



**PAULA CRISTINA DA
SILVA ARAÚJO**

**TURISMO DE SURF: NA ONDA PARA O
DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DO
CONCELHO DE MATOSINHOS?**



**PAULA CRISTINA DA
SILVA ARAÚJO**

**TURISMO DE SURF: NA ONDA PARA O
DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DO
CONCELHO DE MATOSINHOS?**

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Gestão e Planeamento em Turismo, realizada sob a orientação científica da Doutora Filomena Maria Cardoso Pedrosa Ferreira Martins, Professora Associada do Departamento de Ambiente e Ordenamento da Universidade de Aveiro, e coorientação científica da Doutora Zélia Maria de Jesus Breda, Professora Auxiliar do Departamento de Economia, Gestão, Engenharia Industrial e Turismo da Universidade de Aveiro

Dedico este trabalho aos meus avós e à minha mãe que me ensinaram o valor do esforço e da dedicação.

o júri

Presidente

Prof. Doutora Margarita Matias Robaina
professora auxiliar da Universidade de Aveiro

Prof. Doutora Filomena Maria Cardoso Pedrosa Ferreira Martins
professora associado da Universidade de Aveiro

Prof. Doutora Helena Cláudia da Cruz Albuquerque
professora adjunta convidada do Instituto Politécnico de Viseu

agradecimentos

À minha família, pela confiança, apoio constante e empenho na minha formação pessoal e académica.

À Lourdes, Florbela, Rosa, Sara, Luís, Alda, Cátia, Cláudia, Nuno, Patrícia e Joana pela contribuição preciosa no decorrer deste trabalho.

Ao David, por se mostrar um companheiro compreensivo e tolerante nas minhas múltiplas ausências. O valor do companheirismo foi sem dúvida colocado em prática.

À minha professora primária, D. Lurdes, que continua ainda hoje a ter um papel importante na minha vida. Muito obrigada pelas múltiplas palavras calorosas de incentivo.

Aos meus amigos e alunos, pela amizade e compreensão nos meus momentos mais difíceis.

Às colegas de mestrado, Adriana, Bárbara e Catarina, pela amizade e por mostrarem o poder da palavra cooperação.

Às escolas de *surf* que se empenharam e forneceram dados preciosos para a dissertação.

À Michele Costa da *Oporto Surf Guide*, pela colaboração e simpatia demonstrada no decorrer dos nossos encontros.

Ao Dr. Pedro Morais e à Dr.^a Paula Isabel, da Câmara Municipal de Matosinhos, pela disponibilidade em facultar algum material necessário à realização deste trabalho.

Por último, um agradecimento especial à minha orientadora, Filomena Martins, e coorientadora, Zélia Breda, pela paciência, orientação e palavras sábias que me presentearam ao longo destes meses, sendo um pilar essencial para o término desta dissertação.

palavras-chave

zonas costeiras, desenvolvimento sustentável, turismo sustentável, turismo de surf, planeamento, Matosinhos

resumo

As zonas costeiras, centro de uma grande dinâmica económica e social, encontram-se sobre fortes pressões, sobretudo de origem antrópica. O turismo, considerado uma das mais importantes atividades económicas dessas regiões, tem tido um papel preeminente nessas pressões. A zona costeira portuguesa não é exceção, estando na atualidade sobre uma pressão avassaladora. Em Portugal, o turismo costeiro, nomeadamente o turismo balnear, não responde às questões da sustentabilidade, contribuindo assim para aumentar as pressões e os desequilíbrios nestes frágeis territórios. É, pois, importante repensar as zonas costeiras e todas as atividades aí praticadas e, como tal, o conceito de desenvolvimento sustentável surge como peça fundamental para a salvaguarda e recuperação destes territórios. Assim, o turismo deve, para reduzir a sua pegada nestas regiões, alicerçar-se nos fundamentos, pilares e princípios do desenvolvimento sustentável. O turismo de *surf*, considerado um dos mais importantes produtos turísticos emergentes nas zonas costeiras, tem tido em Matosinhos, região do estudo de caso deste presente trabalho, uma forte expansão. Este rápido crescimento pode causar impactes significativos nas zonas costeiras e limitar o desenvolvimento sustentável do território, dado que a sustentabilidade poderá não ser a primeira preocupação de quem desenvolve e planeia este produto. É, portanto, necessário perceber se está a ser desenvolvido de acordo com os princípios da sustentabilidade e que tipo de impactes, presentes ou potenciais, está a causar em Matosinhos. Os resultados, obtidos através da recolha e análise de dados qualitativos e quantitativos, revelam determinadas fragilidades na construção deste tipo de turismo, nomeadamente uma estratégia de baixos preços, falta de planeamento estratégico de base, deficiente comunicação entre os vários *stakeholders*, parcerias e redes frágeis, ausência de uma atitude de cooperação e falta de integração com outros produtos da região. Tal situação tem criado alguns impactes percecionados, sobretudo na ausência de benefícios económicos nas restantes atividades e conflitos de utilização de uso que podem eventualmente colocar em causa o contributo para a proteção da zona costeira e, em última análise, não contribuir para o desenvolvimento sustentável da região. Desta análise procura-se fornecer informação para orientar as entidades públicas e as empresas no sentido de adaptar as suas estratégias de desenvolvimento rumo a um turismo de *surf* mais sustentável.

keywords

coastal areas, sustainable development, sustainable tourism, surf tourism, planning, Matosinhos

abstract

Coastal areas, places of major economic and social dynamics, are facing strong pressures, especially of anthropic nature. Tourism, considered one of the most important economic activities in these areas, has a pre-eminent role in those pressures, creating significant impacts. The Portuguese coast is of no exception, being currently under overwhelming pressure. In Portugal, beach tourism does not fully respond to sustainability issues, contributing thus to the increase of the pressures and imbalances in these fragile territories. It is important, therefore, to rethink coastal areas and all the activities practiced there. As such, the concept of sustainable development arises as a fundamental tool for the safeguard and recovery of these territories. Thus, in order to reduce its footprint in these regions, tourism should be founded on the fundamentals, pillars and principles of sustainable development. Consequently, any type of tourism developed in these regions should be sustainable. Surf tourism, one emerging product in these regions, has had an enormous expansion in Matosinhos, region of the case study of the present work. This rapid growth can cause significant impacts in coastal areas and limit the sustainable development of the territory, given that sustainability may not be the first preoccupation of those who develop and plan this product. It is, therefore, necessary to understand if it is being developed in accordance with the principles of sustainability and what type of current or potential impacts can be felt in Matosinhos. Results, obtained through qualitative and quantitative data collection and analysis, reveal certain fragilities in the development of this type of tourism, namely a low price strategy, lack of strategic planning, poor communication between the various stakeholders, fragile partnerships and networks, lack of cooperative attitudes and poor integration with other products in the region. Such a situation has created some impacts, perceived mainly from the absence of economic benefits in the remaining tourism activities and the conflicts in the use of resources, which can eventually put at risk the contribution for the protection of the coastal area and, ultimately, for the sustainable development of the region. This work attempts to provide information able to guide public entities and companies so that they may adapt their development strategies towards more sustainable forms of surf tourism.

ÍNDICE GERAL

Índice de Figuras	xv
Índice de Quadros	xix
Lista de siglas e abreviaturas	xx

I – INTRODUÇÃO

1 Capítulo 1 – Introdução	1
1.1 Tema e sua relevância	1
1.2 Objetivos da dissertação	4
1.3 Metodologia	5
1.4 Organização da dissertação	6
2 Capítulo 2 – Zonas costeiras	9
2.1 Introdução	9
2.2 Conceito e evolução	10
2.3 Zona costeira de Portugal	14
2.3.1 Evolução e caracterização	14
2.3.2 Importância	16
2.4 Principais impactes sentidos nas zonas costeiras	20
2.5 O turismo e a sua influência nas zonas costeiras	25
2.6 Síntese e conclusões	33
3 Capítulo 3 – O desenvolvimento sustentável e o turismo	35
3.1 Introdução	35
3.2 Desenvolvimento sustentável	35
3.2.1 A origem e a evolução do conceito	35
3.2.2 Os alicerces	44
3.2.3 A controvérsia	48

3.3	Turismo sustentável.....	50
3.3.1	Origem e evolução do conceito	50
3.3.2	Os alicerces do conceito	53
3.3.3	A controvérsia	59
3.4	Indicadores e índices da sustentabilidade	61
3.5	Síntese e conclusões	71
4	Capítulo 4 – A importância do planeamento para o alcance da sustentabilidade	73
4.1	Introdução	73
4.2	O conceito de planeamento	73
4.3	O planeamento em turismo	75
4.4	O planeamento nas zonas costeiras	81
4.5	Síntese e conclusões	88
5	Capítulo 5 – O turismo de <i>surf</i>	89
5.1	Introdução	89
5.2	Produto turístico sustentável.....	90
5.3	Relação entre produto sustentável e a sustentabilidade de um destino turístico ...	93
5.4	Evolução histórica do <i>surf</i>	95
5.5	O <i>surf</i> e o turismo	97
5.6	Perfil da procura	101
5.7	O <i>surf</i> em Portugal.....	106
5.8	Atividade antrópica e o seu impacte no <i>surf</i>	111
5.9	Impactes do turismo de <i>surf</i>	114
5.10	Planeamento sustentável do turismo de <i>surf</i>	117
5.11	Síntese e conclusões	122
6	Capítulo 6 – Metodologia da investigação.....	125
6.1	Introdução	125

6.2	Objetivos da investigação	125
6.3	Recolha e análise de dados	127
6.3.1	Fase I – dados secundários	127
6.3.2	Fase II e III – dados primários.....	129
6.3.3	Fase II.....	129
6.3.3.1	Delimitação da população e amostra	129
6.3.3.2	Instrumento de recolha de dados primários	133
6.3.3.3	Estrutura da entrevista e seus objetivos	134
6.3.3.4	Administração do inquérito por entrevista	138
6.3.3.5	Tratamento da informação	141
6.3.3.6	Avaliação crítica da metodologia qualitativa	147
6.3.4	Fase III.....	150
6.3.4.1	Delimitação da população e amostra	150
6.3.4.2	Instrumento de recolha de dados	152
6.3.4.3	Estrutura dos questionários e seus objetivos	152
6.3.4.4	Administração dos instrumentos de inquirição.....	157
6.3.4.5	Tratamento da informação	157
6.3.4.6	Avaliação crítica da fase III.....	158
6.4	Síntese e conclusões	159
7	Capítulo 7: Estudo de caso - concelho de Matosinhos	161
7.1	Introdução	161
7.2	Caracterização geral do município de Matosinhos.....	161
7.3	Caracterização turística geral do concelho	164
7.3.1	Procura turística	164
7.3.2	Oferta turística	170
7.4	<i>Surf</i> em Matosinhos	171

7.5	Síntese e conclusões	176
8	Capítulo 8: Apresentação e análise dos resultados	179
8.1	Introdução	179
8.2	Fase II	179
8.2.1	Perfil dos entrevistados e das empresas em estudo	179
8.2.2	Destino turístico	181
8.2.2.1	Destino turístico de Matosinhos	181
8.2.2.2	Destino turístico de <i>surf</i>	184
8.2.2.3	<i>Spots</i> ideais para <i>surf</i> ar em Matosinhos	189
8.2.2.4	Matosinhos: características diferenciadoras	195
8.2.2.5	Destinos em Portugal concorrentes	196
8.2.3	Perfil dos turistas	197
8.2.4	O turismo de <i>surf</i> como motor do desenvolvimento sustentável de Matosinhos	200
8.2.5	Estratégias	221
8.3	Fase III	225
8.3.1	Resultados do estudo realizado à oferta turística geral de Matosinhos	225
8.3.2	Análise de dados aos turistas de <i>surf</i>	240
8.3.3	Residentes	255
8.4	Síntese e conclusões	267
9	Capítulo – Conclusão e recomendações	269
9.1	Introdução	269
9.2	Síntese e conclusões	269
9.3	Limitações e recomendações finais	287
	Referências bibliográficas	289
10	ANEXOS	303
10.1	Anexo I: Escolas de <i>surf</i> inquiridas	304

10.2	Anexo II: Entrevista às empresas de animação turística	305
10.3	Anexo III: Entrevista à Câmara Municipal de Matosinhos	313
10.4	Anexo IV: Entrevista às ONGA	318
10.5	Anexo V: Oferta turística entrevistada na fase III	322
10.6	Anexo VI: Questionário à oferta turística de Matosinhos	323
10.7	Anexo VII: Questionário à comunidade local de Matosinhos	327
10.8	Anexo VIII: Questionário aos turistas (versão inglesa)	331
10.9	Anexo IX: Questionário aos turistas (versão francesa)	337
10.10	Anexo X: Acessibilidade	343
10.11	Anexo XI: Estrutura e dinâmica demográfica	346
10.12	Anexo XII: Clima	358
10.13	Anexo XIII: Breve história sobre Matosinhos	362
10.14	Anexo XIV: Qualidade ambiental	366
10.15	Anexo XV: Estabelecimentos hoteleiros e capacidade de alojamento no concelho de Matosinhos	372
10.16	Anexo XVI: Diversificação das atividades e produtos oferecidos pela oferta turística (fase II)	373
10.17	Anexo XVII: Características positivas e negativas do destino turístico de Matosinhos	374
10.18	Anexo XVIII: Destino turístico de <i>surf</i> e a problemática da estratégia de baixos preços	377
10.19	Anexo XIX: Características positivas e negativas de Matosinhos enquanto destino turístico de <i>surf</i>	378
10.20	Anexo XX: Praias ideais para a prática de <i>surf</i>	382
10.21	Anexo XXI: Destinos concorrentes próximos	385
10.22	Anexo XXII: Dados sobre o indicador ambiental relacionado com o comportamento.	386

10.23	Anexo XXIII: Pilar institucional/político- integração dos <i>stakeholders</i> (fase II)	387
10.24	Anexo XXIV: Dados sobre a tecnologia utilizada pelas empresas em estudo	388
10.25	Anexo XXV: Estratégias para desenvolver o turismo de <i>surf</i> em Matosinhos de forma sustentável (Fase II)	389
10.26	Anexo XXVI: Sugestões de interligações entre o turismo de <i>surf</i> e outras atividades.....	390
10.27	Anexo XXVII: Opinião sobre a participação da oferta turística (Fase III)	391
10.28	Anexo XXVIII: Estratégias de desenvolvimento sustentável (oferta turística III).....	392
10.29	Anexo XXIX: Perfil dos inquiridos (Fase III).....	393
10.30	Anexo XXX: Outro tipo de fonte de informação sobre Matosinhos como destino turístico de <i>surf</i>	394
10.31	Anexo XXXI: Dados sobre a companhia em viagem	395
10.32	Anexo XXXII: Comportamentos sustentáveis no destino turístico	396
10.33	Anexo XXXIII: As características mais positivas relacionadas com o destino turístico de Matosinhos.....	397
10.34	Anexo XXXIV: As características mais negativas do destino turístico de Matosinhos	398
10.35	Anexo XXXV: As características positivas do destino turístico de <i>surf</i> de Matosinhos	399
10.36	Anexo XXXVI: As características negativas de Matosinhos como destino de <i>surf</i>	400
10.37	Anexo XXXVII: Conflitos existentes	401
10.38	Anexo XXXVIII: Perfil dos inquiridos	402
10.39	Anexo XXXIX: Frequência de uso das praias de Matosinhos	403
10.40	Anexo XL: Opinião sobre o turismo de <i>surf</i> em Matosinhos e seus impactes....	404
10.41	Anexo XLI: <i>Spots</i> ideais em Matosinhos e níveis praticados	405
10.42	Anexo XLII: Características diferenciadoras	406

10.43	Anexo XLIII: As características positivas do destino turístico de <i>surf</i>	407
10.44	Anexo XLIV: As características negativas de Matosinhos como destino turístico de <i>surf</i>	408

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1: Organização esquemática da dissertação	8
Figura 2.1: Limites físicos referentes ao litoral	12
Figura 2.2: Principais fragilidades da costa portuguesa	23
Figura 3.1: Abordagem holística do desenvolvimento sustentável	47
Figura 3.2: Fundamentos do turismo sustentável	59
Figura 3.3: Critérios para seleção de indicadores	64
Figura 5.1: Componentes de um sistema para a análise de um destino turístico	94
Figura 5.2: Satisfação e expectativas sobre os produtos turísticos de Portugal	110
Figura 5.3: Crescimento do <i>surf</i> e suas conseqüências.....	116
Figura 5.4: Impactes positivos e negativos do turismo de <i>surf</i>	116
Figura 5.5: Pré-requisito para um turismo de <i>surf</i> sustentável.....	120
Figura 6.1: Etapas do estudo empírico	127
Figura 6.2: <i>Flyer</i> e foto dos participantes do evento	139
Figura 6.3: Desenvolvimento de uma análise de conteúdo	142
Figura 7.1: Enquadramento da área de estudo	161
Figura 7.2: Limites do concelho de Matosinhos.....	162
Figura 7.3: Atuais freguesias do concelho de Matosinhos	163
Figura 7.4: Evolução do número de hóspedes nos estabelecimentos hoteleiros em Matosinhos.....	165
Figura 7.5: Evolução do número de dormidas nos estabelecimentos turísticos em Matosinhos	165
Figura 7.6: Proporção de turistas estrangeiros e nacionais em Matosinhos	166
Figura 7.7: N° de turistas estrangeiros/nacionais nos estabelecimentos hoteleiros em Matosinhos.....	166
Figura 7.8: Nacionalidades dos hóspedes estrangeiros nos estabelecimentos turísticos de Matosinhos.....	167
Figura 7.9: Estada média total e dos turistas estrangeiros nos estabelecimentos de Matosinhos.....	167
Figura 7.10: Taxas líquida e bruta da ocupação-cama (2002 e 2013)	169
Figura 7.11: Taxa de sazonalidade de Matosinhos	169

