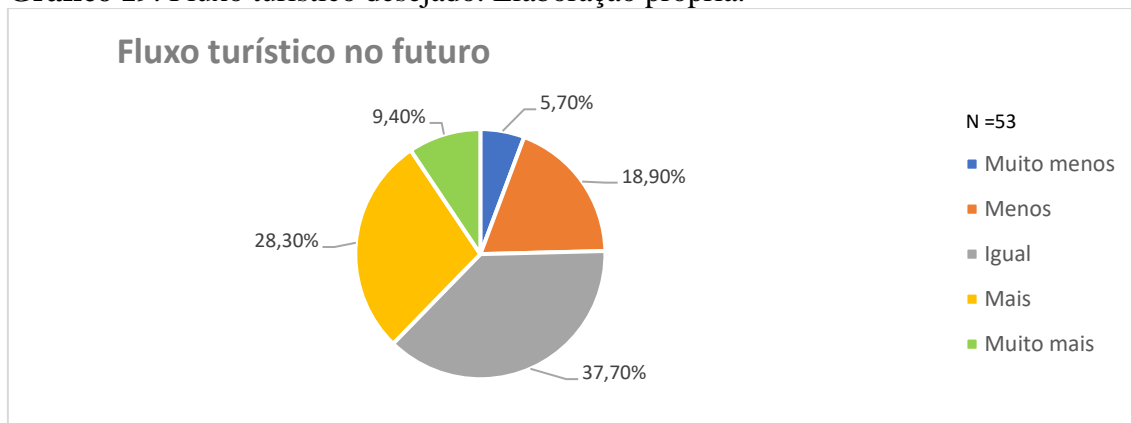


Tabela 8: Respostas livres a preocupações e sugestões com/para o turismo. Elaboração própria.

Relativamente ao turismo em Ferrel, existe algum especto que o/a preocupe? [51 respostas [Q105)]
Não.
O aumento do turismo sem um devido planeamento e a falta de controlo sobre o número de turistas a visitar os locais.
Perder-se a agricultura local e tornar-se muito massificado.
Preocupa-me que criem muitos espaços como bares e restaurantes, etc., com preços que os residentes não conseguem acompanhar.
Mais do mesmo, sem condições para trabalhadores do setor.
Falta de estruturas de apoios.
O ordenamento do território e o ambiente.
O excesso de turismo de <i>surf</i> , com quase todos os recursos financeiros gastos nas escolas de <i>surf/surf houses</i> . O excesso de turismo nos meses de verão.
A construção desregrada e o constante bloqueio de acessos à praia.
Expansão selvagem, maus-tratos à natureza.
Tiram privacidade dos locais.
Não.

O peso da manutenção das infraestruturas públicas provocadas pelo excesso de população. As instituições públicas não terem o devido retorno pelo aumento dessa população. Empregos precários. Especulação imobiliária. Fuga de jovens para viver em freguesias vizinhas. A fuga da etapa do mundial de <i>surf</i> de Peniche que podia dar um rombo nesta popularidade do <i>surf</i> em Peniche. Palas e enclausuramento na bolha turística sem explorar outras atividades como agricultura, pesca, indústria alimentar, tecnológica, etc.
O desrespeito ambiental por parte de turistas e operadores turísticos, contribuindo para destruição de dunas e arribas. O facto de os serviços serem, regra geral, de fraca qualidade e baixo preço, atraindo turistas preocupados apenas com baixo custo.
O investimento da autarquia nas infraestruturas.
Zonas verdes.
Meio ambiente.
O lixo que deixam nas nossas praias e em volta delas.
Para os habitantes locais, é uma luta total encontrar aluguéis de longo prazo, os preços estão aumentando em todos os lugares: cafés, restaurantes, imóveis e terrenos.
Aumento da criminalidade.
A falta de bom senso dos turistas, a falta de leis, meios para as fazer cumprir, sobretudo a falta de interesse em melhorar e ter turismo sustentável.
Ausência de atividades culturais durante todo o ano.
Danificação das zonas balneares.
Nada a apontar.
A massificação do turismo barato, que deixa pouco dinheiro à economia.
Ainda nos falta a diferenciação, estamos muito colados a Peniche e eles não contribuem para nada de novo na nossa freguesia. Temos de nos desmarcar e afirmar Ferrel e Baleal como um ponto turístico diferente. Quando procurarem no mapa, têm de vir diretos para aqui.
O excesso de pessoas para as infraestruturas existentes (p. ex., carros vs. parques de estacionamento).
Sim, preocupa-me o facto de o novo PDM querer prejudicar uns e beneficiar outros.
Falta de investimento nos locais turísticos e no turismo de referência, o <i>surf</i> .
Falta de estacionamento na praia do Baleal.
A falta de estratégia e planificação de desenvolvimento turístico.
Baixos preços no alojamento, o que traz pessoas desinteressantes.
De momento devido a toda a situação Covid, claro que sim.
O grande aglomerado de indivíduos no mesmo local.
A falta de respeito pelas pessoas de Ferrel.
Não.
Sustentabilidade.
Poluição das praias. Facilidades de investimento a estrangeiros.
Infraestruturas.
Seja bom se não houver picos, mas sim um fluxo equilibrado o ano todo, assim não deve fechar tudo durante o inverno e depois ninguém sabe onde meter as mãos primeiro durante o verão.
A subida de preços.
Aumento dos preços para os residentes.
O excesso de veículos nas épocas altas do ano, que dificulta a deslocação dos residentes.

O estacionamento nas praias. As arribas...
Sim.
Falta de comércio.
Na sua opinião, o que se pode fazer para melhorar o turismo em Ferrel? [51 respostas (Q106)]
Efetuar um estudo sobre a carga de turistas do local e pôr em prática um plano de controlo desta.
Criação de um espaço cultural.
Mais negócios à base de experiências/atividades e menos à base de alojamento.
Aumentar condições nas praias (casas de banho, infraestruturas etc.) e diversificar oferta cultural e atividades.
Tornar Ferrel ainda mais atrativo aos turistas.
Apostar no turismo de roteiros rurais e os melhoramentos das infraestruturas gerais.
Limitar os AL.
O acesso às praias e o acesso pedonal à vila.
Criar mais serviços de qualidade, centro do turismo seria ótimo.
Mais eventos.
Atividades quando não há bom tempo.
Nada está bom assim.
Neste momento, acho que, pelo menos em termos de construção, já todos os erros foram cometidos e é difícil de emendar, melhorar é possível se tirarem as palas do <i>Surf</i> e começarem e tentar capitalizar outros produtos.
Apostar mais em qualidade e menos em quantidade. Nivelar por cima.
Investir e melhorar acessos e infraestruturas essenciais.
Não me ocorre ideia nenhuma de momento.
Discoteca.
Regras e limites para os empreendedores, infraestrutura adequada para acolher todos com qualidade.
Mais fiscalização no turismo ilegal, como o caravanismo em zonas impróprias.
Mais espaços de lazer.
Eu não estou envolvido com turistas no meu trabalho, mas diria para regular as práticas de emprego, evitando a exploração, oferecendo algo além de aluguel de casas e <i>surf</i> : mais experiências e serviços que permitem que todos os habitantes locais obtenham mais dinheiro. Porque quando os turistas se vão, os habitantes locais são capazes de sustentar negócios locais.
Apostar na prevenção e repressão criminal.
Informação, separar turistas e residentes portugueses! Não devemos pagar o mesmo, não contribuimos o mesmo, não se passa assim quando um português vai para fora do país.
Criar atividades que tragam turistas a Ferrel como as Tasquinhas ou festivais temáticos «Festival da Cenoura».
Dinamizar a praia do Baleal.
Ver mais jovens da Terra a colaborar.
Acessibilidades, melhorar o urbanismo da vila a nível de mobilidade pedonal e melhorar muito a higiene das ruas, construir balneários adaptados, suficientes para o pessoal que faz <i>surf</i> de verão e de inverno.

Devemos trabalhar para estender a época. Temos de ter atividades/estruturas para atrair turistas durante a época baixa.
Ser mais rígido nas normas de conduta para que todos as respeitem Não podem chegar aqui e achar que são donos de tudo e não respeitar as normas e pessoas da terra.
Ruas alcatroadas, melhor acesso às praias e balneários. Há pessoas a fazer as necessidades nas dunas e junto às caneiras e arbustos mesmo na baía, é necessário e está prometido há anos novo reservatório de água para abastecer Ferrel. Muitos melhoramentos são necessários, mas não só para o turismo. Os agricultores, os construtores e tudo o resto precisam de ser valorizados.
Apoio no desenvolvimento do turismo e nas infraestruturas diretamente relacionados com o turista de referência (<i>surf</i>).
Mais comércio.
Começar pelos «alicerces» que nunca foram pensados, nem construídos. Um plano de desenvolvimento turístico inicia-se por envolver a população local e criar infraestruturas em condições para receber o turismo.
Melhorar os espaços.
Divulgação, união, compreensão.
Investir em atividades de animação turística.
Aumentar o nível das diferentes ofertas.
Muito mais.
Promover produtos e cultura locais, proteger melhor o meio ambiente.
Construir alojamentos.
Infraestruturas nas praias.
Regular as atividades, sobretudo ao nível das escolas de <i>surf</i> e do alojamento local.
Desenvolver uma guia para turistas, com história, mapas, informações sobre o meio ambiente e a Biodiversidade, contos dos velhotes e muito mais oferta para famílias com crianças. Faltam espaços verdes de lazer, faltam infraestruturas e falta um plano geral de sustentar o turismo. Acho também bem uma aplicação de uma taxa para turistas para equilibrar os gastos que eles trazem, pois o orçamento da freguesia pela maioria é sustentado por número de residentes e não número de pessoas que por aqui passam ou vivem sem ser registadas.
Apostar nas infraestruturas, embelezamento e qualidade
Utilizar os espaços já existentes promovendo-os, oferecer mais postos de trabalho, promover abertura de novos espaços direcionados tanto para o turismo como os residentes.
Fazer mais eventos.
Nada.
Investimento em infraestruturas.
Agora de repente não sei.
Nada.
Promover em feiras e eventos destinados ao turismo de Portugal.

Perceção de oportunidades e fraquezas

Vinte e dois indicadores avaliados em Escala de *Likert*, em que 1 é «Nada Importante» e 5 é «Muito Importante».

Gráfico 20: Oportunidades turísticas.



Gráfico 21: Necessidades turísticas.

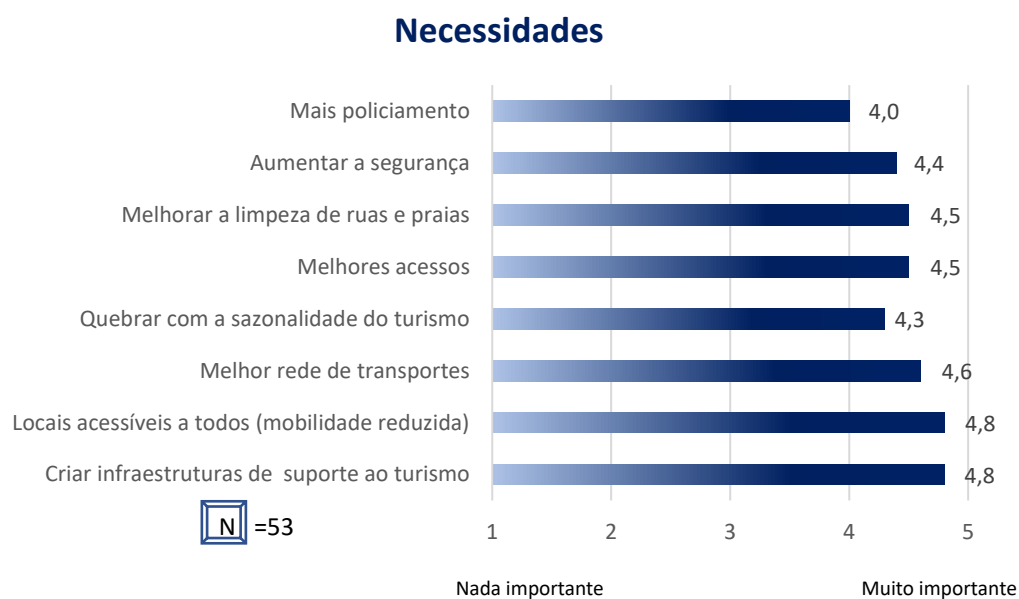
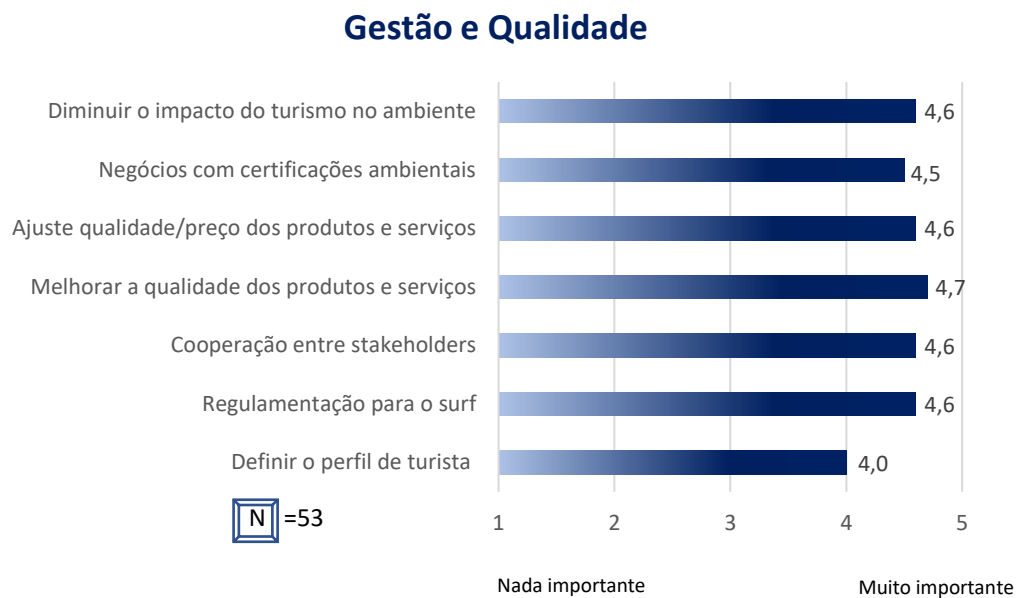


Gráfico 22: Necessidades de gestão e qualidade turística.