Figura 7.12: Proporção de dormidas nos meses de julho-setembro entre diferentes regiões	170
Figura 7.13: Capacidade de alojamento (camas), em estabelecimentos hoteleiros, aldeamentos apartamentos turísticos e outros na região Norte de Portugal	171
Figura 7.14: <i>Flyer</i> do <i>surf market</i> (esquerda), <i>flyer</i> da mostra de cinema (direita).....	174
Figura 7.15: <i>Flyer</i> do campeonato nacional <i>surf</i> esperanças.....	174
Figura 7.16: Circuito de <i>surf</i> do norte- prova regional (cima); Liga Moche-liga nacional de <i>surf</i> (centro); 1º <i>surfmarket</i> de 2016 (baixo esquerda), campeonato nacional de Longboard (baixo cento) e 2º <i>surfmarket</i> de 2016 (baixo direita)	175
Figura 7.17: Eventos de <i>surf</i> em Matosinhos	176
Figura 8.1: Aspeto da praia de Matosinhos com sujidade (esquerda) e equipamentos de recolha de lixo ineficaz (direita) ano setembro 2015	187
Figura 8.2: Praia do Aterro	190
Figura 8.3: Praia de Leça da Palmeira	191
Figura 8.4: <i>Surf</i> , <i>Sup Paddle</i> e vela e na praia de Matosinhos	192
Figura 8.5: Escolas e ensino de <i>surf</i> em Matosinhos	193
Figura 8.6: Fronteira rochosa entre o areal e o mar	194
Figura 8.7: Infraestruturas da praia de Júlio Marinho	194
Figura 8.8: Fundo de rochas e <i>surfistas</i> na praia de Júlio Marinho (Cabo do Mundo)	195
Figura 8.9: Nacionalidades dos turistas de <i>surf</i> em Matosinhos	198
Figura 8.10: País de origem dos turistas de <i>surf</i> que frequentaram uma das escolas	199
Figura 8.11: Corredores assinalados para a prática de <i>surf</i>	205
Figura 8.12: Banhistas a ocupar os espaços delimitados para os <i>surfistas</i>	207
Figura 8.13: Tipo de atividade turística inquirida	226
Figura 8.14: Número de indivíduos por faixa etária	228
Figura 8.15: Número de indivíduos por nível de escolaridade	228
Figura 8.16: Perceção sobre o desenvolvimento do turismo de <i>surf</i> em Matosinhos.....	230
Figura 8.17: Perspetiva sobre a evolução do turismo de <i>surf</i> em Matosinhos	231
Figura 8.18: Impacte económico do turismo de <i>surf</i> para as empresas	232
Figura 8.19: Parcerias entre a oferta turística e as empresas de <i>surf</i>	233
Figura 8.20: Envolvimento dos agentes no planeamento do turismo de <i>surf</i> em Matosinhos	234

Figura 8.21: Conhecimento sobre as estratégias realizadas no turismo de <i>surf</i>	235
Figura 8.22: Principais estratégias para desenvolver o turismo de <i>surf</i> de forma sustentável em Matosinhos	236
Figura 8.23: Dados sobre a nacionalidade dos turistas que vêm da Europa para <i>surf</i> ar em Matosinhos.....	241
Figura 8.24: Fonte de Informação de Matosinhos como destino turístico de <i>surf</i>	242
Figura 8.25: Principal motivo para visitar o norte de Portugal.....	243
Figura 8.26: Companhia em viagem.....	244
Figura 8.27: Probabilidade de regressar ao destino turístico de <i>surf</i> de Matosinhos	245
Figura 8.28: Probabilidade de recomendar Matosinhos como destino turístico de <i>surf</i>	246
Figura 8.29: Local de hospedagem fora do concelho de Matosinhos.....	247
Figura 8.30: Dados sobre o número de noites a pernoitar nos alojamentos em Matosinhos	247
Figura 8.31: Distribuição dos gastos por pessoa durante a visita e estadia a Matosinhos.	248
Figura 8.32: Património a visitar	249
Figura 8.33: Qualidade ambiental na praia de Matosinhos	252
Figura 8.34: Aspeto da praia de Leça durante o Circuito de <i>Surf</i> Norte	252
Figura 8.35: Meio de transporte utilizado na estadia ou deslocação em Matosinhos.....	253
Figura 8.36: Dados sobre a educação ambiental fornecida pelas escolas de <i>surf</i>	254
Figura 8.37: Locais de residência dos entrevistados que vivem em Matosinhos	255
Figura 8.38: Percentagem de indivíduos entrevistados que praticam ou têm familiares próximos a praticarem <i>surf</i>	256
Figura 8.39: Outras praias de Matosinhos mencionadas como utilizadas durante a época balnear.....	259
Figura 8.40: Opinião sobre os benefícios para a comunidade resultante do turismo de <i>surf</i>	260
Figura 8.41: Satisfação com o crescimento do turismo de <i>surf</i> em Matosinhos	260
Figura 8.42: Opinião sobre o crescimento do turismo de <i>surf</i> no futuro em Matosinhos .	261
Figura 8.43: Opinião sobre o carácter distintivo que o <i>surf</i> proporciona a Matosinhos....	261
Figura 8.44: Opinião sobre a contribuição do turismo de <i>surf</i> no melhoramento das infraestruturas	262
Figura 8.45: Opinião sobre o contacto com os turistas.....	264

Figura 8.46: Opinião sobre a satisfação do envolvimento dos residentes no planeamento do turismo de <i>surf</i> em Matosinhos.....	264
Figura 8.47: Concorrentes diretos em Portugal do destino turístico de <i>surf</i> de Matosinhos	266
Figura 10.1: Mapa de Matosinhos com algumas das principais vias de comunicação	343
Figura 10.2: Portagens da A41 e A42.....	343
Figura 10.3: Interligação das infraestruturas de transporte no município de Matosinhos .	344
Figura 10.4: Ligação de todas as linhas de metro do Porto	344
Figura 10.5: População residente em Matosinhos, 1960-2014.....	346
Figura 10.6: Densidade populacional de Matosinhos entre 1981-2014	347
Figura 10.7: Densidade populacional de diferentes territórios	347
Figura 10.8: Os 10 municípios com mais população residente em 2011	348
Figura 10.9: Distribuição da densidade populacional no concelho de Matosinhos.....	349
Figura 10.10: Percentagem de população residente, por faixa etária, no concelho de Matosinhos.....	349
Figura 10.11: Distribuição da população por faixa etária nos anos de 2001 e 2014	350
Figura 10.12: Percentagem relativa aos Índices de envelhecimento, longevidade, dependência dos idosos e jovens	351
Figura 10.13: Taxa de natalidade e mortalidade (%).....	353
Figura 10.14: Nível de escolaridade (nº)	355
Figura 10.15: Taxa de analfabetismo (%).....	356
Figura 10.16: Temperatura média anual.....	359
Figura 10.17: Dados termo pluviométrico recolhido entre 1982 a 2012	360
Figura 10.18: Precipitação média anual (esquerda) e número médio anual de dias com precipitação $\geq 0,1$ mm. nos anos entre 1971-2000	361
Figura 10.19: Castro de Guifões-Matosinhos	362
Figura 10.20: Ponte da Pedra	363
Figura 10.21: Mosteiro de Leça do Balio	363
Figura 10.22: Obelisco da Praia da Memória-Matosinhos	364
Figura 10.23: Tempo de lazer na praia de Matosinhos.....	365
Figura 10.24: Distribuição do investimento realizado pela Câmara Municipal de Matosinhos em domínios ambientais para o ano de 2011 (cima) e 2013 (baixo)	367

ÍNDICE DE QUADROS

Quadro 2.1: Motivos e consequências da expansão do turismo	14
Quadro 2.2: Conflito de interesses nas zonas costeiras	22
Quadro 2.3: Principais problemas do turismo nas zonas costeiras e seus efeitos	28
Quadro 2.4: Impactes positivos do turismo nas zonas costeiras	29
Quadro 3.1: Princípios do desenvolvimento sustentável de Bellagio	63
Quadro 3.2 Índice/Indicadores relacionados com o <i>surf</i>	68
Quadro 5.1: Motivações que estão na base da escolha de um destino turístico	105
Quadro 5.2: Consequências da intervenção humana na qualidade das ondas	112
Quadro 5.3: Locais afetados pelos impactes antropológicos	113
Quadro 6.1: Objetivos da dissertação	126
Quadro 6.2: Indicadores utilizados para averiguar o papel que o turismo de <i>surf</i> sustentável tem para o desenvolvimento sustentável em Matosinhos	136
Quadro 7.1: Taxa de ocupação-cama nos estabelecimentos hoteleiros de Matosinhos	168
Quadro 7.2: Atividades económicas em Matosinhos ligadas ao <i>surf</i>	173
Quadro 10.1: Comparação dos índices de envelhecimento, longevidade, dependência dos idosos e jovens entre os vários territórios	352
Quadro 10.2: Saldo migratório, natural e variação da população entre os anos de 1991 a 2013	354
Quadro 10.3: População residente com 15 e mais anos por nível de escolaridade (%)	355
Quadro 10.4: Taxa de analfabetismo (%) por género e região	357
Quadro 10.5: Receitas e despesas do município de Matosinhos segundo os domínios de gestão e proteção do ambiente (milhares de euros)	366
Quadro 10.6: Classificação da qualidade das águas costeiras (%)	368
Quadro 10.7: Praias com Bandeira Azul (2003-2015)	369
Quadro 10.8: Praias com bandeira de ouro em Matosinhos	370

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

AAE – Avaliação Ambiental Estratégica
ADB – *Asia Development Bank*
AEME – Agencia Estatal de Meteorologia de Espanha
AERN – Anuário Estratégico da Região Norte
AIA – Avaliação dos Impactes Ambientais
ACC – Avaliação da Capacidade de Carga
AMP – Área Metropolitana do Porto
APA – Agência Portuguesa do Ambiente
APPACDM – Associação do Porto dos pais e amigos do cidadão com deficiência mental
ASP – *Association of Surfing Professionals*
ATL – Atividades de tempo livre
CCDR-N – Comissão de Coordenação da Região Norte
CE – Comissão Europeia
CMIA – Centro de Monitorização e Interpretação Ambiental
CM-Matosinhos – Câmara Municipal de Matosinhos
CMMAD – Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento
CNADS – Concelho Nacional do Ambiente e Desenvolvimento Sustentável
CNUAD – Conferência das Nações Unidas sobre o Ambiente e Desenvolvimento
CREP – Centro Regional de Excelência Porto
DGA – Direção Geral do Ambiente
DGPM – Direção Geral de Políticas para o mar
DGT – Direção Geral do Território
DRE-Madeira – Direção Regional de Estatística da Madeira
EBA – *Environmental Basic Act*
EDS – Estratégia de Desenvolvimento Sustentável
EEA – *European Environment Agency*
ENCN – Estratégia Nacional de Conservação da Natureza
ENDS – Estratégia Nacional de Desenvolvimento Sustentável
ENGIZC – Estratégia Nacional de Gestão Integrada das Zonas Costeiras
ESA – Escola Superior Agrária

ETE – *Ecological Tourism in Europe*
EU – *European Union*
EUA – Estados Unidos da América
FML – Fundação Manuel Leão
FPS – Federação Portuguesa de *Surf*
GIZC – Gestão Integrada das Zonas Costeiras
ICETA – Instituto de Ciências e Tecnologias Agrárias e Agroalimentares
ICN – Instituto de Conservação da Natureza
IDS – Indicadores de Desenvolvimento Sustentável
IGP – Instituto Geográfico Português
IH – Instituto Hidrográfico
IISD – *International Institute for Sustainable Development*
IMP – Instituto de Meteorologia de Portugal
INAG – Instituto Nacional da Água
INE – Instituto Nacional de Estatística
IPVC – Instituto Politécnico de Viana do Castelo
IUCN – *International Union for the Conservation of Nature*
MAOTDR – Ministério do Ambiente, Ordenamento do Território e Desenvolvimento Regional
MAOTE – Ministério do Ambiente, Ordenamento de Território e Energia
MEE – Ministério da Economia e do Emprego
NUT – Nomenclatura das Unidades Territoriais para Fins Estatísticos
OCDE – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico
OMT – Organização Mundial do Turismo
ONG – Organizações Não Governamentais
ONGA – Organizações Não Governamentais Ambientalistas
ONU – Organização das Nações Unidas
PENT – Plano Estratégico Nacional de Turismo
PIB – Produto Interno Bruto
POA – Plano Operacional do Ambiente
POOC – Planos de Ordenamento da Orla Costeira
REN – Reserva Ecológica Nacional

SCUT – Sem Custos para o Utilizador
SGA – Sistema de Gestão Ambiental
SRSI – Índice de Sustentabilidade de Recursos *Surf*
TP – Turismo de Portugal
TPNP – Turismo do Porto e Norte de Portugal
TSG – *Tourism Sustainable Group*
UE – União Europeia
UN – *United Nations*
UNEP – *United Nations Environment Programme*
UNWTO – *United Nations World Tourism Organization*
WCED – *World Commission on Environment and Development*
WTO – World Tourism Organization
ZCP – Zona Costeira Portuguesa

I – INTRODUÇÃO

1 Capítulo 1 – Introdução

1.1 Tema e sua relevância

Ao longo dos séculos a relação entre o ser humano e o território que o envolve não tem sido pacífica. De facto, a história humana é também a história da capacidade humana em transformar o meio envolvente (Fadigas, 2011). Contudo essa capacidade, se não tiver em atenção o equilíbrio entre Homem e Natureza, pode colocar em causa essa relação provocando graves transtornos à última, com consequências desastrosas também para o Homem (Korossy, 2008; Vaz, & Delfina, 2010; World Commission on Environment and Development [WCED], 1987). Na realidade, a falta de consciência ambiental e da finitude dos recursos naturais utilizando-os desmedidamente associado a um crescimento económico ilimitado e a uma economia de consumo desregrado provocaram os graves dilemas que a sociedade contemporânea hoje atravessa (Korsossy, 2008; Vaz & Delfina, 2010). O despertar da consciência para esta situação, sobretudo a partir da década sessenta/setenta do século passado, exigiu o repensar “das relações das sociedades humanas com o território que ocupam e com o ambiente” (Fadigas, 2011, p. 26). Dessa reanálise emerge o conceito de desenvolvimento sustentável que pretende edificar um futuro mais sustentável e mais equitativo para todos os seres humanos, onde o respeito pelo ambiente e a consciência pela finitude da capacidade da Terra seja considerado (Fadiga, 2011; Korossy, 2008; Sharpley, 2000; Vaz & Delfina, 2010; WCED, 1987).

Isto implica o investimento numa sociedade mais justa, numa economia tecnológica evoluída e dissociada da utilização excessiva dos recursos naturais bem como numa preocupação em respeitar e proteger o ambiente. Os termos desenvolvimento e sustentabilidade ganham assim uma relevância na sociedade atual.

As zonas costeiras não são exceção desta desequilibrada relação e apresentam, sobretudo devido à ação antrópica, pressões que as fragilizam e colocam em causa o seu equilíbrio (Carmo & Marques, 2003; Conselho Nacional do Ambiente e do Desenvolvimento Sustentável [CNADS], 2001; Estratégia Nacional de Gestão Integrada das Zonas Costeiras [ENGIZC], 2009; Pinho, Albuquerque & Martins, 2008; United Nations Environment Programme [UNEP], 2005). Manter o mesmo nível de pressão é inconcebível pois estas

zonas são locais importantes não só pelo seu valor intrínseco mas também pela relevância que têm a nível cultural e socioeconómico. Urge assim um novo olhar para estas regiões, mais holístico, onde o desenvolvimento, que é inerente à sociedade humana, seja planeado de forma mais sustentável. Nesta linha de pensamento é essencial integrar as preocupações da sustentabilidade também nas atividades económicas das zonas costeiras e olhar para este território numa visão mais global de gestão integrada. Para tal, é fundamental um planeamento estratégico eficaz e integrador capaz de agrupar em si os princípios basilares que orientam o desenvolvimento sustentável, dado que o planeamento é um elemento essencial para a proteção das zonas costeiras (Edgell, Allen, Smith & Swanson, 2008; UNEP, 2009) e operacionalização do desenvolvimento sustentável (Carvalho, 2009a; Marujo & Carvalho, 2010). Contudo, para um planeamento estratégico eficaz é necessária informação adequada sobre o estado das zonas costeiras e os impactes das atividades humanas (económicas e não económicas) Comissão Europeia [CE], 1999b. Portanto, assegurar uma monitorização eficaz capaz de fornecer informação detalhada é assim uma peça também relevante na proteção das zonas costeiras. Para isso, os indicadores de sustentabilidade têm um papel fundamental visto que permitem a recolha de informação e mensuração sobre a evolução da sustentabilidade certificando ou não que as atividades estão a ser desenvolvidas segundo os princípios da sustentabilidade (Agência Portuguesa do Ambiente [APA], 2007; Bell & Morse, 2008; CE, 2013; Moniz, 2006, Videira, Alves & Subtil 2005).

O turismo, sendo uma das atividades económicas mais relevantes destas regiões provoca impactes positivos mas também negativos sobre estas. Os efeitos nefastos deste setor têm sido grandes impulsionadores das pressões existentes nas zonas costeiras (Schmidt, Santos, Prista, Saraiva & Gomes et al., 2012). De facto, o turismo costeiro era até há pouco tempo baseado num turismo balnear com características sazonais, de uso intensivo de apenas um recurso e considerado um turismo de massas (Albuquerque & Martins, 2007; Albuquerque, et al., 2009; Malta, et al., 2009). Assim, este tipo de turismo, devido a estas características, e agravado por ser desprovido muitas vezes de um planeamento eficaz, degradou consideravelmente os territórios que o acolheram (Albuquerque, et al., 2009; Schmidt et al., 2012).

Portanto, é fundamental que o turismo costeiro comece a ser baseado num turismo mais sustentável de forma a mitigar os seus impactes. Esta nova forma de encarar o turismo é fundamentada nos princípios e pilares do conceito de desenvolvimento sustentável (Moniz,

2006; Sharpley, 2010; Korossy, 2008; United Nations Environment Programme [UNEP], 2005) e implica que esta atividade deve proporcionar a satisfação dos turistas, um retorno económico sustentável, o melhoramento da qualidade de vida, sem a perda da herança patrimonial das comunidades locais bem como o uso regrado dos recursos naturais e assegurar a proteção ambiental.