Planeamento

Treze indicadores avaliados em Escala de *Likert*, em que 1 é «Discordo Totalmente» e 5 é «Concordo Totalmente».

Gráfico 23: Perceção da estratégia municipal para o turismo.

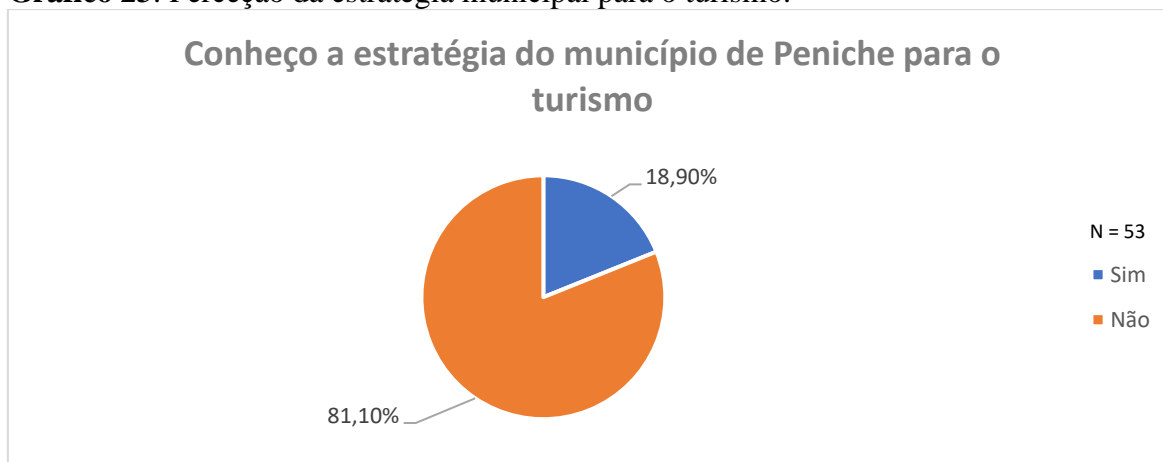
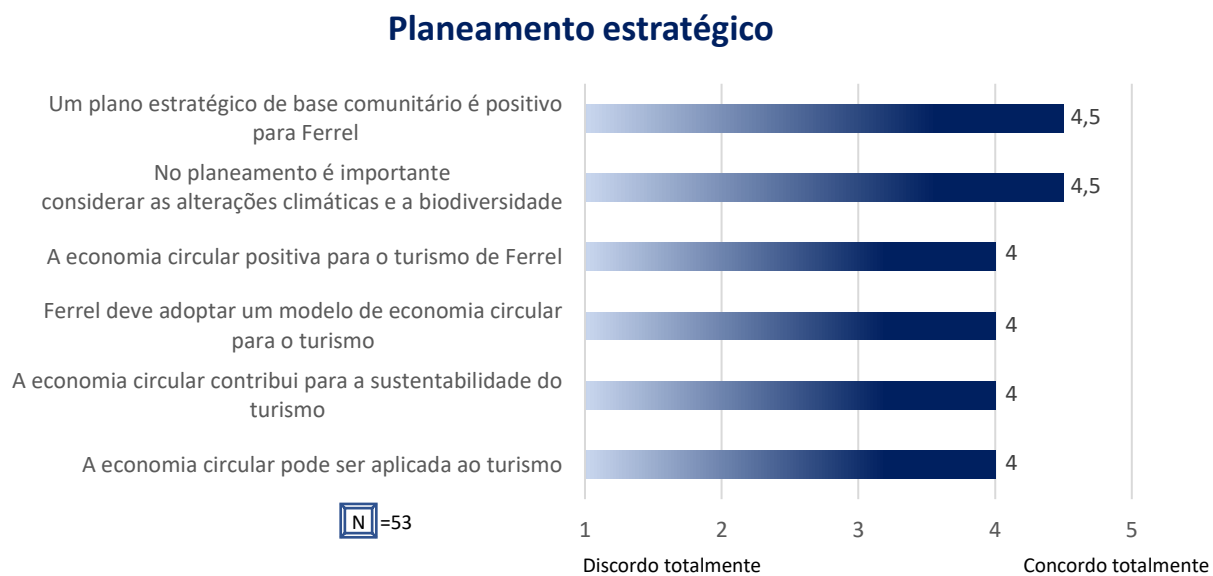


Gráfico 24: Promoção estratégica do destino.



Gráfico 25: Planeamento estratégico do destino.



APÊNDICE III — ENTREVISTAS AOS ÓRGÃOS DE PODER LOCAL

Entrevista à Câmara Municipal de Peniche:

Questões — planeamento turístico:

1. De que forma o setor do turismo integra o planeamento, gestão e ordenamento do município de Peniche?
2. Quais as principais preocupações e impactes com/do setor do turismo de Peniche?
3. Qual o plano estratégico para o setor do turismo de Peniche?
4. Quais os objetivos do Plano 2030 do município de Peniche para o setor do turismo?
5. Que ações estão previstas para os objetivos propostos?
6. Como se configura o turismo na economia circular no Plano 2030 Peniche?
7. De que modo as alterações climáticas e biodiversidade estão integradas no plano estratégico 2030 para o turismo de Peniche?
8. De que forma a oferta turística do concelho está suportada ou interligada entre as diferentes freguesias do concelho?
9. Que importância a freguesia de Ferrel apresenta para o turismo do concelho de Peniche?
10. Que benefícios apresenta o Plano 2030 para o turismo da freguesia de Ferrel?
11. Em que moldes o município integra e articula as necessidades e atributos turísticos da freguesia de Ferrel com as concelhias?
12. Quais os principais impactes do turismo da freguesia de Ferrel para o concelho de Peniche?
13. Quais são as principais preocupações turísticas do município de Peniche com a freguesia de Ferrel?
14. De que forma o município integra e promove as singularidades da freguesia de Ferrel como produto turístico do destino Peniche?
15. O Plano 2030 Peniche apresenta uma aposta do município no desenvolvimento do turismo cultural, de que forma a cultura/identidade da freguesia de Ferrel, enquanto atributo/recurso turístico, beneficia e é valorizada neste âmbito?

Entrevista à Junta de Freguesia de Ferrel

Questões — planeamento turístico

1. **Em que ponto se encontra o turismo em Ferrel?**

— O turismo em Ferrel continua surpreendentemente em crescimento, havendo ainda muitas potencialidades por explorar.

2. **De que forma o turismo local integra as estratégias do Plano 2030 para o turismo do concelho?**

— Na minha perspetiva, o turismo do concelho de Peniche está muito aquém do Plano 2030 e das perspetivas estabelecidas a nível europeu.

3. **Quais são os objetivos da freguesia para o turismo?**

— É sempre difícil fixar metas em termos de Freguesia quando temos um município que não tem a mesma visão nem desenvolve esforços nesse sentido. Mas, uma vez que as nossas atratividades naturais são mais que suficientes para atrair o público, creio que o mais importante e o mais urgente é criar Ordenamento, Embelezamento e Regras que elevem a qualidade do turismo.

4. **De que forma os objetivos turísticos da freguesia se interligam com os objetivos turísticos do Plano 2030 Peniche?**

— Não existe um Plano 2030 de Peniche oficializado, nem temos acesso de forma oficial a qualquer informação nesse sentido.

5. **Que oportunidades a economia circular, proposta no Plano 2030 Peniche, traz para o turismo em Ferrel?**

— Não existe um Plano 2030 de Peniche oficializado, nem temos acesso de forma oficial a qualquer informação nesse sentido.

6. **De que forma as atrações turísticas da freguesia se encontram interligadas com o turismo concelho?**

— De todas as formas. Se o município trabalhar as potencialidades em rede, tem uma oferta absolutamente única que se complementa ao longo do território nas mais diversas áreas.

7. **De que forma a cultura/identidade de Ferrel são valorizadas e promovidas pelo município enquanto parte integrante do «produto» destino Peniche?**

— De péssima forma. Não existe nem estratégia, nem valorização.

8. **Como o setor do turismo se articula com os restantes setores a nível local?**

— Com muito pouco contacto e de certa forma como elemento bloqueador de desenvolvimento pela inércia e burocratização de qualquer ideia.

9. Quais as preocupações da freguesia com as alterações climáticas e biodiversidade para o setor do turismo?

— Principalmente na defesa da natureza, não só no aspeto da limpeza e recolha de resíduos, mas na proteção das potencialidades naturais como a costa, a área agrícola e a praia.

10. Quais as principais preocupações, necessidades ou dificuldades com o setor do turismo que a freguesia apresenta?

— A grande procura face à diminuta capacidade de resposta e a falta de apoio do município.

11. Que meios a freguesia utiliza na sua promoção enquanto destino turístico?

— Neste momento, apenas digitais.

12. Que impactes o turismo apresenta para a freguesia?

— Além de uma avassaladora dinâmica no que diz respeito ao desenvolvimento, tem um impacto muito importante no emprego, no comércio e na indústria da Construção civil.

13. Que atributos turísticos valorizam Ferrel enquanto destino turístico?

— Tradição, identidade, natureza, clima e diversidade.

14. Quais são os principais recursos turísticos que a freguesia pretende desenvolver?

— Tradição, identidade, natureza, clima e diversidade, através do ordenamento, divulgação e promoção.

15. Em que medida é necessário um plano de desenvolvimento sustentável do turismo local?

— É muito importante e penso até que é preponderante, pois estará no centro do nosso desenvolvimento no futuro, e desenvolvimento com qualidade e sustentabilidade.

APÊNDICE IV — RECOLHA DE INFORMAÇÃO NAS REDES SOCIAIS

Figura 1: Caravanistas, campismo selvagem (2012-2020, Ferrel, Peniche). Fonte: Facebook.

11 de novembro · 🌐

Onde isto chegou...
O novo "restaurante " no baleal- Lagido. 🙄



26 de agosto de 2016 · 👤

Porquê, alugar uma Casa ou Hostel ou Hotel em Peniche e Baleal se é permitido acampar,sujar e abusar do meio ambiente,nao respeitando o espaço de reserva nacional?dito por muitos clientes meus estrangeiros e amigos,que tambem o pretendem fazer no futuro.cada vez vao ser mais e o lixo tambem.somos os maiores...da porcaria



👍 🙄 🙄 [Redacted]

👍 Gosto 💬 Comentar

Figura 2: Caravanistas, campismo selvagem (2012-2020, Ferrel, Peniche). Fonte: Facebook.



Figura 3: Surf na praia do Baleal (2016-2020, Ferrel, Peniche). Fonte: Facebook.

...está em Baleal, Leiria, Portugal. 8 de junho ·

Camas a 8€ por noite, aulas a 15€ alojamentos locais rascas, Sunsets foleiros com happyhours de cerveja a 70 cêntimos... Cada um a fazer mais barato sô para estragar o negócio ao outro... Turismo rasca e pé de chinelo... Vê-se este erro em tantos lugares, a Gold Coast na Austrália (neste vídeo) é um exemplo

Vende-se o paraíso no Baleal, mas o futuro é o inferno, se não o é já.. Vai ser assim o surf no Baleal e Peniche.. Vale a pena vir para cá?

Eu se quisesse viajar para surfar não escolhia o Baleal de certeza! E não é pelas ondas, é pelo que o turismo oferece!

4 de julho de 2016 ·

Como não matar ninguém no Cantinho?!

159 30 comentários 2 partilhas

Gosto Comentar

Ver mais 17 comentários

Medo!!!
Gosto · Responder · 4 ano(s)

...tem estado sempre muita gente e não fácil estar tranquilo dentro de agua ...venha o Inverno!!
Gosto · Responder · 4 ano(s)

respondeu · 1 Resposta

e não te aleijaste por sorte ??
Gosto · Responder · 4 ano(s)

Ab e orápida recupera
Gosto · Responder · 4 ano(s)

ahah...não me aleijei nem ao outro, felizmente...! Nem um risco na tive! Isto não tem piada nenhuma, nem o vi, tava preocupado com os outros 2 antes e logo a seguir pimba...

Figura 4: Congestionamento do trânsito local durante a época estival (2013-2015 Ferrel, Peniche). Fonte: Facebook.



Figura 5: Congestionamento do trânsito local durante a época estival (2016-2020 Ferrel, Peniche). Fonte: Facebook.

5 de julho



Temos assistido com agrado a melhoramentos efectivos na ilha do Baleal. Contudo o trânsito automóvel continua nos meses de Verão tornando impossível quer para residentes, visitantes, turistas, coabitar pacificamente. Também não são respeitadíssima os lugares de estacionamento, sendo impossível circular a pé ou bicicleta em segurança. O ruído e fluxo automóvel são contínuos, sobretudo ao fim de semana. Ferrel, esta é a vossa praia e a mais linda de Portugal. Há que proteger e não devassar.



19 de julho de 2016 · Lisboa, Distrito de Lisboa




Este assunto dos carros no Baleal já tem barbas... tantas quantas as soluções improvisadas que foram aparecendo ao longo dos tempos, desde semáforos no pontão, a trânsito condicionado com horas de entrada e saída, com uma corrente e um 'porteiro', à balda total porque nenhuma das anteriores funcionou, eu sei lá. Desde há décadas, dezenas de mentes brilhantes já queimaram quilos de neurónios à procura de soluções que harmonizassem os vários interesses em cima da mesa - dos residentes, dos comerciantes, dos veraneantes, dos passantes, dos peões - e nunca se chegou a nenhuma que, no ano seguinte, não tivesse sido abandonada. Seja porque as entidades públicas locais não se querem envolver muito - qualquer solução custa dinheiro e não rende votos - seja porque os interesses particulares são tantos e de difícil conciliação, o certo é que, tantos anos passados, volta tudo ao mesmo: o caos absoluto nos meses quentes de Verão. A selvajaria não tem limites, o egoísmo prevalece e a mais linda praia de Portugal torna-se num inferno, para todos. Durante o dia e durante a noite, com imbecis a fazerem pista de velocidade da única rua transitável, a fazerem barulho a horas impróprias e a porem em risco a segurança de peões, muitos deles crianças, que ainda andam à solta como antigamente. Soluções de bom senso precisam-se, mas, como não são fáceis, há sempre a mais radical de acabar com o pontão e resolver o problema de raiz. Vivemos assim tantos anos, alegres, felizes e despreocupados, com uma verdadeira qualidade de vida na praia que nos enche a memória de tão boas recordações.