No entanto, para que o turismo consiga contribuir para salvaguardar o ambiente e as zonas costeiras e satisfazer as necessidades das populações locais, empresários e turistas, esta atividade deve também ser planeada estrategicamente e integrada numa visão mais holística de Gestão Integrada da Zona Costeira (GIZC) pois tal é considerado um caminho essencial para o desenvolvimento sustentável do turismo costeiro (CE, 2001; Malta, et al., 2009; UNEP, 2009).

Todavia, para que haja um planeamento turístico coerente e eficaz é necessário uma investigação rigorosa sobre os impactes deste sector (Almeida & Abranja, 2009; Edgell, et al. 2008; UNEP, 2009). Assim, a recolha de dados/monitorização sobre os impactes do turismo, através do recurso a indicadores da sustentabilidade, possibilita uma tomada de decisão mais consciente por parte dos decisores e planeadores desta indústria dado que fornece informação adequadas sobre as eventuais pressões que o turismo pode provocar (Almeida & Abranja, 2009; Edgell, et al. 2008; UNEP, 2009) sendo fundamental que todos os produtos turísticos emergentes nas zonas costeiras sejam monitorizados a fim de mitigar possíveis impactes.

Destes novos produtos emergentes nas zonas costeiras, o turismo de *surf*, é um dos produtos considerados promissores e que está em franca expansão uma vez que a tendência de crescimento deste nicho de mercado é irrefutável (Reis & Jorge, 2012). Assim, é encarado não somente como um desporto mas como um nicho turístico lucrativo e sustentável capaz de responder eficazmente aos desafios da sustentabilidade nas zonas costeiras. Contudo, a sua rápida expansão e conseqüente crescimento dos negócios a si associado tem criado impactes ambientais e sociais que colocam em causa o equilíbrio dos destinos turístico e das suas zonas costeiras (Buckley, 2002 a; Martin, 2013; O'Brian & Ponting, 2013; Ponting & O'Brian, 2014; Ponting, McDonald & Wearing, 2005; Ponting & O'Brian, 2015; Tantamjarik, 2004). Assim, é necessário desenvolver este produto turístico de acordo com os padrões da sustentabilidade e planeá-lo estrategicamente numa visão mais holística do sector. Contudo, para que tal aconteça, como mencionado anteriormente, é fundamental

monitorizar este turismo através dos indicadores de sustentabilidade dado que sem esta informação torna-se difícil compreender o impacto real que este turismo tem nos destinos e zonas costeiras em todas as dimensões da sustentabilidade e dificulta os esforços para administrar e mitigar os seus impactos.

1.2 Objetivos da dissertação

É no âmbito das discussões acima referidas que se ancora esta dissertação, procurando através de um estudo de caso (Matosinhos), recolher dados que permitam identificar se este produto turístico tem contribuído para o desenvolvimento sustentável da região. Assim, a pergunta base de partida deste trabalho é a seguinte: “O turismo de *surf* contribui para o desenvolvimento sustentável de Matosinhos?”

A opção por este território como caso de estudo prende-se com o facto de este concelho ter uma zona costeira intensamente urbanizada onde operam indústrias que contribuem para aumentar a pressão do seu litoral. Destas indústrias, o turismo tem no presente um especial relevo contribuindo com impactos positivos, mas também negativos para a sua zona costeira. Dos produtos que estão a ser desenvolvidos, o turismo de *surf* encontra-se como um dos mais atrativos, estando atualmente em grande expansão no concelho. Assim, com o crescimento da procura em relação a este produto turístico, com o chamariz económico que progressivamente propicia, bem como a entrada em cena no concelho de cada vez mais empresários ligados ao *surf*, o desenvolvimento sustentável do turismo de *surf* pode não ser a primeira consideração ou preocupação dos decisores, planeadores e empresários locais. Portanto torna-se necessário recolher informação capaz de identificar se este tipo de turismo está a contribuir para a satisfação dos turistas, para a melhoria da qualidade de vida da população local, para a sustentabilidade dos negócios e defesa dos empresários e para a proteção do ambiente natural, em suma, se está a ser desenvolvida segundo os moldes dos princípios e pilares do turismo sustentável. Com este trabalho ambiciona-se recolher e fornecer informação que permita aos planeadores, decisores e empresários que desenvolvem este produto turístico ter dados pertinentes para limarem arestas no sentido de desenvolver este produto de uma forma mais sustentável (objetivo principal).

Assim, numa primeira parte, através do estudo empírico qualitativo procura-se recolher informação dos empresários, da Câmara Municipal e de duas Organizações Não-

Governamentais Ambientalistas (ONGA) para identificar se o desenvolvimento do produto está a ser baseado na sustentabilidade. Por outras palavras, procura-se identificar se este tipo de turismo está a ser desenvolvido de acordo com os princípios e práticas do turismo sustentável. Numa segunda parte, através do estudo empírico quantitativo procura-se recolher informação sobre os impactes que está a criar no destino turístico de Matosinhos. Procura-se ainda nas duas fases recolher informação sobre o destino de Matosinhos, sobre os turistas de *surf* que visitam o território e compilar ainda opiniões de vários *stakeholders* sobre estratégias que devem ser desenvolvidas de maneira a tornar este produto turístico mais sustentável.

Em suma, pretende-se assim com este presente trabalho fornecer informação para que o turismo de *surf* tenha um papel potenciador da proteção das zonas costeiras e contribua para o desenvolvimento sustentável do destino turístico de Matosinhos.

1.3 Metodologia

A metodologia utilizada abarca, num primeiro momento, a pesquisa bibliográfica onde se desenvolve e aprofunda o conceito de zonas costeiras, suas particularidades e a influência do turismo nos desequilíbrios encontrados nesta região. Desenvolve-se ainda o conceito de desenvolvimento sustentável como ideia importante para mitigar as pressões encontradas nestes territórios, bem como o turismo enquanto ferramenta para o desenvolvimento sustentável – turismo sustentável. Nesta fase inclui-se ainda as ferramentas necessárias para almejar a sustentabilidade no turismo. Com base ainda na pesquisa bibliográfica aprofundou-se o tema sobre produto turístico sustentável e, simultaneamente, detalha-se o turismo de *surf* desde a sua evolução, o seu nicho de mercado, os seus impactes nas zonas costeiras, bem como as medidas e as estratégias de mitigação dos efeitos negativos.

Posteriormente, num segundo momento, procura-se alcançar os objetivos traçados e mencionados anteriormente através de uma recolha de dados secundários, importantes para a caracterização do concelho em estudo. É também realizada uma recolha de dados primários de natureza qualitativa e de natureza quantitativa. O estudo empírico qualitativo, através de entrevistas semiestruturadas, procurou recolher informação junto dos empresários, da Câmara Municipal e das ONGA para identificar se o desenvolvimento do produto está a ser

baseado na sustentabilidade. O estudo empírico de natureza quantitativa, realizado através da aplicação de um inquérito por questionário, procurou recolher informação sobre os impactes desse desenvolvimento no concelho, junto dos turistas, oferta turística e residentes. Os dados recolhidos foram tratados através de análise de conteúdo e estatística, respetivamente.

1.4 Organização da dissertação

A dissertação está dividida em quatro partes e cada uma delas organizada por capítulos, num total de nove capítulos. A primeira parte é constituída pelo capítulo introdutório, que define os objetivos, a relevância e praticabilidade da dissertação, bem como a estrutura do documento.

A segunda parte é iniciada pelo segundo capítulo onde se aborda o conceito de zona costeira, a sua evolução e a importância destas áreas em termos socioeconómicos e ambientais e os problemas associados. Neste capítulo apresenta-se ainda uma caracterização das zonas costeiras em Portugal, a sua história e a relevância do turismo costeiro para o país.

A temática abordada no terceiro capítulo pretende definir o conceito de desenvolvimento sustentável e investigar a sua aplicabilidade nas zonas costeiras. Para tal, analisa-se a sua história, as suas fragilidades e a sua importância para a atualidade no mundo em geral e em Portugal em concreto. Seguidamente foi objeto de análise a relação que existe entre este conceito e o sector do turismo – turismo sustentável – com consequente discussão do esforço em integrar esta nova forma de turismo nas zonas costeiras. No final deste capítulo faz-se ainda referência ao papel relevante dos indicadores da sustentabilidade para alcançar estes conceitos de sustentabilidade. Foi ainda analisado, na temática do quarto capítulo, o papel do planeamento estratégico como ferramenta essencial para alcançar um desenvolvimento sustentável nas zonas costeiras.

O último capítulo desta parte – o quinto capítulo – é dedicado ao turismo de *surf*. Inicia-se por uma pesquisa focada no conceito de produto turístico sustentável e seguidamente aprofunda-se este tipo de turismo, o seu conceito, a sua evolução e tendência para o futuro. Seguidamente aborda-se as especificidades deste tipo de turismo e faz-se uma análise crítica

da sua importância e dos seus impactos para as zonas costeiras. No final, refere-se a importância do planeamento deste tipo de turismo para diminuir os seus efeitos nefastos nas regiões costeiras.

A terceira parte da dissertação descreve o estudo empírico contendo três capítulos. Tendo como base a teoria proveniente da revisão da literatura (parte II), pretende-se aplicar a mesma na prática, através de um estudo de caso e sua respetiva análise.

No primeiro capítulo desta parte – sexto capítulo – apresenta-se uma descrição pormenorizada dos objetivos gerais e específicos a alcançar com esta investigação empírica e é descrita a metodologia utilizada neste estudo.

No capítulo sete é analisado o estudo de caso através da caracterização socioeconómica, cultural e paisagística. Realiza-se ainda a caracterização do sector turístico da região, nomeadamente a oferta e a procura turística. A última secção do capítulo aborda a economia de *surf* em Matosinhos.

No último capítulo da terceira parte – capítulo oito – apresentam-se os principais resultados e conclusões alcançados por esta análise.

A quarta e última parte é constituída somente pelo capítulo nove onde se realiza uma reflexão crítica dos objetivos referenciados como elementos centrais da dissertação e a síntese final da mesma. Expõem-se ainda as principais conclusões e recomendações gerais que são fundamentadas na interação entre os conceitos e teorias apresentadas na parte de revisão bibliográfica e também dos resultados obtidos da investigação empírica. No final, são ainda enunciadas sugestões e propostas com o intuito de que futuros trabalhos possam usufruir das informações contidas nesta dissertação e assim, desenvolver de forma cada vez mais sustentável, uma das zonas mais sensíveis na era contemporânea – as zonas costeiras.

A figura 1.1 apresenta esquematicamente a organização da dissertação e traça sucintamente os objetivos pelos quais foram incluídos.

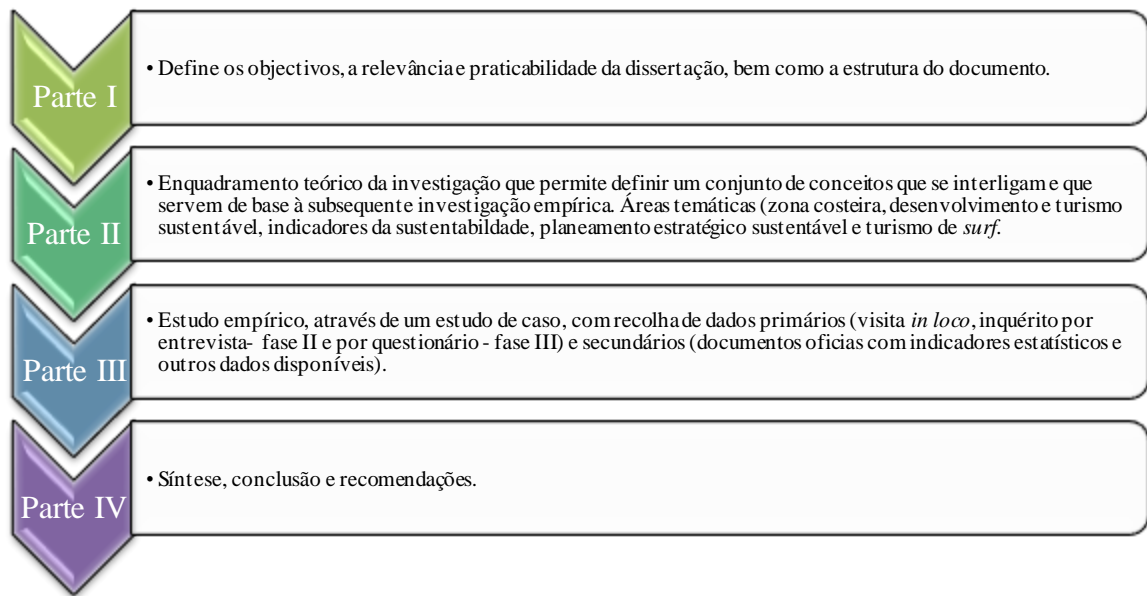


Figura 1.1: Organização esquemática da dissertação

Fonte: Elaboração própria

II – ENQUADRAMENTO TEÓRICO

2 Capítulo 2 – Zonas costeiras

2.1 Introdução

As zonas costeiras são sinónimo de vida e de riqueza em bens naturais. Na sua história está patente a sua importância quer a nível socioeconómico quer a nível cultural. Muitos dos países, com costa, assentaram as suas economias baseadas nas atividades que o mar proporcionava. Com o evoluir da civilização estas zonas costeiras não diminuíram o seu valor, contudo, estão atualmente sobre uma pressão avassaladora causada sobretudo pela atividade antrópica que coloca em risco o frágil equilíbrio destes territórios. A crescente preocupação com a sustentabilidade destes locais apresenta agora novos desafios para estas áreas litorais. É, portanto, prioridade fundamental, para a subsistência das zonas costeiras, existir um novo olhar e repensar as atividades aí localizadas, de maneira a estarem mais sensibilizado para a proteção desses locais (ENGIZC, 2009).

Neste capítulo é pormenorizado o conceito de zonas costeiras, com o intuito de delimitar a zona de estudo e de perceber as características singulares dessas regiões, assim como apresentada uma breve descrição histórica com o intuito de compreender o seu passado e presente, identificando os motivos pelos quais este território se encontra ameaçado (secção 2.2). No fundo, pretende-se alcançar a velha máxima de Heródoto, “pensar o passado para compreender o presente e idealizar o futuro”. No seguimento deste assunto, especifica-se o caso concreto de Portugal (secção 2.3) com os mesmos propósitos. A relevância desta zona é pesquisada com o objetivo de perceber a dinâmica e o papel que esta região tem no mundo e no país. Posteriormente descreve-se os problemas associados a estes locais (secção 2.4), assim como se aprofunda o turismo costeiro para perceber qual o seu papel e impacte nestas regiões (secção 2.5). No final realiza-se uma síntese e conclusão do capítulo (secção 2.6). Com este capítulo pretende-se a título geral recolher informação para perceber o que está a ocorrer nesta zona de estudo e, de uma forma mais específica, perceber o impacte que o turismo tem nestes locais, de forma repensar esta atividade para que contribua para a salvaguarda destes locais, sendo esse o ponto de partida para a evolução desta dissertação.

2.2 Conceito e evolução

As zonas costeiras são ecossistemas¹ únicos e insubstituíveis à escala humana (Dias, 2005), apresentando uma importância estratégica significativa quer a nível socioeconómico quer a nível ambiental, cultural e recreativo (ENGIZC, 2009; Gomes, 2007). Estas zonas representam, como refere Dias (2005, p. 9), “de certa forma, um repositório da história da terra, resultante de uma evolução longa e consequentemente correspondem a um monumento museológico insubstituível.” São sistemas com uma dinâmica muito complexa (CE, 1999b; Dias, 2005; ENGIZC, 2009; Ferrão, Ramos & Pinto, 2006; Malta, et al., 2009) que resultam da interação entre a biosfera, hidrosfera, geosfera bem como da atmosfera e estão em permanente mutação (CNADS, 2001; Dias, 2005; Ferrão, 2006; Gomes, 2007). Desta complexidade sistémica resultam características que definem estes espaços nomeadamente a elevada variabilidade aí presente e as enormes potencialidades geradas por essa complexidade (Dias, 2005; Ferrão, et al., 2006). Esta complexidade aliada ao facto de ser um sistema aberto torna estes locais zonas de equilíbrio frágil, altamente sensíveis e vulneráveis (Dias, 2005; ENGIZC, 2009; Ferrão, et al., 2006; Gomes, 2007; Martins, 1997) com uma capacidade limitada para suportar os diferentes usos antrópicos, Martins (1997). Apesar do consenso existente no que respeita à complexidade das zonas costeiras, sensibilidade, dinamismo e importância, apresenta todavia uma certa ambiguidade na sua designação e dissonância relativamente aos limites físicos (CE, 1999a; Dias, 2005; ENGIZC, 2009; Gomes, Barroco, Pereira, Reis, Calado, Ferreira, Freitas & Biscoito, 2006; Gomes, 2007; Malta et al., 2009; Martins, 1997). Esta situação ocorre porque os seus limites estão dependentes do objetivo e do contexto em que são estabelecidos e porque as realidades físicas e biofísicas são muito distintas em termos espaciais (ENGIZC, 2009; Martins, 1997).

Esta indefinição do conceito é estimulada ainda “na medida em que não são poucas as vozes que se erguem em defesa de uma definição pouco rígida e de limites flexíveis que se ajuste ao carácter dinâmico dos territórios costeiros” (Ministério do Ambiente, Ordenamento do Território e Desenvolvimento Regional [MAOTDR], 2007, citado por Malta et al., 2009, p. 85). Exemplo disso é o referido pela CE (1999a, p. 35), “provavelmente não é desejável ter uma única definição legal exclusiva para fins gerais da zona costeira, mas preferível incluir

¹ Ecossistema: complexo dinâmico de plantas, animais, comunidades de microrganismos e o ambiente não-vivo, que interagem como uma unidade funcional (Board, 2005, p. v).

todas as áreas onde a terra e o mar exercem uma influência mútua", propondo assim não definir rigidamente o conceito devido às características de interações intrínsecas a estas regiões. Opinião semelhante é apresentada no Relatório do Grupo de Trabalho "Bases para a Gestão Integrada da Zona Costeira" (Gomes et al., 2006, p. 8), quando se menciona que a "dinâmica desta área de transição é quase sempre incompatível com a rigidez imposta por limites, qualquer que seja a ordem de grandeza destes". Outra opinião concordante é a da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE) (1993), que defende que a definição da zona costeira está subordinada ao objetivo do trabalho ou pesquisa que está a ser efetuada (Martins, 1997).