Figura 6: Poluição (2013-2018, Ferrel, Peniche). Fonte: Facebook.

[Redacted] está em Ferrel.
29 de janeiro de 2018 · 🌐

Lixo na praia da ALMAGREIRA.




[Redacted] 7 de julho de 2013



[Redacted] 24 de agosto de 2014

No verão há mais pessoas. Se há mais pessoas há mais lixo. E se há mais pessoas há mais carros. Se há mais carros, as pessoas estacionam em qualquer lugar. Se estacionam em qualquer lugar o camião de recolha do lixo não consegue passar na rua e fazer o seu trabalho. E se por acaso conseguisse passar na rua para fazer o seu trabalho ia encontrar carros das ditas pessoas a impedir o acesso aos contentores.

No meio disto, quem agradece são os gatos e as gaivotas, que se vão banqueteando e acumulando calorías para o longo inverno que aí vem. Sem pessoas, sem carros e sem lixo.



[Redacted] 27 de janeiro de 2018

Boa tarde. Tenho observado uma enorme quantidade de LIXO na praia da Almagreira. Esta semana alguém recolheu um pouco, eu iniciei a coleta tbm..assim como outras pessoas. Venho solicitar auxilio nas coletas e na divulgação do estado atual da praia, para que chegue esta informação aos órgãos responsáveis..No momento encontra-se no acesso a praia muito lixo que foi coletado ao longo da praia. Não sei pra quem avisar que faça a coleta ou como funciona. Desde já agradeço.

Figura 7: Poluição (2015-2019, Ferrel, Peniche). Fonte: Facebook.



2 de abril de 2017 · 🌐

Baleal 2 de abril, é este tipo de turismo que queremos?
Policar o parque de estacionamento é necessário!

👍👎👉👈 05 17 comentários
6 partilhas

Gosto Comentar

Ver mais 6 comentários

🌐 Lamentável e vergonhoso
Gosto · Responder · 3 ano(s)

🌐 Eu também passei uma hora no estacionamento do baleal a limpar garrafas partidas, copos e garrafas de plástico por todo o lado.
Gosto · Responder · 3 ano(s)

🌐 Reciclagem como deve ser no Bar da praia e no Danau que tanto gostamos de ir... é preciso e urgente... chega de desculpas esfarrapadas
Gosto · Responder · 3 ano(s)

🌐 Desculpem meus amigos mas voces é que fazem o dinheiro.eu também sei que pagam impostos.mas todos pagamos
Gosto · Responder · 3 ano(s)

3 de abril de 2015 · 🌐

Baleal - sexta-feira, 4-4-2015. Tudo igual ao ano passado. Começam as noitadas, o parque de estacionamento cheio de lixo. Será assim tão difícil solucionar isto.?,

18 de agosto de 2019

Ilha do Baleal. 18 de Agosto. Lixo a acumular há semanas, já a transbordar dos contentores... Muito irá concerteza parar ao mar. Onde andam os serviços municipais? #cmpeniche
Peço que façam chegar esta imagem ao Presidente da Câmara sff. Obrigado.




Figura 8: Poluição (2016, Ferrel, Peniche). Fonte: Facebook.



Desabafo de quem passa a vida à espera.

Olá, o meu nome é vidrão (desculpem-me o mau aspecto, já vou avançado na idade, com os dias a pedirem reforma mas parece que lá na câmara não há vidrões como melhor cara para me substituir, eles por lá andam sempre muito ocupados a fazer coisas de importância para a comunidade e nunca têm tempo para mim). Eu moro na Avenida do Mar entre Ferrel e o Baleal com o meu irmão que está mesmo aqui ao meu lado (o meu irmão está tão acabado como eu coitado, todo comidinho do salitre e dos muitos anos de labuta), e tenho de desabafar que nós andamos um bocado fartos de estarmos sempre entupidos de vidros porque os serviços da câmara (que têm sempre muitas coisas importantes para fazer) só aqui passam 1 vez por semana.

Ora isto em Janeiro até faz algum sentido visto não andar por aqui quase ninguém mas durante os meses de verão já é um bocado estúpido. Um senhor que veio aqui ontem despejar o vidro e teve de voltar para trás com as garrafas na mão porque há dois dias que estamos cheios, disse que essa malta da câmara é tudo um bando de relaxados que gosta é de aparecer na televisão à conta do surf e das festas de verão mas quando é preciso resolver questões elementares da autarquia como aumentar as rondas de recolha do lixo na época alta, por exemplo, ninguém se chega à frente. Eu cá acho que não, eles lá devem ter as suas razões e muitos deveres importantes para resolver, portanto lá terei de continuar aguardar que os senhores do lixo por aqui passem, eventualmente para me despejar a carga que já se espalha pela rua e pela estrada.

Sabem eu até sou um vidrão asseado e gostava de ter melhor aspecto para todas as pessoas que por aqui andam e me veem neste estado lastimável, a mim e aos meus vizinhos amarelos e azuis que também estão com uma cara horrível e cheios de lixo por todos os lados, mas não consigo e isso é mau para mim e para todos os que aqui habitam, passam férias e têm os seus negócios, e o pior é que não é só aqui, todos os meus primos desta zona, como na ilha do Baleal, no Sol Village 1 e 2, no parque de estacionamento estão em iguais ou piores condições do que eu, portanto, caros senhores da Câmara Municipal, se não estiverem demasiado ocupados com todas as vossas responsabilidades, sunsets, sunrises, surf sessions, feiras e festas, peço-vos que tratem deste assunto com a maior brevidade possível.

É que eu já estou cansado de feder a lixo.

E as pessoas também.

Obrigado,

Um vidrão.

Figura 9: Infraestruturas de praia, freguesia de Ferrel. Fonte: Google Earth. Elaboração Própria.

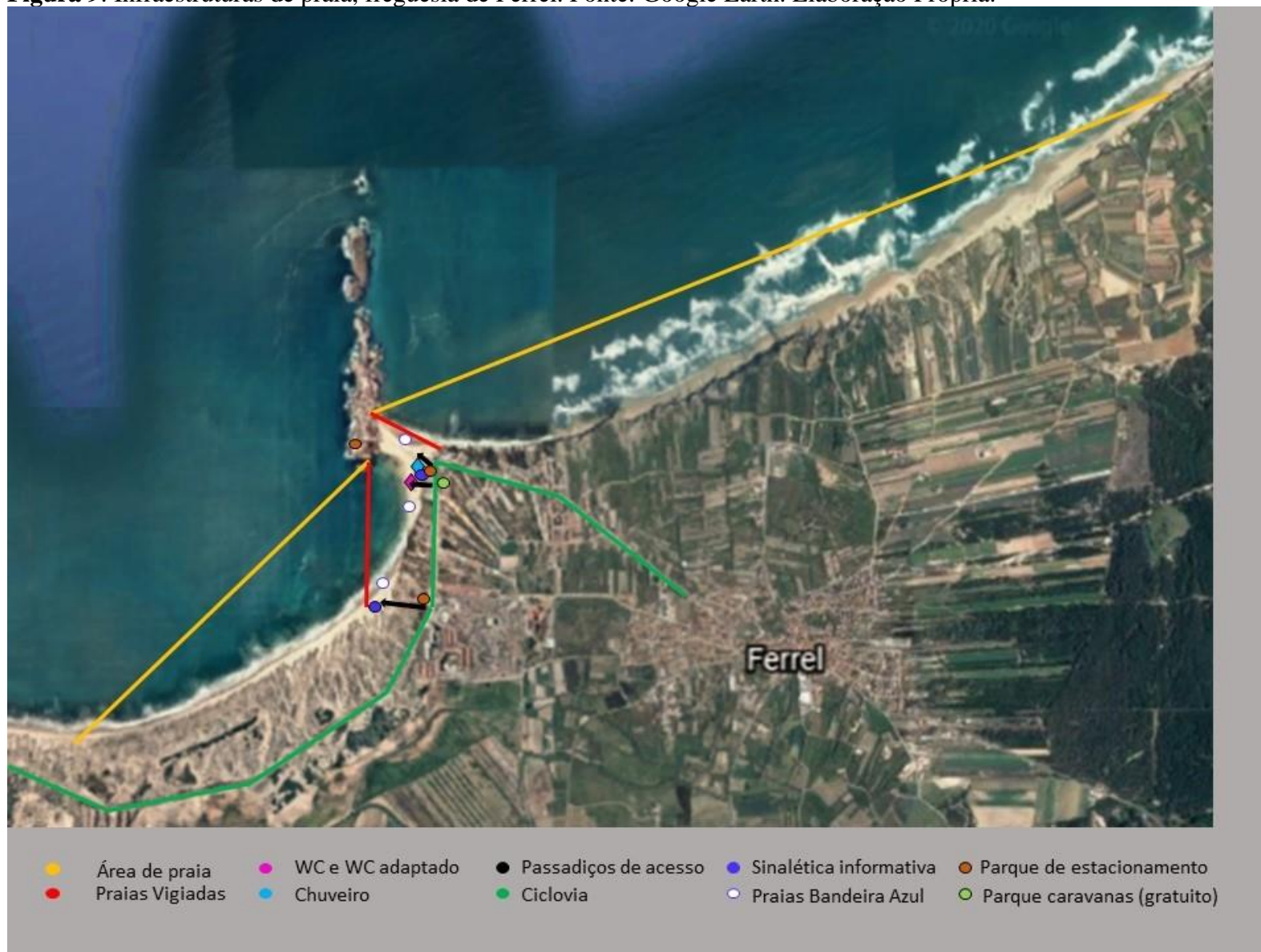


Figura 10: Insegurança na freguesia de Ferrel (notícia, 10/10/2018). Fonte: 102 FM Rádio [disponível em <https://102fmradio.weebly.com>; consultado em 24 de novembro de 2020].



Durante a última sessão da Assembleia Municipal de Peniche foi apresentada, pelo presidente da Junta de Freguesia de Ferrel, o socialista Pedro Barata, uma moção para fazer chegar aos responsáveis governamentais e das forças de segurança, sendo o principal destinatário o Ministro da Administração Interna.

Em causa está a falta de segurança na freguesia, sobretudo na zona do Baleal, como alertou o autarca.

Figura 11: Carrinhas de escolas de *surf* incendiadas (2020, Ferrel, Peniche).

18 de junho · 🌐

Aconteceu ontem no Baleal, Carros de Escolas de Surf incendiadas palavras!





A câmara municipal que não trate urgentemente de regulamentar o número de escolas de surf, que este ano com a crise de falta de turistas vai ser uma guerra civil. Devia de haver um número máximo de escolas e cada escola um número máximo de alunos na água, pagarem para a segurança e limpeza das praias.

Gosto · Responder · 22 sem · Editado

7 respostas

Mt triste, já nem as escolas de surf escapam 😞😞

Gosto · Responder · 22 sem

Que pena. Infelizmente a culpa é de quem governa na câmara. Se está mal feito é claro que sim, isto não se faz. Devia ser feito sim nos carros de quem governa para se lembrarem que somos todos filhos do mesmo concelho. Isto de uns que ter que pagar para os outros acaba muitas vezes assim.

Gosto · Responder · 22 sem · Editado

O meu carro e o de um vizinho também ardeu no baleal em Abril e não somos de escolas de surf.

Gosto · Responder · 22 sem

Acho mal o que fizeram isso concordo mas que ja começa a meter nojo haver tantas escolas e coisas de surf sim já enjoa eu sou da terra e posso contar com 5 anos que sou obrigada a ir para praias vizinhas sem poder usufruir da praia do baleal... quase ja nem sei o que é isso, apenas de passagem de carro e mesmo assim está tão minado que ja cheteia de la passar... acham normal quem vive perto da praia do baleal como Ferrel, Atougua e outros terem de procurar outras praias porque baleal está cheio de surfistas, praias em que ia na minha adolescência e hoje não sou capaz de la ir com as minhas filhas por causa dos sufistas... ha e tal da emprego sim da dinheiro para quem aluga ok mas neste momento é um abuso. É a minha opinião e um pouco da minha revolta pelo excesso de umas coisas e a escassez de outras e quem não gostar do que escrevi que ponha à borda do prato ainda que eu saiba a liberdade de expressão ainda é livre. Boa noite e passem bem

Gosto · Responder · 22 sem



Fonte: 102 FM Rádio (13/09/2020)
[consultado a 24/11/2020]

ANEXOS

ANEXO A

Tabela cronológica — Turismo e Sustentabilidade. Fonte: *Turismo sustentável e a sua importância para o setor em Portugal, 2009.*