Existe, portanto, uma indefinição, quase consentida e necessária, da utilização de múltiplos conceitos como "litoral", "faixa costeira", "zona costeira", "área costeira" "faixa litoral", "orla costeira", "região costeira", para designar a grosso modo, "porções do território de dimensões variáveis, na interface entre a Terra e o Oceano" (Gomes et al., 2006, p. 8; Gomes, 2007; Martins, 1997). Contudo, é crucial que se procure encontrar um fio condutor que harmonize o conceito inerente ao território litoral sobre pena de anarquizar e condicionar todas as estratégias aplicadas a estes locais (CE, 1999a; ENGIZC, 2009).

Se em termos gerais, se pode designar a zona costeira "como interface biofísica e geoquímica entre o oceano, a terra e a biosfera", CNADS, (2001, p. 7) para esta dissertação, foram escolhidas, com o intuito de seguir uma linha de orientação e melhor delinear o campo de estudo, as seguintes definições (Figura 2.1) tendo por base ENGIZC (2009) e Gomes (2007):

- Litoral: termo geral que descreve porções do território que são influenciadas direta e indiretamente pela proximidade do mar;
- Zona costeira: porção do território influenciada direta e indiretamente, em termos biofísicos, pelo mar (ondas, marés, vento, biótica ou sanidade) e que tem, para o lado de terra, a largura de 2 km medida a partir da linha da máxima preia-mar de águas vivas equinociais e se estende, para o lado do mar, até ao limite das águas territoriais (12 milhas náuticas), incluindo o leito.
- Orla costeira: porção do território onde o mar coadjuvado pela ação eólica, exerce diretamente a sua ação e que se estende, a partir do mar até centenas de metros (500

metros), para o lado de terra e até à batimétrica dos 30 metros (englobando a profundidade de fecho) para o lado do mar;

- Linha de costa: fronteira entre a terra e o mar assumindo-se como referencial a linha da máxima preia-mar de águas vivas e equinociais.

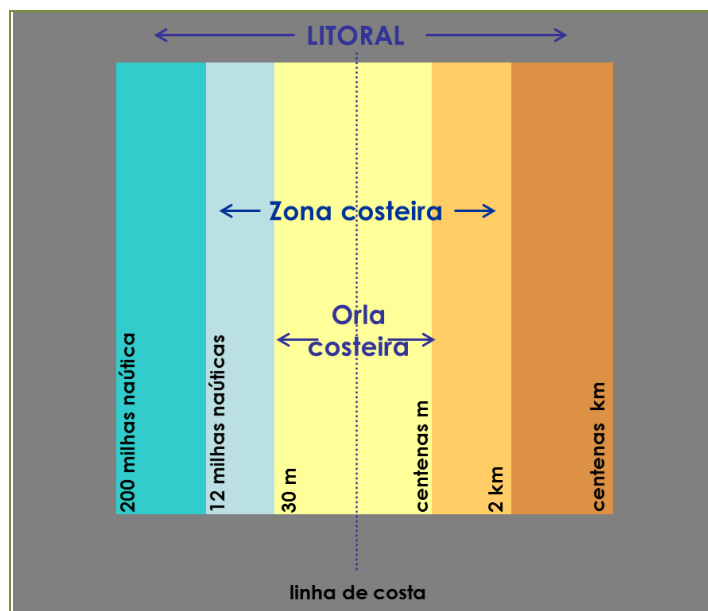


Figura 2.1: Limites físicos referentes ao litoral
Fonte: ENGIZC (2009)

Assim, e apesar dos espaços costeiros não terem um consenso no que diz respeito à definição da sua noção, como mencionado anteriormente, existe um consentimento geral relativamente a estas zonas serem um elemento absolutamente fundamental e com elevada importância a vários níveis. De igual forma, esse consenso abrange ainda a noção que estas zonas sofrem tensões a vários níveis, associadas muitas vezes à pressão antrópica, bem como a noção da necessidade de promover o seu uso sustentável e uma intervenção proactiva para a sua proteção (Dias, 2014; Freitas, 2010; ENGIZC, 2009; Pedrosa, 2013; UNEP, 2005).

Apesar de atualmente a maior parte da população mundial ocupar zonas do litoral que se estendem até cerca de 100 km para o interior (Malta et al., 2009) e com dois terços das maiores cidades mundiais localizadas nestas áreas, no passado a ocupação humana dessas regiões era parca (Dias 2005; Dias, 2014; Freitas & Dias 2013; Freitas, 2010).

De facto, até ao século XIX, sobretudo no que diz respeito ao litoral exposto ou oceânico, as intervenções antrópicas eram quase nulas fruto de vários fatores tais como: um ambiente

inóspito devido à falta de recursos básicos, grande vulnerabilidade a riscos naturais (Dias, 2005; Freitas, 2010) e a fatores associados a “más experiências como o ataque de piratas [...] e invasões do mar” (Freitas, 2010, p. 41).

Esta pouca atratividade fez com que a intervenção antrópica direta sobre as zonas costeiras, até finais do século XVIII, pouco se fizesse sentir, concentrando-se sobretudo nos litorais expostos e direcionada quase exclusivamente para as atividades relacionadas com o mar, como é o caso da pesca, construção naval ou defesa da fronteira marítima (Freitas, 2010).

Porém, entre os séculos XVIII (Europa) e XIX (Portugal), uma mudança de mentalidades sobre a forma como se percecionava o litoral, estimulou o desejo coletivo pela praia, e permitiu o emergir de um turismo balnear com a “ocupação dos litorais arenosos oceânicos” (Dias, 2005, 2014; Freitas, 2007, 2010; Machado, 2000). A expansão, deste tipo de turismo, na Europa, foi motivada pela convicção que a praia traria saúde e que o banho do mar tinha um carácter tanto higiénico como terapêutico segundo o qual deveria ser praticado como um remédio e não por prazer (Dias, 2005, 2014; Freitas, 2007; Machado, 2000). De facto, nessa época acreditava-se que a “natureza selvagem do mar, o ar vigoroso e a vastidão do espaço eram elementos essenciais para a recuperação da energia vital, que se havia perdido no ambiente poluído e opressivo das cidades industriais” (Freitas, 2010, p. 61) e que debilitava fisicamente os seres humanos sobretudo as classes sociais dominantes (Freitas, 2010; Machado, 2000). Este novo paradigma foi amplamente aceite, primeiramente pela aristocracia europeia, e posteriormente alargada ao resto da população uma vez que esta elite detinha a capacidade de criar modas e novos hábitos (Freitas, 2007, 2010; Machado, 2000). Contudo, somente na segunda metade do século XX, especialmente entre as décadas de 1960-1990, houve a expansão do turismo que originou o turismo de massas (Costa, 2013, Dias, 2005) devido à difusão generalizada do turismo balnear à população em geral (CNADS, 2001; Dias, 2005; Freitas, 2010; Malta et al., 2009; Pinho, et al., 2008). O crescimento do turismo em geral, e nas zonas costeiras em particular é fruto do surgimento de um conjunto de fatores que potencializaram essa propagação em direção à praia, como demonstrado no Quadro 2.1. A título de curiosidade, de acordo com “algumas estimativas, em finais do século XIX, cerca de 80% da população mundial nunca tinha visto o mar, e que

em inícios do século XXI essa percentagem ter-se-á reduzido para uns 25%” (Dias, 2014, p. 27).

Quadro 2.1: Motivos e consequências da expansão do turismo

Motivo	Consequência
Aumento da população	Aumento significativo de potenciais turistas
Melhoria dos transportes aéreos/comunicação	Democratização do seu uso; viagens mais rápidas e baratas;
Expansão do uso de automóveis	Facilita e populariza a deslocação
Modificação das estruturas profissionais com aumento do sector terciário e êxodo rural	Necessidade de um escape às tensões quotidianas
Redução do horário de trabalho	Aumento do tempo livre
Aumento do poder de compra/Acesso ao crédito facilitado	Maior rendimento que permite uma maior capacidade de usufruir do tempo livre; maior consumo de bens pela população
Férias pagas	Aumento do rendimento possibilitando o seu uso para fins lúdicos
Educação e formação acessíveis a setores mais vastos da população	Aumento do rendimento e o despertar a curiosidades em relação a outras culturas e povos.
Avanço e melhoria das tecnologias e das comunicações	Facilidade em obter informação sobre culturas e povos; facilidade das reservas; melhoramento da qualidade dos transportes; uma maior sensibilização do público para destinos do mundo, devido à melhoria das comunicações.

Fonte: Elaboração própria com base em Costa (2013), Dias (2014), Edgell, Allen, Smith, & Swanson (2008), Freitas (2010), UNEP (2009)

Assim, e sobretudo após a II Guerra Mundial, as melhores condições de vida estimularam a democratização da sociedade (Dias, 2005, 2014; Freitas & Dias 2013) intensificando a procura pelas frentes de mar (Cravidão, 2013) que “ainda hoje [...], constituem os grandes lugares de chegada para milhões de turistas em todo o mundo” (Cravidão, 2013, p.61). Com esta convulsão nasceu um novo litoral ausente de elitismo (Freitas, 2010; Machado, 2000; Malta, et al., 2009) que associado ao crescimento populacional, às atividades que aí se criam como o turismo, alteraram irremediavelmente estes territórios (Dias, 2014; Freitas & Dias 2013).

2.3 Zona costeira de Portugal

2.3.1 Evolução e caracterização

Pela simples disposição peninsular, Portugal é um país com grande tradição e vocação marítima, tendo uma forte ligação afetiva com o mar e por consequência com as zonas costeiras (CNADS, 2001; Freitas, 2010; Moreira, 2005). De facto, como refere o poeta Tomás Ribeiro em 1862, o país “jardim da Europa à beira mar plantado” apresenta na sua história uma “estreita ligação entre a nação e o oceano, associada à epopeia dos

Descobrimientos, à herança ultramarina e à experiência colonial” (Freitas, 2010, p. 28). Portugal encontra-se situado “no flanco sudoeste da massa continental peninsular ibérica, ocupa uma estreita faixa de 250 km de largura, tendo uma zona costeira com cerca de 950 km de extensão” (Schmidt, et al., 2012, p. 23). Segundo os mesmos autores, apresenta uma vasta linha costeira a Oeste, articulada com a linha costeira completamente orientada a Sul. A sua zona costeira apresenta uma grande variedade geomorfológica que vai desde costa baixa arenosa ou rochosa até costa alta, de arriba, sendo local de desembocadura dos cursos de água, conferindo uma elevada diversidade paisagística e biogeográfica (ENGIZC, 2009; Ferrão, 2006; Santos, Lopes, Moniz, Ramos Taborda, 2014). Esta diversificação e especificidades próprias permitem que múltiplas atividades antrópicas, onde se inclui o turismo, sejam beneficiadas por tal singularidade (Ferrão, 2006; Gomes et al., 2006).

A partir da segunda metade do século XVIII, a expansão das atividades económicas nestas regiões portuguesas intensificou-se e o desenvolvimento da indústria sobretudo ligada às conservas bem como a faina do bacalhau permitiram expandir o sector das pescas e toda a indústria à volta do mesmo (Freitas, 2010). Como consequência, houve necessidade de mais mão-de-obra o que contribuiu para o aumento da população e para a ocupação de mais território litoral (Freitas, 2010). Deu-se assim o êxodo rural para o litoral com o sonho de encontrar melhores condições de vida e oportunidades de emprego (Freitas, 2010; Pires, Craveiro & Antunes 2012; Schmidt et al., 2012). Acresce ainda a estas transformações, a “moda” da praia como um local terapêutico e de bem-estar que também chegou ao país, como já mencionado, inundando a costa de turistas com os seus tentáculos, gerando a necessidade de construção de infraestruturas apropriadas para o seu bem-estar (Freitas, 2010; Schmidt et al., 2012). Estas convulsões históricas e sociais das zonas costeiras tornaram-nas cruciais para Portugal, sendo que atualmente é nestas zonas que se encontram as cidades com maior dimensão (Porto, Aveiro, Lisboa, Setúbal e Faro), aglomerando quase três quartos da população e onde se encontram implantadas as grandes indústrias (Freitas, 2010; ENGIZC, 2009; Pires et al, 2012; Santos et al., 2014). Para além de se localizarem aqui as maiores áreas urbanas e industriais apresenta também áreas de turismo imersivo, que alternam com áreas naturais, rurais e de pesca (CNADS, 2001; ENGIZC, 2009). Toda esta atratividade leva a que persista uma tendência migratória na atualidade para estes locais aumentando as pressões e conflitos com os valores ambientais (Santos et al., 2014).

No caso particular de Matosinhos, esta região foi ocupada desde épocas remotas, uma vez que as suas características naturais nomeadamente uma enseada protegida das tempestades, permitia a navegação e a fixação de atividades marítimas e portuárias (pesca, navegação, construção naval, salinas, etc.) (Câmara Municipal de Matosinhos [CM-Matosinhos], 2015i). Os bifaces paleolíticos encontrados durante as escavações arqueológicas, realizadas no centro histórico de Leça da Palmeira, são bem o exemplo desta longínqua ocupação. Na época romana desenvolvem-se muitas das atividades relacionadas com a exploração dos recursos marinhos, que vão crescendo a nível da sua importância ao longo dos séculos e com isso, o aumento substancial de núcleos de povoamento sobretudo nos lugares de Matosinhos e Leça da Palmeira (CM-Matosinhos, 2015i). No entanto, foi com a construção do Porto de Leixões, no final do século XIX, que este território se transforma tanto a nível económico (propiciou a instalação de novas indústrias) como urbanístico encontrando-se atualmente sobre forte pressão antrópica (CM-Matosinhos, 2015i; Reis, 2010; Ribeiro, 2011).

2.3.2 Importância

A relevância das zonas costeiras é hoje inquestionável (CE, 1999b; Ecorys, 2012), e “continuam a ser áreas de elevado potencial para a nossa sociedade moderna” (CE, 1999b, p. 7). Com a globalização, o surgimento de uma nova economia baseada na produção de energia “limpa” a partir do oceano (ondas, eólico, correntes, marés, etc.), a evolução das trocas comerciais mundiais, o aumento da importância do setor do turismo que tem um dos seus produtos mais relevantes ancorado nas zonas costeiras, exacerbaram a sua relevância.

O papel das zonas costeiras é bastante amplo e rico tendo um papel fundamental na produção de energia, como repositório do património cultural, na defesa ambiental pela decomposição ou tamponização dos poluentes e na defesa da costa contra as forças oriundas do mar e também como zona de lazer, recreio, turismo e estética (CE, 1999b). Igualmente tem um papel ativo no crescimento económico, permitindo uma melhor qualidade de vida, a criação de postos de trabalho, a diversificação de atividades económicas pelas suas singularidades; a produção de energia sendo ainda fonte de prazer e lazer (CE, 1999b).

Em Portugal, as zonas costeiras são locais de interesse ímpar, repletos de oportunidades, de história e de riquezas naturais que suscita um olhar mais detalhado e preciso. Consequentemente, desde cedo o litoral abrigado, fervilhante de comércio e de fonte de “trocas e contactos” foi foco de atenção por parte da população e do Estado (Freitas, 2010). Todavia foi somente após o eclodir do turismo balnear, que o foco de atenção do Estado se direcionou para este litoral com o objetivo de aproveitamento económico (Freitas, 2010). Esta atividade passou a ser assim considerada uma das maiores fontes económicas, permitindo ao litoral ganhar o estatuto de um dos principais destinos de férias (Pinho et al., 2008). Em pleno século XXI, as zonas costeiras não perderam a sua utilidade sendo de enorme importância socioeconómica para o país (ENGIZC, 2009). Atualmente eclodiu uma nova visão sobre as atividades económicas ligadas ao mar havendo um grande potencial de crescimento, tal como a náutica de recreio, uma vez que estas são “atividades com elevado efeito de alavancagem noutras atividades, por conseguinte, fortes geradores de valor acrescentado” (Lopes, 2009, p.105). Passada a época em que o país canalizou brevemente as suas estratégias para a terra europeia, sobretudo no período da integração, Portugal viu-se obrigado a olhar novamente para o mar e para as atividades económicas que dele emerge como um elemento estratégico para a economia do país (Lopes, 2009). De facto, o potencial económico dos recursos costeiros e a representatividade económica das diversas atividades desenvolvidas nestes locais é crucial para o quadro da economia nacional (ENGIZC, 2009), contribuindo entre 80% a 85% para o PIB, e sendo por isso muito importantes a nível económico para Portugal (ENGIZC, 2009; Santos et al., 2014). As atividades económicas mais relevantes da zona costeira portuguesa são:

1. Comércio marítimo e transportes: “inclui-se todo o conjunto de serviços que se organizam em torno do transporte marítimo de mercadorias, da sua articulação com outros modos de transporte e da sua integração em cadeias logísticas globais ou regionais.” (Lopes, 2009, p. 94);
2. Alimentação e nutrição: “inclui as atividades de captura e armazenamento do pescado, as atividades de transformação do mesmo, a construção naval de navios de pesca e seus equipamentos específicos e as atividades de aquicultura” (Lopes, 2009, p. 95). Apesar de o sector da pesca representar apenas cerca de 0,6 % da população ativa, a sua importância tem que ser analisada não somente nas vertentes económica

e financeira, mas também na vertente do equilíbrio socioeconómico das comunidades piscatórias (ENGIZC, 2009).