TABELA CRONOLÓGICA - TURISMO E SUSTENTABILIDADE	
Ano	Iniciativas e declarações relevantes a nível internacional
1963	Conferência Internacional das Nações Unidas sobre Turismo e Viagens: Resultado da transformação do Turismo numa indústria de massas, com peso e com importância ao nível político e legislativo.
1970	Organização Mundial do Turismo (OMT) das Nações Unidas: Os estatutos da OMT são aprovados e ratificados.
1976	A OMT é incluída no Programa da Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD)
1980	Declaração de Manila sobre Turismo Mundial: Adoptada após a Conferência Mundial do Turismo. A partir desta data, 27 de Setembro é proclamado o "Dia Mundial do Turismo". Afirma, pela primeira vez, que "o Turismo prejudica mais do que beneficia as sociedades do terceiro Mundo."
1982	Documentos de Acapulco: Resultam da conferência Mundial da OMT e defendem o direito a férias de todos os extractos sociais, com especial incidência para os mais desfavorecidos.
1985	Carta de Direitos do Turismo e Código do Turista: São resultado da 6ª Assembleia da OMT em Sofia (Bulgária). Afirmando solenemente, em linha com a Declaração Universal dos Direitos Humanos, o direito de todos os trabalhadores ao descanso, ao lazer e a férias periódicas pagas. Indicam também linhas de orientação sustentáveis para turistas e para Estados.
1989	Declaração de Haia sobre Turismo: Resultado da Conferência Interparlamentar sobre Turismo. Indica 10 princípios a serem seguidos através da implementação de acções. Afirma que "deve promover-se um desenvolvimento harmonioso do Turismo em benefício de todos os que nele participam."
1995	Carta para um Turismo Sustentável: É publicada após a Conferência Mundial sobre Turismo Sustentável em Espanha (Lanzarote), onde é indicado um plano de acção para o Turismo sustentável.
1996	Programa de Acção da Agenda 21 para a Indústria de Viagens e Turismo: Este programa é adoptado na sequência da Cimeira da Terra no Rio de Janeiro (1992). Enumera as áreas prioritárias de acção para empresas do sector em termos de sustentabilidade.
1999	Código Global de Ética do Turismo: É adoptado pela OMT em Santiago (Chile). Resultado de negociações entre empresas, Estados, organismos e instituições. Composto por 10 artigos que se destinam a fazer com que o Turismo respeite as diferentes sociedades e culturas, bem como os direitos de todos os stakeholders envolvidos.
2002	Declaração do Quebec sobre o EcoTurismo: Resultou da Cimeira Mundial sobre EcoTurismo, sendo declarado o "Ano Internacional do EcoTurismo". Os principais objectivos deste diálogo <i>multistakeholder</i> foram a definição de uma agenda preliminar e de um grupo de recomendações para o desenvolvimento das actividades de ecoTurismo num contexto de desenvolvimento sustentável. Cimeira Mundial sobre o Desenvolvimento Sustentável: O Turismo sustentável é definido como uma das variáveis estratégicas para o desenvolvimento sustentável, Joanesburgo (África do Sul).
2003	Declaração de Djerba sobre Turismo e Alterações Climáticas: Base de trabalho orientadora para Estados, agências, ONG e empresas em relação ao Turismo sustentável. Comité Mundial de Ética no Turismo: A sua constituição foi aprovada na China na Assembleia-Geral da OMT que apoiou o programa "Turismo sustentável - Eliminando a Pobreza". Orientações básicas para a sustentabilidade do Turismo europeu: Documento da Comissão Europeia. São identificados os principais problemas / desafios do sector e as orientações estratégicas para um Turismo mais sustentável.
2007	Plano de Acção para um Turismo Europeu mais Sustentável (PATES): Documento da comissão europeia que define os objectivos e os desafios em matéria de sustentabilidade do Turismo europeu, bem como os princípios para alcançar um Turismo sustentável e competitivo.
2008	Lançamento dos critérios globais de Turismo sustentável: Critérios voluntários que ajudam as empresas turísticas a satisfazer a crescente procura por Turismo sustentável por parte dos turistas. Resultado da iniciativa de uma parceria de 32 organizações, lançada pela <i>Rainforest Alliance</i> , pelo <i>United Nations Environment Program</i> , pela <i>United Nations Foundation</i> e pela OMT.

ANEXO B

A síntese dos 10 Artigos do *Código Mundial de Ética do Turismo* (OMT, 1999) destaca:

A promoção da paz e entendimento, através do respeito e tolerância à diversidade humana; o turismo enquanto vetor de descanso, aprendizagem e desenvolvimento pessoal; fomenta a salvaguarda do ambiente e dos recursos naturais a longo prazo no desenvolvimento das suas atividades, e é valorizado como exemplo de sustentabilidade pela forma equitativa com que responderá às necessidades das gerações futuras, numa utilização criteriosa dos recursos naturais, em particular de espaços sensíveis, e pelo respeito, valorização e conservação do património cultural e histórico nas suas diferentes vertentes — e considera as capacidades de carga dos mesmos; valorização das comunidades anfitriãs, com a melhoria da sua qualidade de vida, distribuição e usufruto dos benefícios; a necessidade de cooperação entre os atores do setor turístico, pelo direito a um turismo acessível a todos e por melhores condições de trabalho para trabalhadores do setor ⁷⁶.

ANEXO C

Na declaração final da Conferência das Nações Unidas Sobre Desenvolvimento Sustentável do Rio +20 — *O Futuro Que Queremos* —, os Estados Membros anunciam, sob o tema «Turismo Sustentável»:

«130. Ressaltamos que um turismo bem concebido e bem gerenciado pode trazer uma contribuição significativa para as três dimensões do desenvolvimento sustentável. Ressaltamos também que ele tem vínculos estreitos com outros setores, e pode criar empregos decentes e gerar oportunidades de comércio. Reconhecemos a necessidade de apoiar as atividades de turismo sustentável e a devida capacitação, que promove a consciência ambiental, conserva e protege o meio ambiente, respeita a fauna, a flora, a biodiversidade, os ecossistemas e a diversidade cultural, e melhora o bem-estar e o sustento das comunidades locais, apoiando as suas economias

⁷⁶ Disponível em www.unwto.org [consultado em 11 de junho de 2020].

locais e o ambiente natural como um todo. Recomendamos um maior apoio para as atividades de turismo sustentável e para a devida capacitação nos países em desenvolvimento, a fim de contribuir para a realização do desenvolvimento sustentável.

131. Encorajamos a promoção do investimento em turismo sustentável, incluindo o ecoturismo e o turismo cultural, que pode incluir a criação de pequenas e médias empresas e facilitar o acesso ao financiamento, nomeadamente através de iniciativas de microcrédito para os pobres, os povos indígenas e comunidades locais em áreas com alto potencial para o ecoturismo. Nesse sentido, destacamos a importância de estabelecer, quando necessário, diretrizes e regulamentos apropriados, de acordo com as prioridades nacionais, e uma legislação para promover e apoiar o turismo sustentável.»

ANEXO D

Quadro de recursos associados à atividade turística em Peniche. Fonte: Magna Carta de Peniche.

Recursos Turísticos	Relevância	Potencialidade dos recursos
Geográficos e naturais	Localização central (proximidade AML, acessos com ligação a centros urbanos nacionais e internacionais) Implantação na linha costeira Geomorfologia ímpar Reserva Natural — Berlenga Praias (atividade balnear e <i>surf</i>) Baía (localizada entre Baleal e Peniche)	— Atividades náutico-desportivas e marítimo turísticas; — Atividades de turismo científico (estratigrafia, paleontologia, geologia, arqueologia subaquática, <i>birdwatching</i> , espeleologia, observação biologia marinha); — Programas de educação e sensibilização ambiental; Eventos em zona balnear nas épocas de maior visitação;

		<ul style="list-style-type: none"> — Limpeza e melhoramento de apoios balneares (visando alargar o número de praias com Bandeira Azul); — Conservação do areal e zona costeira (valorização paisagística); — Dotar as praias com equipamentos e infraestruturas que suportem e promovam a integração da oferta turística com as necessidades da procura turística (estacionamento, vestiários, passadiços, wc, entre outros); — Percursos/roteiros pedestres
Económico	Atividades turísticas e de recreio (económico-produtivas) de recurso marítimo	<ul style="list-style-type: none"> — Uso de recursos pesqueiros (desenvolvimento da economia local integrada com turismo gastronómico e atividades turísticas associadas à haliêutica); — Pesca desportiva; — Construção, reparação naval, técnicas de pesca de embarcações e redes (tradicional) — atividades pedagógicas e culturais;

		<ul style="list-style-type: none"> — Desportos náuticos; — Escolas de <i>surf/surf camp</i>; — Cruzeiros turísticos; — Mergulho; — Caça submarina; — Difusão da imagem «Sardinha de Peniche»; — Divulgação da marca «Peniche — Capital da Onda»; — Eventos (p. ex., WSL);
Património histórico-cultural	Produtos artesanais/tradicionais de valor histórico e identitário como diferenciadores e promotores da autenticidade local	<ul style="list-style-type: none"> — Renda de Bilros de Peniche; — Roteiros temáticos; — Gastronomia e doçaria local; — Património imaterial (intangível); — Património edificado (tangível) — (Fortes, igrejas, santuários, museus/centro interpretativo);
Recursos suporte	Alojamento, Restauração e Turismo ativo (outros serviços de animação turística)	<ul style="list-style-type: none"> — Diferenciação, organização, integração, calendarização e monitorização em rede dos recursos suporte com os demais recursos: — Golfe; — Hipismo; — Ténis.

ANEXO E

Proposta de ordenamento do *surf* realizada por atores locais, 2018.

«Regulamento.

Serve o presente regulamento para visar a gestão de atividades de *surf* promovida, e doravante denominada por “escolas de *surf*”, nas praias abrangidas pelo concelho de Peniche. Este regulamento é de toda a importância para o bom funcionamento das escolas de *surf* locais, no território suprarreferido, tendo em conta o aumento de escolas de *surf* que tem operado nos últimos anos nas praias do local.

Com efeito, as escolas de *surf* locais atuam em áreas de jurisdição marítima, nomeadamente nas praias: Consolação, Supertubos (Banana Beach), Molhe Leste, Gamboa, Cerros, Cova da alfarroba, Meio da Baía, Cantinho da Baía, Prainha, Gigi, Secret Spot, Almagreira, Point Fabril e Pico da Mota; nesta medida, requeremos o ordenamento desta matéria, pois é fundamental para evitar situações de conflito entre escolas de *surf* e outras atividades que se desenvolvem nas praias, em prol da segurança de todos os utentes.

Considerando que as escolas de *surf* locais desenvolvem a sua atividade durante todo o ano, e o período de época balnear para efeito de licenciamento na área da formação de *surf* é compreendido entre 01 de junho a 30 de setembro, sendo promulgado anualmente através de portaria em diário de república, solicitamos o alargamento do prazo referido para um prazo de licença anual às escolas de *surf* locais, excluindo dessa forma quaisquer licenciamentos de época balnear.

Para o bom exercício da atividade desenvolvida pelas escolas de *surf* locais, apresentamos o seguinte regulamento que entendemos ser premente e necessário para uma prestação de serviços desta atividade desportiva com qualidade, segurança e de modo sustentável para o nosso concelho.

O presente regulamento encontra-se dividido nos três itens seguintes:

1. Zonas de praia

Nesta medida definimos primeiramente as praias por zonas. Para efeito de licenciamento na área de formação de *surf* foram criadas seis zonas de praia (Figura 1):

Zona A — Baleal Norte, Lagide, Secret, Baleal Sul, Praia da Tupatur;

Zona B — Meio da Baía, área de praia compreendida entre a praia da Tupatur (exclusive) até ao Poste S.O.S. Meio da Baía;

Zona C — Área de praia compreendida entre o Meio da Baía (Poste S.O.S. exclusive) até praia da Gambôa;

Zona D — Praia Molhe Leste até Supertubos (exclusive);

Zona E — Praias Supertubos e Consolação Norte;

Zona F — As praias: Almagreira, Pico da Mota, Point Fabril.



Figura 1: Zonamento de praias.

2. Limite de Licenciamento

Com base no que se verificou em anos anteriores, o segundo item refere o número limite de licenças para escolas de *surf* a ser atribuídas em cada zona. Atendendo à lotação das praias, afluência de banhistas e surfistas, em defesa da segurança e usufruto de quem frui. Organizam-se as praias em três áreas:

Área A — zonamento A e C.

Área B — zonamento B e D.

Área C — zonamento E e F.

2.1 — Para as praias da área A, a atribuição máxima de vinte-e-três escolas de *surf*, com licenciamento anual;

2.2 — Para as praias da área B, atribuição de dezassete licenças, com licenciamento anual;

2.3 — Para as praias da área C, consideradas áreas protegidas e com características que não se adequam à formação de *surf*, consideramos que seja nula a atribuição de licenças.

3. Critérios de Prioridade

O terceiro item refere-se aos critérios de seleção para licenciamento de escolas de *surf* em cada zona. Os critérios de prioridade de seleção dividem-se em três índices.

Critérios de prioridade para licenciamento de escolas de *surf* a desenvolver atividade nas zonas A e B são:

3.1 Índice de Residência (IR): pretende valorizar a proximidade da residência dos concorrentes sendo considerado para o efeito a longevidade da escola em relação à zona de praia. Índice de residência por ordem de prioridade:

3.1.2 Localização da escola de *surf* relativa à proximidade da zona de praia;

3.1.3 Espaço físico da escola de *surf* com morada fiscal no concelho de Peniche;

3.1.4 Espaço físico da escola ou morada fiscal em concelhos limítrofes ao concelho de Peniche;

3.1.5 Escolas de *surf* pertencentes a concelhos não limítrofes.

- 3.2** Índice de Currículo (IC): visa avaliar a experiência e conhecimento da atividade desportiva de *surf* na zona de operação, no sentido de assegurar uma garantia na qualidade de serviços a prestar nas formações. Foram considerados cinco graus de experiência pontuados numa escala decrescente de 5 a 1:
- 3.2.1** Grau 5: O concorrente deve comprovar possuir experiência mínima de oito anos de atividade de *surf* e nível de formação certificada exigida pelo tipo de licença requerida.
- 3.2.2** Grau 4: O concorrente deve comprovar possuir experiência mínima de seis anos, e menor que oito anos, de atividade de *surf* e nível de formação certificada exigida pelo tipo de licença requerida.
- 3.2.3** Grau 3: O concorrente deve comprovar possuir experiência mínima de dois anos, e menor que seis anos, de atividade de *surf* e nível de formação certificada exigida pelo tipo de licença requerida.
- 3.2.4** Grau 2: O concorrente deve comprovar possuir experiência inferior a dois anos de atividade de *surf* e nível de formação certificada exigida pelo tipo de licença requerida.
- 3.2.5** Grau 1: O concorrente sem experiência de atividade de *surf* e possuidor de nível de formação certificada exigida pelo tipo de licença requerida.
- 3.3** Índice de Sazonalidade (IS): pretende avaliar os concorrentes que operam durante o maior período de tempo na área de jurisdição da capitania. Este índice é comprovado através da média do número de licenças mensais emitidas nos dois anos anteriores pela Capitania do Porto de Peniche. Consideram-se cinco graus, pontuados numa escala decrescente de 5 a 1:
- 3.3.1** Grau 5: Concorrentes que tiveram média de doze meses por ano na área de jurisdição da Capitania do Porto de Peniche;
- 3.3.2** Grau 4: Concorrentes que tiveram média entre nove a doze meses por ano na área de jurisdição da Capitania do Porto de Peniche;
- 3.3.3** Grau 3: Concorrentes que tiveram média entre seis e nove meses por ano na área de jurisdição da Capitania do Porto de Peniche;

3.3.4 Grau 2: Concorrentes que tiveram média entre seis e três meses por ano na área de jurisdição da Capitania do Porto de Peniche;

3.3.5 Grau 1: Concorrentes que tiveram média inferior a três meses por ano na área de jurisdição da Capitania do Porto de Peniche.

Dos três critérios de prioridade resulta a seguinte fórmula de avaliação e cálculo de classificação final (CF) para licenciamento de escolas de *surf*:

$$CF = 0,50 \times IR + 0,25 \times IC + 0,25 \times IS.»$$