3. Energia e matérias-primas: inclui “a exploração *offshore* de petróleo e gás natural; o transporte de petróleo e de gás natural liquefeito; a construção naval de petroleiros e de navios de transporte de gás e de granéis químicos; os complexos de refinação de petróleo, desliquefação de gás natural e de transformação petroquímico e o desenvolvimento das energias renováveis com base no mar (energia das ondas e energia eólica)” (Lopes, 2009, p. 95). Tendo a zona costeira nacional um potencial notável para a produção de energias renováveis, especialmente eólica e energia das ondas e tendo ainda o conhecimento técnico-científico nacional nesta área, Portugal pode ter um papel proeminente neste domínio (ENGIZC, 2009);
4. Passageiros, lazer e turismo nas regiões costeiras/mar: inclui “atividades muito diversas como a náutica de recreio, os desportos náuticos, os desportos submarinos e o turismo de cruzeiros” (Lopes, 2009, p. 97);
5. Construção náutica: “inclui a construção e reparação navais, o equipamento naval (nomeadamente motores e sistemas de propulsão, sistemas de comando do navio, etc.) e a eletrónica naval (comunicações, teledeteção e navegação, automatização a bordo) e, mais recentemente, a construção de plataformas e equipamento para exploração *offshore*” (Lopes, 2009, p. 97);
6. Defesa, Segurança marítima e sustentabilidade ambiental: “inclui os navios de superfície e submarinos, os sistemas de teledeteção (radar e sonar), os sistemas de comunicações, comando e controlo para uso naval e o armamento naval, as bases navais e os arsenais associados à manutenção de navios e as plataformas de observação oceânica aéreas e no espaço”. Inclui, ainda, “uma cada vez maior componente de apoio à conservação de recursos e ao combate à poluição” (Lopes, 2009, p. 96). Possui sistemas naturais de defesa, uma vez que defendem as zonas húmidas e ribeirinhas de cheias causadas por fenómenos climáticos extremos (CNADS, 2001).

É de ainda salientar que, devido a razões económicas e estratégicas, nas zonas costeiras de Portugal, encontram-se as mais variadas indústrias pesadas e centrais nomeadamente refinarias, unidades da indústria conserveira e fábricas de celulose (ENGIZC, 2009).

Relativamente ao norte litoral português este apresenta potencialidades naturais e com recursos incalculáveis sendo, por natureza, um local gerador de riquezas (Pedrosa, 2013). No que se refere especificamente à zona costeira de Matosinhos, esta é considerada de grande importância para a região pois a sua localização geográfica permite a este território ser uma das principais portas de entrada de bens e serviços, bem visível na sua estrutura antrópica, o Porto de Leixões (Ribeiro, 2011). Contudo, este local é ainda fonte de um fértilhar de atividades científicas, económicas e de emprego em diferentes sectores da economia que beneficiam desta localização privilegiada (Instituto Nacional da Água [INAG], 2010). Nestas atividades pode incluir-se a pesca, apresentando uma das maiores lotas do país (CM-Matosinhos, 2015i; Ribeiro, 2011), o centro de investigação onde se inclui o Centro de Monitorização e Interpretação Ambiental (CMIA) e o Instituto de Investigação das Pescas e do Mar, a indústria petroquímica, a indústria conserveira, o turismo, o lazer e o desporto. Das atividades emergentes pode-se salientar que Matosinhos, procurando preservar a sua forte relação com o mar, tem investido na gastronomia de qualidade que permite apreciar o melhor que o mar presenteia, no turismo e na prática de modalidades desportivas tais como vela, mergulho subaquático, *surf*, *kitsurf*, entre outras (CM-Matosinhos, 2015i). Resumidamente, as funções/ serviços mais relevantes da zona costeira de Matosinhos são: função de suporte, serviços de regulação, serviços de produção, serviços culturais, onde se inclui o turismo e serviços científicos (CM-Matosinhos 2015i; INAG, 2010; Ribeiro, 2011) sendo que em termos económicos os serviços de produção e os serviços culturais são os mais relevantes (Ribeiro, 2011).

Assim, a zona costeira de Matosinhos apresenta uma multiplicidade de funções e usos recreativos, uma elevada diversidade de atividades económicas bem como condições favoráveis para diversificar as atividades de lazer e recreio sendo um pólo de atração turística com interesse económico (Ribeiro, 2011).

De todas as atividades económicas das zonas costeiras em Portugal, o turismo costeiro e o transporte marítimo são as que representam metade do valor das atividades marítimas e atualmente empregam mais pessoas (Lopes, 2009). Devido à importância que o turismo apresenta para a zona costeira e ser este o âmbito desta dissertação, ele será detalhado no tópico seguinte.

2.4 Principais impactes sentidos nas zonas costeiras

As zonas costeiras encontram-se atualmente, quer em Portugal quer no resto do mundo, sobre forte tensão, causada pelas alterações climáticas, pela intensa ocupação populacional e pelo aumento da concentração de atividades humanas que de forma caótica e desordenada surgiram e evoluíram nos concelhos junto ao mar (Carmo & Marques, 2003; CE, 1999b; CNADS, 2001; Dias, 2014; ENGIZC, 2009; Freitas, 2010; Malta et al., 2009; Pinho et al., 2008; Ribeiro, 2011; Schmidt et al., 2012). Assim, a capacidade de carga² dos ecossistemas costeiros encontra-se ultrapassada em muitas das regiões e, aliada às parcas ou incorretas medidas de intervenção, exacerbou substancialmente os desequilíbrios das zonas costeiras (ENGIZC, 2009; Freitas, 2010).

Segundo a Comissão Europeia (citado em Moreira, 2005, p. vi), Portugal encontra-se em quarto lugar entre os países membros com as maiores incidências de processos erosivos costeiros, apresentando 14% da costa artificializada e 25% da sua orla afetada por intensos fenómenos de erosão, existindo um risco potencial de perda de território em 67 % da orla costeira sendo as taxas de recuo, em situações extremas, de 20m/ano (CE, citado em Moreira, 2005, p. vi; ENGIZC, 2009; Ministério do Ambiente, Ordenamento de Território e Energia [MAOTE], 2014). É de salientar que cerca de 30% da zona costeira está completamente ocupada com “construções, repartidas entre habitação, estabelecimentos de atividades económicas e áreas portuárias” (ENGIZC, 2009, p. 6065). Sobressai ainda que as principais unidades industriais encontram-se localizadas nestas regiões, como referido anteriormente e tais indústrias exercem impactes significativos sobre o ambiente costeiro, como por exemplo, produção de resíduos sólidos e líquidos, poluição e sobre a sociedade uma vez que criam conflitos de interesses entre zonas industriais e habitacionais costeiras (ENGIZC, 2009). Em associação a estas contingentes, o país é um dos mais sensíveis e será substancialmente mais afetado do que os da média europeia pelas consequências das alterações climáticas (MAOTE, 2014). Contudo, pode-se extrair dos documentos analisados que apesar das alterações climáticas serem uma realidade, as causas principais para os problemas do litoral são de ordem antrópica (Carmo & Marques, 2003; CNADS, 2001;

² Capacidade de carga: noção de que um sistema ecológico (ecossistema) só pode sustentar uma certa densidade (a capacidade de carga) de indivíduos, porque cada indivíduo utiliza recursos nesse sistema. Demasiados indivíduos (sobrelotação) num determinado local resulta numa sobre-utilização de recursos e eventual colapso (Bell & Morse, 2008, p. 6).

ENGIZC, 2009, Pinho et al., 2008). Esta opinião é partilhada por Dias (2014) e Schmidt et al. (2012), que defendem que, de todos os problemas do litoral português, aquele que requer indubitavelmente uma maior preocupação é a erosão costeira e esta é induzida maioritariamente pelas atividades humanas e apenas uma pequena parte se deve indiretamente às alterações climáticas. Esta constatação da situação do litoral português tem, desde os finais do século passado, causado o aumento da preocupação a nível político, académico e nas comunidades locais (Dias, 2014).

Apesar desta consciencialização e destes esforços, a situação global tem vindo a agravar-se de modo consistente (Dias, 2014; Pedrosa, 2013; Schmidt et al., 2012), uma vez que, com a passagem dos anos, houve a intensificação e densificação da ocupação de zonas de risco, e a diminuição das quantidades de sedimentos provenientes das bacias hidrográficas o que provocou o aumento da debilidade e vulnerabilidade dessas zonas (Dias, 2014; ENGIZC, 2009).

Esta sobrecarga dos sistemas da zona costeira, leva à perda da biodiversidade com consequências nefastas para os ecossistemas costeiros (ENGIZC, 2009; Freitas, 2010; Moreira., 2005; Pinho et al., 2008) e consequente decadência urbana (Pinho et al., 2008). A agravar a situação, a poluição da água do mar e das praias (Albuquerque, 2004; ENGIZC, 2009; Pinho et al., 2008), devido quer à “circulação ao largo de elevado tráfego marítimo, quer de descargas de efluentes industriais ou domésticos em áreas costeiras” (ENGIZC, 2009, p. 6064) quer à existência de “refinarias, fábricas de celulose e estaleiros de reparação e construção naval, bem como outras indústrias pesadas e centrais térmicas, que exercem sobre o ambiente costeiro impactes diretos, através, nomeadamente, da produção de resíduos sólidos e líquidos” (ENGIZC, 2009, p. 6064). De igual forma, os fluxos populacionais sazonais, originados principalmente pelo turismo, causa uma sobre-exploração dos recursos e o congestionamento do tráfego criando uma cada vez maior pressão numa zona já fragilizada (ENGIZC, 2009; Pinho et al., 2008).

O facto de nestas zonas existir uma panóplia de atividades económicas origina também uma elevada conflitualidade pela utilização dos mesmos recursos (CE,1999b; Dias, 2014; ENGIZC, 2009; Pedrosa, 2013) (Quadro 2.2). Esta situação de múltiplas utilizações deste

espaço está a aumentar, tanto em terra como no mar, sendo que as utilizações de impacto reduzido estão a ser frequentemente supridas por outras mais intensivas e lucrativas a curto prazo, deteriorando, a longo prazo, todas as potencialidades do litoral, aumentando assim a utilização não sustentável destes locais (CE, 1999b). Como explana Pedrosa (2013, p. 143), “enquanto espaço gerador de riqueza, move muitos interesses e procuras, que nas últimas décadas o transformaram num espaço frágil, cada vez mais degradado e em condições de difícil recuperação”.

Quadro 2.2: Conflito de interesses nas zonas costeiras

Interesse	vs.	Interesse
Interesses portuários	vs.	Atividades tradicionais (pesca artesanal, agricultura, etc.)
Interesses económicos associados ao imobiliário	vs.	Conservação ambiental
Turismo de massas	vs.	Manutenção dos valores culturais das populações Indígenas
Obras fixas de proteção costeira	vs.	Valores paisagísticos naturais
Desportos radicais	vs.	Práticas balneares
Atividades industriais	vs.	Turismo de Natureza

Fonte: Elaboração própria com base em Dias (2014)

O agravamento destes conflitos é ainda consequência da proliferação de instituições com funções de gestão no litoral mas descoordenadas entre si (Carmo & Marques, 2003; CNADS, 2001; Dias, 2014; Pedrosa, 2013; Schmidt et al., 2012). Como sumariza Pedrosa (2013, p. 140) em relação a este assunto, “a gestão destes espaços litorais permanece, ainda, complexa e disseminada por vários agentes de atuação, que culmina numa dispersão e enfraquecimento de responsabilidades quando se trata de tomadas de decisão referentes ao ordenamento do território”. Para além de este diluir de responsabilidades existe ainda uma ausência de sistematização de dados e insuficiente monitorização, o que condiciona o conhecimento das dinâmicas essenciais e dos seus efeitos nestas regiões, tendo consequências sobre o modelo de gestão e podendo afetar as tomadas de decisão (ENGIZC, 2009). Esta conjuntura aliada ao eclodir das dinâmicas sociais de ocupação e de uso do solo e à descoordenação e insuficiência de sistematização de dados e monitorização resultou que, durante décadas, se verificasse uma ocupação desordenada do território, invadindo áreas de forte sensibilidade (Pedrosa, 2013; Schmidt et al., 2012), com uma construção anárquica que vai desde “pequenas habitações precárias e clandestinas, a residências secundárias e a autênticos agregados suburbanos” (Schmidt et al., 2012, p. 25). Sucintamente, a Figura 2.2 identifica os problemas ocorridos na zona costeira portuguesa (ZCP).

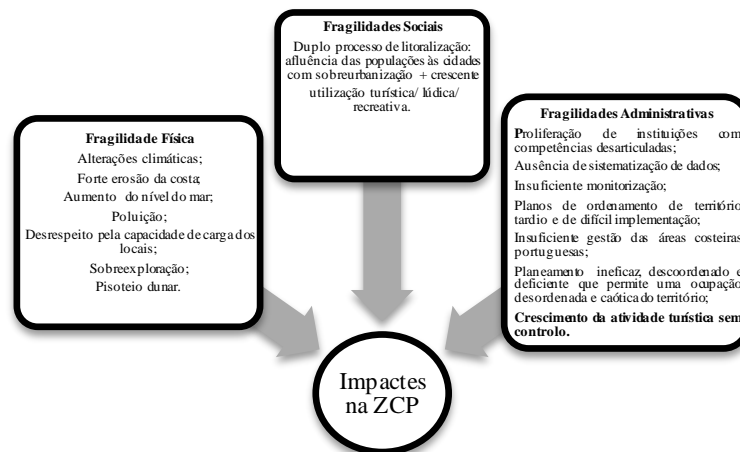


Figura 2.2: Principais fragilidades da costa portuguesa

Fonte: Elaboração própria com base em Dias (2014), ENGIZC (2009), Pedrosa (2013), Pinho et al. (2008) e Schmidt et al. (2012)

No que diz respeito à região litoral norte de Portugal, essas problemáticas também se fazem sentir, pois o “modelo de ocupação do litoral no Norte de Portugal processou-se de uma forma caótica” (Pedrosa, 2013, p. 139). Assim, as zonas costeiras do Norte são caracterizadas “por uma ocupação urbana intensa e, em certos casos, desregrada, incompatível com a capacidade de suporte dos sistemas naturais e com a valorização da qualidade de vida das populações” (Comissão de Coordenação da Região Norte [CCDR-N, 2009], p. 76). Apresenta assim nestas regiões uma linha de costa degradada (Instituto de Ciências e Tecnologias Agrárias e Agroalimentares [ICETA], 2004), com processos erosivos considerados graves (Mendes, 2007; Pedrosa, 2013; Schmidt et al., 2012), apresentando uma grave “impermeabilização e deterioração dos sistemas dunares devido à construção urbana e ao pisoteio registado na época estival” (Mendes, 2007, p 8).

Como consequência, esta região, tem como um dos principais problemas o recuo da linha de costa associada à erosão, destruição dunar (Mendes, 2007) bem como devido “à elevação do nível do mar, diminuição da quantidade de sedimentos fornecidos ao litoral, degradação antropogénica das estruturas naturais, obras de engenharia costeira, quer para defesa do litoral (espórões e defesas frontais) quer para o bom funcionamento dos portos (molhes de abrigo) ” (Mendes, 2007, p. 10). Este recuo tem, contudo, nas construções humanas o seu maior causador, como refere Pedrosa (2013, p. 134), “as intervenções antrópicas recentes, diretas ou indiretas, estejam a contribuir para que o atual recuo se faça de uma forma mais

acelerada”. Esta situação é agravada devido ao paradigma de desenvolvimento socioeconómico da sociedade contemporânea que premeia uma estratégia de subsistência e densificação do edificado nas frentes marítimas e pelo facto do ordenamento do território não ser desenvolvido segundo os pilares da sustentabilidade (Pedrosa, 2013). A este respeito Pedrosa (2013, p. 137) refere que a “crescente ocupação e exploração das zonas costeiras, nas últimas décadas, têm-se desenvolvido numa base de nem sempre obedecer a princípios de sustentabilidade ambiental e económica”.

Apesar de Matosinhos não padecer de situações tão extremas de erosão costeira como em localidades costeiras do norte litoral (Ribeiro, 2011), não é exceção à problemática que ocorre no litoral norte de Portugal, apresentando uma costa excessivamente urbanizada (CM-Matosinhos, 2015i; Mendes, 2007; Reis, 2010; Ribeiro, 2011), e extensas áreas industriais e de agricultura intensiva (CM-Matosinhos, 2015i) que exercem impactes diretos sobre o ambiente, com consequências nefastas (ENGZIG, 2009).

Vários fatores contribuíram para isso nomeadamente o crescente desenvolvimento de novas acessibilidades nos finais do século XIX, a grande disponibilidade de terrenos vagos, que criaram condições para o surgimento, de novas indústrias (conserveiras, refinaria do açúcar, armazém da Real Vinícola, etc.) no início do século XX, as características da região que propiciam a navegação/comércio e a construção do Porto de Leixões (CM-Matosinhos, 2015i). Como consequência desta expansão cresceram infraestruturas, algumas delas de construções de génese ilegal para dar resposta a esta necessidade de alojar a população migrante (CM-Matosinhos, 2015i). A agravar a situação de uma zona costeira fortemente urbanizada existem ainda construções habitacionais de génese ilegal (ilhas) que, associadas à carência ou inadequação de programas de reabilitação e regeneração urbana há especulação imobiliária e há existência de diversos conflitos de interesses criam pressão no ecossistema destes locais e contribuem para a erosão costeira do território (CM-Matosinhos, 2015i; Reis, 2010; Ribeiro, 2011). Para além disso, as zonas costeiras de Matosinhos encontram-se atualmente com uma crescente procura turística na época estival (sazonalidade) com difícil compatibilização de certos tipos de turismo com a conservação da natureza e com muitos produtos associados ao turismo, recreio e lazer com possíveis impactes negativos sobre os valores naturais, paisagísticos, culturais e patrimoniais locais da zona costeira (Ribeiro,

2011). Esta situação é ainda agravada por ter uma insuficiente fiscalização, por ter uma falta de sistemas de monitorização eficazes e por existir um potencial pisoteio de zonas sensíveis (dunas) (Ribeiro, 2011).

Assim, o futuro da zona costeira portuguesa em geral tem nas alterações climáticas, mas sobretudo no paradigma de desenvolvimento socioeconómico atual, no completo desrespeito pela capacidade de cargas dos locais, na sobreexploração dos seus recursos, na construção de áreas industriais, na crescente pressão antrópica e na ocupação desordenada e caótica do território, a sua maior fragilidade (ENGIZC, 2009). É assim essencial promover um desenvolvimento sustentável de atividades económicas capazes de gerar riqueza e ao mesmo tempo contribuir para a valorização de recursos específicos das zonas costeiras respeitando e adaptando-se à dinâmica costeira atual e futura (Santos et al., 2009; UNEP, 2009). Esta necessidade é perentória visto que se não houver uma adaptação à dinâmica da zona costeira surgirão situações cada vez mais insustentáveis e custos cada vez mais difíceis de suportar pela economia nacional (Santos et al., 2014). O turismo, sendo uma das atividades económicas mais relevantes nestas regiões e um dos principais fatores de utilização do litoral e estando associado a ele alguns dos graves problemas das zonas costeiras (Albuquerque & Martins, 2007; Albuquerque et al., 2009; CNADS, 2001; Malta et al., 2009; Pedrosa, 2013; Pires et al., 2012; Schmidt et al., 2012) será explanado em seguida mais aprofundadamente.

2.5 O turismo e a sua influência nas zonas costeiras

Atualmente o turismo é reconhecido como uma das indústrias de mais rápido crescimento no mundo e as zonas costeiras, sendo territórios de colossal atratividade turística, são grandes fontes de fluxos de turistas que encantados com estas zonas procuram nelas horas de prazer/lazer e vivenciar experiências em primeira mão (Albuquerque et al., 2009; Edgell et al., 2008; Malta et al., 2009). De facto, um dos setores mais rentáveis e em franco crescimento nas áreas costeiras é o turismo (Albuquerque, 2004; Albuquerque & Martins, 2007; CE, 1999b; CNADS, 2001; Hall, 2001; Pinho et al., 2008; Schmidt et al., 2012; UNEP, 2009), sendo atualmente uma das atividades económicas de maior importância nestas zonas (CE, 1999; Lopes, 2009; Pinho et al., 2008; UNEP, 2009). A atração tradicional ainda é o produto de “sol e mar”, mas outros estão a crescer como é o caso dos desportos marinhos como – mergulho, esqui aquático e de navegação (CE, 1999b; Hall, 2001). Assim, e segundo CE (1999b), o turismo estimula o desenvolvimento económico, uma vez que promove emprego

e receita não somente nos hotéis, restaurantes e operadores turísticos, mas também noutras indústrias de suporte. Por outro lado, disponibiliza oportunidades de tempos de lazer, que origina elevada qualidade de vida e de bem-estar.

Portugal é reconhecido como um país de sol e de mar (Malta et al. 2009; Pinho et al., 2008). O grande crescimento do setor do turismo no país foi registado nos finais da década de 1950 com turistas provenientes dos países europeus mais prósperos e carentes do sol. Este turismo de massa em expansão encontrou em Portugal um lugar ideal fruto das características geográficas singulares que o país apresenta e com uma linha de costa diversificada (Albuquerque & Martins, 2007).

O turismo é, desde 1960, considerado um dos setores estratégicos nacionais e a sua supremacia como atividade económica nestas regiões é inquestionável, sendo o turismo costeiro considerado a atividade turística mais importante para o país e o produto sol e mar o mais procurado (Albuquerque & Martins, 2007). Pensa-se que, no futuro (2010-2020), esta relevância se mantenha mas agora mais estabilizada dando lugar à ascensão de outros tipos de turismo, como o náutico, que até 2010 era negligenciável e cuja tendência futura será de crescimento (Lobo, Santos, Machado & Fonseca, 2014). Outro turismo em rápida expansão é o turismo de cruzeiros que é considerado uma das atividades económicas marítimas que mais tem crescido nos últimos anos, com cerca de 24% de crescimento no período de 2010-2012 (Lobo et al., 2014). Estes dois tipos de turismo são considerados das atividades económicas marítimas com mais elevado potencial nas zonas costeiras (Lobo et al., 2014).

O turismo em Portugal tem contribuído para que, desde os primórdios do turismo balnear no país (século XIX), este proporcione um impacto positivo, nomeadamente em relação aos dividendos obtidos com a cobrança de taxas turísticas (Freitas, 2010). Estas receitas provenientes do turismo permitiram melhorar a acessibilidades das regiões turísticas e estimular o crescimento e a atratividade dessas regiões, tendo como última consequência o melhoramento da qualidade de vida dos seus residentes (Freitas, 2010).

Todavia, a desmesurada utilização destes locais pelo turismo cria impactes prejudiciais para as zonas costeiras quer a nível ecológico, a nível social e, em última análise, pela diminuição da sua atratividade e competitividade, também a nível económico.

Portugal, com uma extensa zona costeira, onde terra e mar se encontram, é um território de grande sensibilidade ambiental e que apresentava com características singulares os seus espaços litorais. Das atividades presentes no litoral, aquela que proporcionou um dos maiores impactos nas zonas costeiras, fruto das alterações de comportamentos socioculturais que decorreram desde o século XVIII, foi sem dúvida o surgimento do turismo balnear (CNADS, 2001; Pinho et al., 2008), que é considerado um turismo sazonal e de massas (Pinho et al., 2008). Como referido anteriormente, foi com a cultura recreativa balnear que a urbanização da faixa costeira deixou de estar diretamente relacionada apenas com o êxodo rural e com a procura de melhor qualidade de vida, tendo como foco somente das áreas metropolitanas-Porto/Lisboa para generalizar-se a todo o litoral (Schmidt et al., 2012).

O impacto deste fenómeno, caracterizado pela rápida expansão do setor do turismo, criou uma forte pressão construtiva e anárquica de empreendimentos e infraestruturas nos litorais oceânicos (Dias, 2014; Malta et al., 2009; Pinho et al., 2008; Pires et al., 2012; Schmidt et al., 2012), que aliado à falta de planeamento e gestão da administração pública (Dias, 2014; Pires et al., 2012; Schmidt et al., 2012) criou um desequilíbrio profundo nas zonas costeiras. A pressão acentuou-se ainda mais “quando os rendimentos das famílias portuguesas cresceram e o turismo doméstico passou a representar uma fatia importante da procura” (Pires et al., 2012, p. 279). O turismo, apesar de ter necessidade em assegurar a riqueza natural das zonas costeiras, apropriou-se “de áreas restritas do litoral, justamente aquelas que, pelas suas qualidades e valores excepcionais, são as mais sensíveis” (Malta et al., 2009, p. 94) provocando impactos ambientais significativos nessas zonas (CE, 2001; ENGIZC, 2009; Malta et al., 2009; UNEP, 2009). Esta atividade económica gera assim impactos contraproducentes e de natureza cumulativa nas zonas costeiras, sobretudo devido às construções e a pressões originadas pelo usufruto da zona costeira (CE, 2014a; Pinho et al., 2008; ENGIZC, 2009) e pela ocupação de áreas sensíveis do ponto de vista do risco que pode contribuir para a perda de biodiversidade, destruição dunar, erosão costeira e urbanização anárquica com consequente descaracterização territorial (Pinho et al., 2008; ENGIZC, 2009). Esta fileira tem provocado assim impactos nos seus ecossistemas onde se insere (Quadro 2.3), podendo-se afirmar que estamos perante uma das principais atividades impulsionadoras de desequilíbrios, devido à necessidade permanente de satisfazer e dar

resposta ao seu crescimento. Como reforça UNEP (2009, p. 13), “o turismo tem um grande impacte ambiental em muitas zonas costeiras, que são particularmente vulneráveis às pressões associadas ao seu crescimento”.

Quadro 2.3: Principais problemas do turismo nas zonas costeiras e seus efeitos

Problema	Consequência
Fenómeno de litoralização, com construção desregrada de infraestruturas turísticas	Urbanização anárquica e descontrolada das zonas costeiras que leva a uma alteração dramática do aspeto visual (artificialização progressiva do solo)
	Ocupação de áreas sensíveis do ponto de vista do risco
	Perda de biodiversidade e perda da dinâmica natural dos ecossistemas costeiros
	Conflitualidade de usos e interesses
	Erosão costeira, por exemplo, erosão das dunas e outros ecossistemas costeiros;
	Diminuição de ambientes naturais devido à sua utilização para urbanização com perda de atratividade territorial
	Desvalorização dos valores de propriedade devido ao excesso de construção
Utilização excessiva de recursos como a água potável, utilizada para atividades turísticas, (golfe, jardins, etc.); energia e alimentação	Água: défices hídricos decorrentes da exploração excessiva de aquíferos com carências de água potável
	Alimentação: pressão sobre a produção local, especialmente de frutos do mar originando uma sobrepesca
	Energia: o turismo é um consumidor massivo de energia (e.g. aquecimento)
Economia costeira baseada somente no setor do turismo	Declínio ou desaparecimento de atividades tradicionais;
	Ameaça ao desenvolvimento económico de outras atividades económicas
Forte sazonalidade do setor	Utilização desequilibrada das infraestruturas de apoio
	Desequilíbrio da economia local na época baixa
	Congestionamento do tráfego automóvel nas épocas altas
Poluição marinha por descarga de esgoto nas águas do mar (e.g. barcos recreativos) e das praias (e.g. pouca sensibilidade ecológica dos turistas que poluem as praias)	Diminuição da fauna e flora marítima e terrestre
	Degradação do ambiente e paisagem
Pressão provocada pela presença dos turistas	Fragmentação de habitats/perda de biodiversidade
	Pressão sobre as espécies nas suas épocas de reprodução
	Destruição dos ecossistemas subaquáticos por exemplo, nas atividades de mergulho, sobretudo se não forem acompanhadas pela sensibilização ambiental (e.g. recolha ilegal de corais, conchas, etc)
	Congestionamento do tráfego
Conflitos socioculturais	Impacte do turismo no estilo de vida e costumes locais tradicionais
	Desvirtualização ou perda de valores culturais e da identidade da população local

Fonte: Elaboração própria com base em Almeida & Abranja (2009), CNADS (2001), ENGIZC (2009), Ecorys (2012), Malta et al. (2009), Pinho et al. (2008) e UNEP (2009)

Porém, estes impactes, para além das consequências nefastas para o ambiente, não são somente unidirecionais, ou seja, a pressão causada pelo turismo nas zonas costeiras não provoca danos unicamente a nível ambiental e social havendo um efeito ricochete para o próprio setor, originando implicações negativas e ameaçando o seu próprio futuro (ENGIZC, 2009; Manning, 1999). De facto, existe uma relação de mútua dependência, se por um lado a fileira do turismo pode provocar impactes negativos nas comunidades locais e nos destinos

(Manning, 1999; UNEP; 2009), por outro, esses mesmos impactos fomentam também desequilíbrios no próprio setor, uma vez que provoca a decadência urbana das zonas com grande afluência turística e a sua artificialização, diminuindo a atratividade do local (CNADS, 2001; ENGIZC, 2009; Pinho et al., 2008) e sendo um fator limitador ou dificultador de um turismo que se pretende de qualidade (ENGIZC, 2009). É fundamental, portanto, que haja uma adequada gestão costeira, a fim de evitar ou reduzir os impactos provocados pelo turismo, contrariando a crescente insustentabilidade ambiental e a consequente diminuição da sua atratividade e qualidade (Pinho et al., 2008).

Mas, se por um lado, este setor pode ser apresentado como um originador dos distúrbios sentidos nas zonas costeiras, por outro lado, pode ser considerado como um potencial criador de benefícios para estes territórios litorais uma vez que, para além de estimular o investimento e o desenvolvimento da região (Quadro 2.4), pode assumir um papel de proteção e conservação do ambiente, pois é uma fileira que precisa deste bem para ser atrativo (CE, 1999b; CE, 2014a; Edgel et al., 2008; Pinho et al., 2008; Tourism Sustainable Group [TSG], 2007). Como referem Edgell et al. (2008, pp.188-189), “o ambiente é o recurso mais importante para a indústria do turismo. O ambiente é a essência da maioria dos produtos turísticos. [...] Quase nenhuma outra indústria é tão dependente da qualidade do ambiente como o turismo”, ou Pinho et al. (2008, p. 80), “cada vez mais os níveis de qualidade ambiental determinam os níveis de atração e interesse turístico”. Assim, o turismo pode ser utilizado para estimular a consciência ambiental por parte dos turistas, residentes locais, empresários e políticos que veem nos recursos naturais, uma forma de subsistência, de benefícios económicos ou de bem-estar e saúde (Almeida & Abranja, 2009).

Quadro 2.4: Impactes positivos do turismo nas zonas costeiras

Efeitos positivos do turismo	Consequência
Diretos	Criação de emprego direto nos hotéis, restaurantes lojas e transportes; produção de receitas; criação de novos negócios e promoção da diversificação económica; desenvolvimento de novos produtos. Aumenta a exportação de produtos locais (Compra de presentes, vestuários e souvenirs)
Multiplicador	Proveniente das despesas dos turistas na economia local
Indiretos	Impostos sobre as atividades turísticas (permite aliviar, se bem gerido, a carga fiscal dos contribuintes; desenvolvimento de infraestruturas; melhoria das condições de saúde e segurança, melhorias de padrões estéticos). Adoção de políticas para a proteção e conservação ambiental e o aumento da consciência ambiental por todos os <i>stakeholders</i> (preservação, proteção e melhoria da qualidade ambiental dos locais; sensibilização por parte das comunidades locais do valor das suas costas)

Fonte: Comissão Europeia (1999b), Ecorys (2012) e UNEP (2009)

Assim, é fundamental encarar o turismo com seriedade, uma vez que ele é considerado como um dos setores mais vitais para a economia destas zonas, e perceber que apresenta uma dualidade no que diz respeito aos seus impactes nestes territórios, que deve ser estudado com a finalidade de equilibrar os seus impactes, quer positivos quer negativos, ou seja, reduzir os impactes mais nefastos e aumentar os seus impactes mais benéficos. Como referem Edgell et al. (2008, p. 98), “a busca dos potenciais benefícios económicos do turismo precisa de ser equilibrado com os potenciais conflitos ou externalidades negativas que o turista pode também trazer”. No documento da UNEP (2009, p. 3), esta opinião é partilhada visto que nesse documento é referenciado que a “principal questão conceitual de turismo costeiro, que precisa ser resolvido é o conflito entre o benefício que o turismo fornece para a economia como um todo [...], e seu forte impacto sobre o ambiente físico costeira [...] e o ambiente social”.

No futuro, a evolução dos impactes nas zonas costeiras continuará a fazer-se sentir se a interligação entre os fatores atrás citados, associados aos padrões insustentáveis de consumo se mantiverem. É necessário então reconsiderar de que maneira o turismo pode ser utilizado para diminuir a sua pressão nestas zonas, através de um olhar mais holístico para o setor, que abarque as novas exigências da era contemporânea, ávida de um crescimento económico mais regrado, procurando, através de novos produtos turísticos a utilização mais harmoniosa do território, sem a necessidade de criar mais infraestruturas, ou expandir as frentes edificadas ao longo da costa. Desta necessidade, de reduzir os seus impactes, originou o refletir sobre uma nova forma de encarar o turismo como referem Pinho et al. (2008, p. 79), “esta atividade tem sido associada à emergência de fortes impactes negativos [...] um dos motivos que tem levado ao crescente interesse pelo turismo sustentável, já que o excesso de atividade turística, em particular o turismo balnear, revela a existência de várias pressões ambientais sobre estas áreas”.

A agravar esta situação, Portugal apresenta longos trechos de destinos turísticos maduros, ocupados por um turismo de massa frequentemente com baixo poder económico (Cunha, 2011; Malta et al, 2009). Consequentemente, apresenta uma diminuição da sua capacidade para garantir satisfação aos turistas com conseqüente declínio das taxas de crescimento dos fluxos turísticos, bem como deterioração da imagem e perda de competitividade, tendo

dificuldade em competir atualmente com a forte concorrência de outros destinos de sol emergentes (Cunha, 2011; Malta et al., 2009). Acresce ainda a tendência de procura turística atual, normalmente com maior poder económico e com uma forte consciência ambiental, que procura no seu tempo de lazer uma envolvência mais profunda com a natureza e vivenciar experiências memoráveis e personalizadas (CE,2014a; Cravidão, 2013; Cunha, 2011; Cunha & Abrantes, 2013; Ecological Tourism in Europe [ETE], s.d.; Diniz, 2013; Fayos-Solá, 1994; Malta, et. al, 2009).

De facto, a transformação profunda do mundo atual, fruto da globalização e das mudanças ocorridas nas áreas que regem a sociedade contemporânea, onde a oferta é global e o seu acesso facilitado, provocou impactes nos comportamentos e atitudes dos cidadãos alterando os seus costumes e os seus valores (Cunha, 2011). Esta influência modifica a forma como os turistas encaram o seu tempo de férias. Como refere o mesmo autor, estas novas “realidades sociais repercutem-se no turismo, [...] levando, por um lado, a mudanças na procura e, por outro, à alteração dos destinos e das atividades que neles se desenvolvem” (Cunha, 2011, p. 10). Este novo cidadão fruto desta ebulição social, cultural, económica, tecnológica e ambiental, prefere experiências mais autênticas e vivências únicas baseadas na qualidade, criatividade, autenticidade e na oportunidade de oferecer experiências únicas (Cunha, 2011; Cunha & Abrantes, 2013; Diniz, 2013).

É preciso então que o país esteja adaptado a estes novos padrões de consumo e comportamentos e crie mecanismos de renovação, capazes de estimular a atratividade das regiões costeiras. Torna-se assim crucial olhar para as zonas costeiras e para o conjunto de riquezas ímpares que o país oferece e redirecionar essas especificidades para novos tipos de turismo que atenuem a sazonalidade e que contribuam para o desenvolvimento económico e competitivo sem perder a linha de orientação da sustentabilidade dos locais (Albuquerque & Martins, 2007; Albuquerque et al., 2009; Malta et al., 2009). Como salientam Albuquerque e Martins (2007, p. 1), “é necessário inverter o modelo massificado que caracteriza o turismo costeiro e inovar nas formas e nos modelos propostos”. Tendo Portugal uma zona costeira com características idílicas atrás mencionadas, é um mar de oportunidades com inúmeros recursos apelativos aos olhos dos turistas e que lhe dão competitividade, no entanto, não estão devidamente aproveitadas, o que leva a que não lhes seja atribuída, por parte dos

turistas, a importância devida (Albuquerque & Martins, 2007). É necessário assim, para desenvolver um turismo sustentável nas zonas costeiras, identificar as características endógenas dos locais e utilizá-las em novos produtos turísticos apelativos para os turistas capazes de estimular a economia, reduzir a produção do emprego e a competitividade territorial (Albuquerque et al., 2009; Edgell et al., 2008; Malta et al., 2009). Desta forma, a diversificação dos produtos pode assegurar a redução dos impactos ambientais, sociais e económicos uma vez que permite reduzir a sua sazonalidade, apesar de esta ser um fator inerente ao sector (Malta et al., 2009), aumentar a competitividade dos destinos turísticos, estimular o uso eficiente das infraestruturas e dos recursos aí existentes controlando a capacidade de carga destes territórios (Albuquerque et al., 2009). Consequentemente, os novos produtos turísticos nas zonas costeiras podem fornecer vantagens incomensuráveis para o desenvolvimento de destinos sustentáveis e de qualidade (Albuquerque et al., 2009; Edgell et al., 2008; Malta et al., 2009). Esta necessidade tem vindo a encontrar eco nas estratégias nacionais do turismo onde a aposta em produtos turísticos alternativos ao turismo de sol e praia tem sido um dos domínios salientados (Malta et al., 2009). Existem vários produtos turísticos emergentes fundamentais para a diversificação da oferta turística existente nas zonas costeiras, para reduzir a sazonalidade e para confirmar Portugal como um destino turístico de qualidade designadamente os produtos de saúde e bem-estar, o turismo ligado à náutica de recreio, onde está incluído o *surf*, o turismo marítimo (cruzeiros), o turismo residencial e *resorts*, o turismo de negócios e o turismo associado à qualidade do território (ENGIZC, 2009; Malta et al., 2009; Turismo de Portugal [TP], 2013b, s.d.). Todavia, não se pretende defender a sucessão de novas tendências turísticas, mas sim criar mecanismos para que outros tipos de produtos turísticos integrem e se aliem ao turismo costeiro/balnear visto este continuar a ter o estatuto de principal motivação (Malta et al., 2009). Defende-se sim “a prevalência de fios de continuidade”, onde em vez de substituir os velhos produtos turísticos passem a coexistir antigas e novas formas de turismo” (Malta et al., 2009, p. 101).

Contudo, somente a diversificação não é sinónimo de sustentabilidade pois mesmo esses podem causar impactos significativos, sobretudo se não bem planeados e se não se observarem as regras adequadas à sensibilidade dos sistemas presentes (ENGIZC, 2009). É, pois, fundamental que esses novos produtos turísticos sejam desenvolvidos de acordo com

os princípios basilares que fundamentam o turismo sustentável para que os pilares da sustentabilidade estejam em harmonia e em equilíbrio (Edgell et al., 2008). Estes conceitos são detalhados no capítulo seguinte, onde é apresentada a relação entre desenvolvimento sustentável e o turismo.

2.6 Síntese e conclusões

O litoral sempre proporcionou sentimentos fortes de admiração, fascínio e mistério na alma sonhadora do ser humano, sobretudo naqueles que estavam em contacto direto com a imensidão azul do mar e que dele retiravam o seu sustento e os seus sonhos aventureiros. Como referido na revisão da literatura deste capítulo, a zona costeira é repleta de uma colossal diversidade e concentração de recursos naturais que servem de base a incalculáveis processos ecológicos mas também a uma diversidade de atividades humanas. Na realidade, a localização privilegiada das zonas costeiras e o facto de encerrarem em si múltiplos recursos naturais conduziu a uma elevada concentração de atividades económicas e de população.

Portugal, sendo um país virado diretamente para o mar e com uma zona costeira riquíssima a nível ambiental e cultural, cristalizando uma parte da sua história no ambiente costeiro, precisa de refletir sobre as pressões existentes nas suas costas. De facto, as características únicas e ricas das zonas costeiras portuguesas tornam estes territórios locais complexos e de múltiplas potencialidades que fomentam diversos interesses, mas também inúmeras pressões.

Assim, o facto destas zonas em Portugal estarem hoje em dia sobre uma pressão avassaladora e serem, em muitos casos, consideradas zonas de destino turístico maduro, requer um pensar ambicioso sobre os desafios para preservar estes locais como zonas economicamente viáveis, ecologicamente protegidas e culturalmente conservadas.

Os problemas associados com o uso inconsciente e desregrado das zonas costeiras aliadas aos problemas ambientais ligados às alterações climáticas e à erosão costeira colocam estas zonas em risco acrescido. Estes problemas condicionam as atuais atividades económicas presentes nestes locais e o turismo é um dos setores que mais pode vir a sofrer as

consequências da fragilização destas regiões. Tendo esta fileira um papel fundamental, quer pela sua importância económica quer pela sua relevância em termos de pressões que exerce, não se deve alienar do dever de contribuir para a proteção e uso sustentado dos ecossistemas costeiros. Por outro lado, o país sofre atualmente uma competição de outros destinos de sol emergentes que precisa de contornar para tornar os seus destinos costeiros mais competitivos. Observar as novas tendências do comportamento da procura, mais preocupadas com as questões ambientais e a necessidade de usufruir de tempo de lazer rico e diversificado é uma peça crucial neste puzzle entre a sustentabilidade e a competitividade.

Assim sendo, é fundamental questionar a forma como foram geridos estes locais e no que diz respeito ao setor de turismo, estimular novos tipos de turismo mais sustentáveis. Urge assim a necessidade de repensar este setor, de forma a criar espaço para que ao produto de massa sol-praia, sejam aliados outros produtos turísticos nas áreas costeiras que permitam um uso mais equilibrado destes locais contribuindo assim para a valorização e desenvolvimento mais sustentável dessas zonas. Para o emergir destes novos produtos é fundamental refletir no turismo que tem criado impactes negativos – o turismo balnear – uma vez que este é potencializador dessas pressões. Convém então integrar nas zonas costeiras, novos produtos turísticos mais empenhados em defender o conceito de desenvolvimento sustentável. Assim, o rejuvenescimento destes locais implica um repensar profundo da melhor forma de transmutar o turismo costeiro para um turismo de mais qualidade, diversificado e respeitador das fragilidades dos territórios litorais. Não se trata, porém, de eliminar o turismo balnear, uma vez que ele encontra seguidores fieis e permanece atraente ao olhar de muitos turistas. Pretende-se é que outros tipos de turismo mais sustentáveis encontrem o seu espaço nas zonas costeiras, a fim de contribuir de forma mais harmoniosa para o equilíbrio dos pilares da sustentabilidade que serão seguidamente detalhados.

3 Capítulo 3 – O desenvolvimento sustentável e o turismo

3.1 Introdução

A era atual, fruto de um contínuo crescimento exacerbado da população, consumo desregrado, agravamento dos problemas ambientais, tem provocado desequilíbrios em territórios como as zonas costeiras. A consciencialização da causa antrópica como fator de desequilíbrio, o surgimento da sensibilidade para com a natureza por parte dos cidadãos, bem como a interdependência entre as problemáticas do ambiente e o desenvolvimento económico, criou a necessidade de olhar para o Mundo de uma forma mais sustentável.

Neste capítulo serão abordados, em primeiro lugar, a origem e evolução do conceito de desenvolvimento sustentável (secção 3.2.1), os seus alicerces (secção 3.2.2) e a controvérsia que está agregada a este conceito (secção 3.2.3). Posteriormente são apresentados o conceito e evolução do turismo sustentável (secção 3.3.1), assim como os seus alicerces (secção 3.3.2). A seguir é realizada uma breve introdução às vozes críticas do turismo sustentável (secção 3.3.3), para em seguida pesquisar sobre as formas de tornar o turismo mais sustentável nas zonas costeiras, fazendo-se referência às ferramentas necessárias para operacionalizar estes dois conceitos (secção 3.4). No final são apresentadas sínteses e conclusões do capítulo (secção 3.5). Com esta revisão da literatura pretende-se alcançar os seguintes objetivos:

- (i) Apresentar os conceitos (desenvolvimento e turismo sustentável) que permitem contribuir para a diminuição dos impactes sentidos nas zonas costeiras identificados no capítulo anterior;
- (ii) Compreender a praticabilidade desses conceitos;
- (iii) Compreender de que forma o turismo pode ir ao encontro das prioridades e dos princípios que moldam o conceito de desenvolvimento sustentável;
- (iv) Encontrar formas de colocar em prática esse conceito no turismo
- (v) Identificar maneiras de operacionalizar os conceitos identificados neste capítulo.

3.2 Desenvolvimento sustentável

3.2.1 A origem e a evolução do conceito

O equilíbrio entre o ser humano e Natureza é desde há séculos motivo de estudo e a procura de explicações sobre a origem desta relação estão impregnadas nas múltiplas culturas desde

a grega, hindu até à cristã e islâmica (Vaz & Delfino, 2010). Contudo, a natureza da sua relação foi-se alterando ao longo da História da humanidade (Korossy, 2008), passando, de uma relação primitiva de não-separação ser humano-natureza para uma dissociação onde a primazia do ser humano em relação à natureza se tornou dominante e onde esta passou de sagrada para utilitária. Esta transformação de mentalidade onde o ser humano se comporta como proprietário da natureza, “característica marcante do pensamento ocidental, conduziu a Humanidade à exploração desenfreada dos recursos naturais” (Korossy, 2008, p. 60).

Esta conduta, que coloca em causa o equilíbrio desta relação, tem sido questionada sobretudo a partir da década sessenta/setenta do século passado, uma vez que os problemas ambientais provocados pelo ser humano e os seus impactes na natureza e na saúde humana tornaram-se mais preeminentes (Almeida & Abranja, 2009; Korossy, 2008; Vaz & Delfino, 2010). Assim, aliado à mentalidade antropocêntrica que utiliza abusivamente os recursos naturais, o grande aumento populacional, a pobreza e o desenvolvimento em grande escala das indústrias, tiveram como consequência a poluição, a destruição da camada de ozono, o aquecimento global, o desmatamento, um maior desequilíbrio da utilização dos recursos naturais e um desequilíbrio social (Korossy, 2008). Como epílogo, a Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento (CMMAD) refere que “o planeta está a passar por um período de crescimento dramático e de alterações fundamentais” (WCED, 1987, p. 13).

Este problema fez despertar a consciência ambiental (Korossy, 2008) gerando-se “uma nova sensibilidade e com ela a necessidade de repensar a relação entre o Homem e a Natureza” (Vaz & Delfino, 2010, p. 21). Esta nova visão onde se enquadra a noção da finitude da capacidade Terra, bem como os processos políticos, tecnológicos, económicos e sociais com ela relacionada (Korossy, 2008; Sharpley, 2000) obrigou a um novo posicionamento global no que diz respeito aos campos da ciência, filosofia e política (Vaz & Delfino, 2010). Criou-se, assim, a necessidade de questionar o paradigma vigente, causador desta situação, baseado numa economia de exploração cimentada na excessiva utilização dos recursos existentes, que alcança o seu auge nos anos 70/80 do século passado, na governação do eixo americano-inglesês personificado no presidente Reagan dos Estados Unidos da América (EUA) e na primeira-ministra inglesa Margaret Thatcher (Costa, 2013; Mach, 2014). Como referem

Azapagic e Perdan (2011, p. 5), “de facto, o desenvolvimento económico que não tem em conta os impactos ambientais e sociais pode trazer consequências não desejadas, evidenciadas pelas ameaças de alterações climáticas, uso excessivo do recurso água doce, perda de diversidade biológica e aumento de desigualdades entre as comunidades”.

Dessa necessidade surge o movimento ambientalista que procura desafiar esta abordagem dominante e encontrar uma nova, baseada na conservação/preservação da natureza e na simplicidade e riqueza espiritual que com o evoluir da degradação do meio, se tornou crucial aprofundar (Worster, 1993; Robinson, 2004).

À medida que os impactes foram crescendo, devido sobretudo ao excesso de população e ao paradigma do consumo desmedido pela sociedade contemporânea (Korossy, 2008; Vaz & Delfino, 2010), surge no movimento ambientalista, o emergir de filósofos com obras com uma crescente visão ecológica, como é o caso de J. Baird Callicot³, Rachael Carson⁴, Arne Naess⁵, que permitiram estimular a sensibilização de uma sociedade adormecida para os problemas ambientais e o brotar de várias organizações ambientalistas. Esse despertar criou a preocupação crescente para investigar e produzir mais documentos relevantes que incorporassem a sustentabilidade com o crescimento económico (Vaz & Delfino, 2010).

É desta envolvência, que emergiram no século passado os primeiros documentos que pretendiam a proteção do ambiente, a estabilidade social, sem, contudo, negligenciar a viabilidade económica. No fundo, surge a necessidade de justaposicionar a teoria de desenvolvimento (baseado não no desenvolvimento, mas somente no crescimento económico) com a teoria da sustentabilidade ambiental (Robinson, 2004; Sharpley, 2000; Worster, 1993). Já no documento realizado em 1972 pelo Clube de Roma, “Os Limites do Crescimento”, há um alerta à necessidade de olhar de forma estratégica para a problemática populacional e para o consumo insustentável dos recursos naturais. No mesmo ano, na 1ª Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente Humano, em Estocolmo (Suécia), foi

³ Filósofo americano (1941-) que desenvolveu a dimensão filosófica da ética da Terra (Vaz & Delfino, 2010).

⁴ Bióloga, ecologista e escritora (1907-1964) que contribuiu para o despertar da consciência ambiental sobretudo através do seu livro “*Silente Spring*” (Vaz & Delfino, 2010).

⁵ Filósofo e ecologista norueguês (1912-2009) que criou o conceito de ecosofia (filosofia de harmonia ecológica ou de equilíbrio) assente essencialmente no conceito de auto-realização (o eu como parte de um todo) (Vaz & Delfino, 2010).

referida a necessidade de uma abordagem fundamentada na conciliação de objetivos sociais, ambientais e económicos, para que todos os seres humanos tivessem o mesmo direito a um ambiente saudável e também o mesmo dever de o proteger e melhorar para salvaguardar as gerações vindouras (Albuquerque, 2004; Almeida & Abranja, 2009; Asia Development Bank [ADB], 2012; International Institute for Sustainable Development [IISD], 2012; Henrique, 2003). Em 1978, a OCDE, através da Direção do Ambiente, relança a pesquisa sobre o vínculo entre o meio ambiente e a economia começando o mundo a despertar para o conceito de desenvolvimento sustentável (ADB, 2012; IISD, 2012). Desse despertar, no final do século XX, em 1980, surge um dos primeiros relatórios que faz referência ao conceito de sustentabilidade – *World Conservation Strategy of International Union for the Conservation of Nature* (IUCN) (ADB, 2012; IISD, 2012; Worster, 1993). Nele, o fundador do Instituto Worldwatch⁶, Lester Brown (Almeida & Abranja, 2009; Worster, 1993), define uma sociedade sustentável como aquela que “seria capaz de satisfazer as suas necessidades sem comprometer as hipóteses de sobrevivência das gerações futuras” (Almeida & Abranja, 2009, p. 16). Posteriormente, em 1984, a Organização das Nações Unidas (ONU), ao reconhecer a finitude dos recursos naturais, funda a CMMAD (em inglês, *World Commission on Environment and Development* – WCED), que apresenta, em 1987, um dos relatórios mais influentes, segundo Worster (1993), sobre o desenvolvimento sustentável – “*Our Common Future*” (“O Nosso Futuro Comum”) – também reconhecido como Relatório de Brundtland, em homenagem à Primeira- Ministra Norueguesa Gro Harlem Brundtland que presidiu à Comissão. Nele surge a definição de desenvolvimento sustentável como “o desenvolvimento que satisfaz as necessidades presentes, sem comprometer a capacidade das gerações futuras de suprir as suas próprias necessidades” (WCED, 1987, p. 16). Como refere Sharachandra (1991), pode concluir-se que este conceito deve ser compreendido como a forma de mudança social que acrescenta aos tradicionais objetivos de desenvolvimento, o objetivo da obtenção da sustentabilidade ecológica. Sendo que a principal preocupação da sustentabilidade é que todos os impactes humanos agregados possam ameaçar a própria sobrevivência dos seres humanos e dos ecossistemas dos quais dependem (Pereira, Leadley, Proença, Alkemade, & Scharlemann, 2010; Persha, Agrawal, & Chhatre, 2011). Em 1990 é

⁶ Instituto Worldwatch: “organização de investigação independente conhecida em todo o mundo pela sua acessibilidade e pelas suas análises críticas sobre questões globais. A investigação produzida pela Worldwatch é, muitas vezes, a base científica dos governos, da sociedade civil, das empresas e da academia” (Almeida e Abranja, 2009, p. 16).

estabelecido no Canadá o Instituto Internacional para o Desenvolvimento Sustentável (ADB, 2012; IISD, 2012) e, no mesmo ano, a Cimeira da Criança reconhece o impacto do ambiente nas gerações futuras (ADB, 2012; IISD, 2012). Posteriormente, o relatório de Brundtland foi revisto dando origem a uma estratégia mais elaborada – “*Caring for the Earth: A Strategy for Sustainable Living*” (World Conservation Strategy, 1991), que pressupõe a complementaridade e interdependência dos pilares económicos, sociais, ambientais e políticos dos vários setores da economia, onde se inclui o turismo (Albuquerque, 2013; Moniz, 2006). Outros eventos mundiais se seguiram, com o intuito de responder face à evidente aceleração da degradação do ambiente bem como ao problema associado à distribuição desigual dos recursos na população mundial. Em 1992, na Conferência das Nações Unidas sobre o Ambiente e Desenvolvimento (CNUAD), mais vulgarmente denominada por Cimeira da Terra, no Rio de Janeiro (Rio 92), procura-se harmonizar o desenvolvimento socioeconómico com a conservação e proteção dos ecossistemas (Albuquerque, 2004; Almeida & Abranja, 2009). O conceito de desenvolvimento sustentável é assim consolidado na prática pelo programa de ação global – Agenda 21 Global (Albuquerque, 2013; ADB, 2012; Henrique, 2003; European Union [EU], 2015; IISD, 2012; Mota, Pinto, Sá, Marques, Ribeiro, 2004; TSG, 2007). Este documento é um dos principais legados desta conferência e serve de orientação para os governos, para as organizações internacionais e para a sociedade civil em geral, revelando estratégias a adotar no processo de desenvolvimento sustentável (Almeida & Abranja, 2009; Albuquerque, 2013; European Union [EU], 2015). Tem o intuito de promover um novo padrão de desenvolvimento com base na sustentabilidade, de forma a garantir a coesão social (o desenvolvimento social e maior equidade), o desenvolvimento económico (a ação económica) e a proteção ambiental (conservação dos recursos naturais e do ambiente), os três polos de intervenção que regem o conceito de desenvolvimento sustentável (Almeida & Abranja, 2009; Albuquerque, 2013; Henrique, 2003; Moniz, 2006). A Agenda 21 defende ainda a participação da comunidade local no alcance desse desenvolvimento (Albuquerque, 2004; Almeida & Abranja, 2009). A vertente social como terceiro pilar do conceito de desenvolvimento sustentável foi ainda mais reforçada na Cimeira Social de Copenhaga, realizada em 1995 (Mota, 2004). Cinco anos após a Cimeira da Terra foi realizada uma Sessão especial Rio+5, pela Assembleia Geral das Nações Unidas com o objetivo de rever os compromissos assumidos nessa Cimeira e retificar as estratégias para melhor aplicar a Agenda 21. Na viragem do século 21 na

Cimeira do Milénio (2000) em Nova Iorque foram traçados oito objetivos do desenvolvimento sustentável (21 metas e 43 indicadores) (EU, 2015; Moniz, 2006) onde os líderes mundiais comprometeram-se a "libertar os nossos homens, mulheres e crianças, das condições abjetas e desumanas da pobreza extrema" (EU, 2015, p.25). Foi, porém, na Cimeira Mundial sobre o Desenvolvimento Sustentável (*Report of the World Summit on Sustainable Development*, Joanesburgo, 2002) que se conseguiu configurar geopoliticamente a sustentabilidade (Almeida & Abranja, 2009; Moniz, 2006) e onde se identifica a necessidade de adotar o desenvolvimento sustentável à escala mundial a bem da sociedade e da Terra para evitar o colapso dos recursos naturais e a catástrofe humanitária que daí germinaria (Korossy, 2008). A Conferência Internacional sobre o Financiamento do Desenvolvimento (2002), em Monterrey, e o seu seguimento, realizada em Doha, em 2008, "constituiu um ponto de viragem para cooperação para o desenvolvimento global" (EU, 2015, p.23). Em 2005, foi lançado através da Organização das Nações Unidas (ONU) o documento "Avaliação Ecosistémica do Milénio" (*Millennium Ecosystem Assessment*), com a recolha de opinião de 1.300 especialistas de 95 países onde se fornece informações científicas sobre a dualidade que as alterações antrópicas podem ter nos ecossistemas (ADB, 2012; IISD, 2012; Korossy, 2008). Ou seja, se por um lado contribuem para a melhoria das condições de vida da Humanidade, por outro, comprometem a qualidade dos ecossistemas que as sustentam (Korossy, 2008). Em 2009 na Cimeira de Pittsburgh os países do G20 forneceram orientação para um século 21 global, sustentável e economicamente equilibrado (ADB, 2012; IISD, 2012). Em 2010 as discussões sobre uma "agenda de desenvolvimento pós-2015" da ONU foram iniciadas na Cimeira de Desenvolvimento do Milénio (EU, 2015). Em 2012, 20 anos após a Cimeira da Terra, na Cimeira Rio+20, a comunidade global reuniu-se num esforço único para encontrar um acordo sobre as economias do mundo, a melhoria dos empregos e a utilização de forma mais sustentável e justa os recursos (ADB, 2012; EU, 2015; IISD, 2012). O ano de 2015 é um marco fundamental no progresso rumo ao desenvolvimento sustentável, com a adoção dos novos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável e metas da Cimeira das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável, de 25-27 setembro de 2015 (EU, 2015). Nesta cimeira o plano de ação "Transformar o nosso Mundo: a agenda de desenvolvimento sustentável para 2030" é baseado em cinco P's: Pessoas, Planeta, Prosperidade, Paz e Parcerias e constitui uma visão extremamente ambiciosa e transformacional do conceito (Quercus, 2016a). Neste mesmo ano a terceira

Conferência sobre Financiamento para o Desenvolvimento em Adis Abeba, procura “garantir a mobilização de recursos para a realização dos objetivos de desenvolvimento sustentável depois de 2015” (EU, 2015,p.23).

Especificando este conceito no âmbito europeu, um dos primeiros exemplos da preocupação em interligar o ambiente com a qualidade de vida e o crescimento económico surgiu documentado em 1957 no Tratado de Roma que apesar de não fazer qualquer referência direta ao ambiente, “permitiu uma interpretação hábil das afirmações contidas no Preâmbulo ⁷ e no artigo 2^o”(Canotilho, 1998, p. 81). Segundo este autor, este artigo permite extrapolar que, para alcançar o objetivo fundamental da melhoria constante das condições de vida, será necessário englobar o ambiente como um dos principais fatores condicionantes. Porém, a Europa ciente da necessidade de uma maior adaptação para aliar o desenvolvimento económico com a melhoria da qualidade de vida e com o respeito pela natureza, fez a primeira revisão do Tratado de Roma em 1986, no Tratado da União Europeia. Neste tratado, o artigo 2^o, após algumas retificações, inclui expressamente “o ambiente como «missão» fundamental da Comunidade, condição para a melhoria da “qualidade de vida», apenas compatível com um «crescimento sustentável» da economia” (Canotilho, 1998, p. 87). Ciente da importância que tem este tema na Europa, consagra o ano de 1987 ao ambiente. Seguiram-se o Conselho Europeu de Cardiff (1988) e foram desenvolvidos outros importantes documentos e tratados como o 5º Programa de Ação em Matéria de Ambiente “Para um Desenvolvimento Sustentável” (1992) e o Tratado de Amsterdão (1997). Ainda na década de 90 a integração de indicadores da sustentabilidade como instrumento fundamental para a operacionalização deste conceito na Europa surge como uma parte integral e essencial

⁷ Preâmbulo 3º do Tratado de Roma: “Fixando como objetivo essencial dos seus esforços a melhoria constante das condições de vida e de trabalho dos povos” (Canotilho, 1998, p. 81).

⁸ Artigo 2º do Tratado de Roma: “A comunidade tem como missão promover, pelo estabelecimento de um mercado comum e pela aproximação progressiva das políticas económicas dos Estados-membros, um desenvolvimento harmonioso das atividades económicas no seio da Comunidade. Uma expansão económica contínua e equilibrada, um maior grau de estabilidade, um aumento acelerado do nível de vida e relações mais estreitas entre os Estados que a integram” (Canotilho, 1998, p. 81).

⁹ Artigo 2º do Tratado da União Europeia: “A Comunidade tem como missão, através da criação de um mercado comum e de uma União Económica e Monetária e da aplicação das políticas ou ações comuns [...], promover em toda a Comunidade, o desenvolvimento harmonioso e equilibrado das atividades económicas, um crescimento sustentável e não inflacionista que respeite o ambiente, um alto grau de convergência dos comportamentos das economias, um elevado nível de emprego e de proteção social, o aumento do nível da qualidade de vida, a coesão económica e social e a solidariedade entre os Estados -membros” (Canotilho,1998, p. 87).

da estratégia europeia para o desenvolvimento sustentável (EU, 2015). Em seguimento da importância dada ao conceito de desenvolvimento sustentável é delineado um plano de ação, iniciado pela Estratégia de Lisboa (2000) com o objetivo de alcançar a conciliação holística das três vertentes: social, ambiental e económica (EU, 2015). Após o seu balanço moderado face aos resultados, foram revistas as estratégias firmadas em Lisboa e foi adotada a Estratégia Comunitária para o Desenvolvimento Sustentável - Gotemburgo, 2001- que defende uma maior envolvimento da sociedade civil na aplicabilidade do conceito. A Europa procura assim desde há muito integrar na agenda política da União Europeia, o conceito de desenvolvimento sustentável e integrar as dimensões económicas, ambientais e sociais, nesta Estratégia de Desenvolvimento Sustentável (EDS) (EU, 2015). Esta estratégia tem como objetivo primordial “melhorar continuamente a qualidade de vida e bem-estar das gerações presentes e futuras” (EU, 2015, p.5) e “isso envolve a busca do progresso económico ao preservar o ambiente natural e promover a justiça social” (EU, 2015, p.8). Em 2002, esta estratégia foi complementada por uma dimensão externa, pelo Conselho Europeu de Barcelona com vista à Cimeira Mundial sobre o Desenvolvimento Sustentável em Joanesburgo (2002) (EU, 2015) e é renovada em 2006 onde se inclui também “uma dimensão institucional e global, que envolve a adoção de boas práticas de governança na UE e na promoção de uma parceria global para o desenvolvimento sustentável a nível mundial” (EU, 2015, p.8). Em 17 de junho de 2010 foi adotada a Estratégia Europa 2020, que é sucessora da Estratégia de Lisboa, onde se procura reforçar a Europa como “um lugar mais inteligente, mais sustentável e mais inclusivo para viver” (EU, 2015, p.33). Em 2013 a Comissão Europeia formula uma abordagem comum para o acompanhamento Rio + 20 e da agenda de desenvolvimento pós-2015 na sua comunicação “Uma vida digna para todos” (EU, 2015). Neste documento, estabelece-se “os princípios para uma estrutura abrangente para o desenvolvimento para além de 2015” (EU, 2015, p.32). Em junho de 2014, a Comissão Europeia publica uma nova comunicação sobre o pós-2015, intitulado “Uma vida digna para todos: Da visão à ação coletiva” (EU, 2015). A Europa procura assim com ao agregar o conceito de desenvolvimento sustentável à sua agenda política ser um espaço onde é conciliado o incentivo da competitividade à escala global pelos seus Estados-membros, com a sensibilidade social e defesa ambiental (TSG, 2007).

No caso concreto de Portugal as primeiras preocupações oficiais relativas a assuntos ligados ao ambiente datam de 1971 aquando da criação da Comissão Nacional do Ambiente que tinha como objetivo preparar a participação de Portugal para a Conferência das Nações Unidas sobre o Ambiente em Estocolmo (1972) (Ribeiro & Rodrigues, 1997). Antes da revolução de 1974, segundo estes autores, houve ainda a formação do Serviço Nacional de Parques cujo objetivo era a criação de infraestruturas para desenvolver um *network* das áreas naturais protegidas. Após a revolução foi criada a Secretaria de Estado do Ambiente mas somente em 1985, com a criação da Secretaria do Ambiente e Recursos Naturais, é que alterações relevantes foram realizadas em termos do ambiente (Ribeiro, et al., 1997). Com a entrada do país para a União Europeia, em 1986, Portugal teve que adaptar-se às políticas ambientais europeias introduzindo a Environmental Basic Act (EBA) na sua ordem jurídica marcando-a profundamente (Ribeiro, et al., 1997). Foi então, em 1990 criado o Ministério do Ambiente que substituiu a Secretaria do Estado do Ambiente com pouca intervenção na introdução de políticas ambientais (Ribeiro et al., 1997). Contudo, o conceito de desenvolvimento sustentável ainda não integrava as políticas nacionais. Só foi introduzido posteriormente por parte do Estado, após a Conferência da Terra, no Rio de Janeiro, com uma dupla vinculação, enquanto país e enquanto Estado-membro da Comunidade Europeia (Ribeiro, et al., 1997). Este foi o ponto de partida para uma visão mais estruturada e abrangente das políticas nacionais, onde o ambiente adquire um papel integrante com as preocupações de desenvolvimento económico e equidade social (Ribeiro, et al., 1997). Segundo os autores mencionados anteriormente foi criado um documento em 1993 e aprovada em 1994 – a Agenda 21 Local – que permitiu implementar os princípios, programas e as ações firmadas na dita Conferência, que é considerada um marco na evolução das políticas ambientais em direção ao desenvolvimento sustentável. Seguem-se anos criação de planos de ação para o cumprimento das várias diretrizes da União Europeia e a implementação das convenções sobre vários problemas ligados ao ambiente tal como as alterações climáticas, biodiversidade e desertificação. Em novembro de 1994, foi realizado um acordo global sobre o meio ambiente e o desenvolvimento sustentável entre o Governo, a Confederação da Indústria Portuguesa e a Confederação dos Agricultores de Portugal. Em 1995 é criado o Plano Nacional de Política Ambiental que apesar de não ter força jurídica não deixa de ser um documento estratégico importante preocupado com o desenvolvimento sustentável (Ribeiro et al., 2007). A Estratégia Nacional de Desenvolvimento Sustentável

(ENDS) (Mota, 2004) e o respetivo Plano de Implementação, surgiu no período temporal 2005-2015 com o objetivo geral de “assegurar um crescimento económico célere e vigoroso, uma maior coesão social e um elevado e crescente nível de proteção e valorização do ambiente” (Mota, et al., 2004, p.4). Para alcançar o desenvolvimento sustentável, foram definidos objetivos estratégicos (sociedade do conhecimento; crescimento, competitividade e eficácia energética; equidade social; proteção ambiental; conectividade internacional; administração pública eficiente) e delineados os seus instrumentos de monitorização – os Indicadores de Desenvolvimento Sustentável (IDS) com o objetivo de avaliar o progresso de Portugal em relação a este conceito (posteriormente serão detalhados estes indicadores. No entanto, a resposta a estas estratégias não tem obtido os resultados pretendidos tanto a nível nacional como a nível internacional dado que persistem tendências insustentáveis em matéria ambiental (exemplo alterações climáticas) e social (pressão demográfica/envelhecimento/pobreza) que se agravaram, como é o caso das alterações climáticas (EU, 2015).

No que diz respeito às zonas costeiras, o seu frágil equilíbrio entre as dimensões ecológica, económica e sociocultural fazem destas, por natureza, locais onde este conceito deverá imperar. A sobrevivência e a fruição destes importantes territórios pelas futuras gerações dependem em muito das estratégias de desenvolvimento norteadas pelos pilares e princípios que regem este conceito e que serão seguidamente detalhados.

3.2.2 Os alicerces

A noção que o desenvolvimento e ambiente não são desafios isolados, visto que “eles estão ligados por um sistema complexo de causa e efeito” (WCED, 1987, p. 36), cria a necessidade de abordá-los conjuntamente. Baseado nisso a CMMAD defende que em vez de uma era fundamentada somente no crescimento económico, exista a possibilidade de uma nova era baseada no desenvolvimento económico e em políticas que sustentam os recursos ambientais e a equidade social (WCED, 1987). Surge, assim, o nascimento do conceito que está na base do desenvolvimento sustentável.

A consolidação deste está baseada nos dois termos que o formam, ou seja:

- O desenvolvimento: conceito que evoluiu de um processo rígido meramente focado no critério de crescimento económico para um processo mais global e contínuo de desenvolvimento humano guiado pelo princípio de autossuficiência aliado a um crescimento económico que abarca também as componentes culturais, sociais e políticas (Sharpley, 2010.). Tem como objetivo principal a satisfação das necessidades humanas (comida, roupa, habitação e emprego) (WCED, 1987).
- A sustentabilidade: Apesar de ser um conceito ambíguo, em sua forma original, a sustentabilidade estava intimamente associada com a manutenção da qualidade do ambiente, e implica uma capacidade de subsistência (Bell & Morse, 2008; Sharpley,2010). Este conceito foi evoluindo sendo que as raízes da moderna visão da sustentabilidade têm por base a biosfera, o ambiente/recursos, a capacidade de carga/ecologia, a crítica à tecnologia, crescimento zero/ou crescimento lento e o ecodesenvolvimento (Bell & Morse, 2008).

O relatório da WCDE, 1987 ressalva ainda que o desenvolvimento sustentável não é um estado fixo e harmonioso mas um processo complexo e contínuo de mudança em que a exploração dos recursos, a direção de investimentos, a orientação do desenvolvimento tecnológico e as mudanças institucionais são feitas de acordo, não somente com as necessidades do presentes mas também com as do futuro, o que requer decisões muitas vezes difíceis e dependentes da vontade política.

O desenvolvimento sustentável foi cimentado primeiramente em três dimensões-chave (Almeida & Abranja, 2009; Mota et al., 2004; United Nations [UN], 2002) que são os pilares que fundamentam todo o desenvolvimento do conceito:

- Dimensão ambiental: A proteção ambiental e sua preservação devem ser equitativamente ponderados nas políticas de desenvolvimento. Os recursos naturais devem ser utilizados de modo equilibrado e protegidos para assegurar que as gerações atuais e futuras usufruam desses recursos (Almeida & Abranja, 2009);
- Dimensão económica: O desenvolvimento económico permite a satisfação das necessidades humanas mas é fundamental agregar os aspetos qualitativos do desenvolvimento aos aspetos económicos para um desenvolvimento mais sustentável.

- Dimensão sociocultural: O desenvolvimento sustentável deve permitir ao ser humano desenvolver as suas capacidades, sempre numa perspetiva de equidade e justiça social. Como refere Bell e Morse, 2008, p.17 “a sustentabilidade e o desenvolvimento tem tudo a ver com as pessoas, e de nada vale querer alcançar um sistema sustentável que reduza a qualidade de vida das pessoas nesse sistema”. Este pilar visa a melhoria da qualidade de vida, a distribuição mais justa dos rendimentos, a valorização da cultura da população, dos seus saberes, conhecimentos e práticas (Almeida & Abranja, 2009).

A estes pilares deve-se acrescentar ainda a dimensão institucional (Bell & Morse, 2008; Choi & Sirakaya, 2006; Mota et al., 2004; UN, 2002), uma vez que o desenvolvimento é frequentemente planeado, iniciado, implementado e avaliado por uma instituição (Bell & Morse, 2008). Esta dimensão “chama a atenção para as questões relativas às formas de governação, das instituições e dos sistemas legislativos (flexibilidade, transparência, democracia) - nos seus diversos níveis - e para o quadro da participação dos grupos de interesse” (Mota, et al., 2004, p.6) considerados como parceiros essenciais na promoção dos objetivos do desenvolvimento sustentável” (Bell & Morse, 2008; Mota, et al., 2004).

Desta forma, a integração da dimensão institucional tornou-se uma consideração importante no processo geral do desenvolvimento sustentável (Bell & Morse, 2008) defendido por instituições como a OCDE que menciona que o “desenvolvimento sustentado e autossuficiente depende da força e qualidade de instituições de um país” (OCDE, 1989 citado em Bell e Morse, 2008, p.85). Como tal, esta dimensão tem como objetivos reforçar a capacidade institucional de implementar o conceito de desenvolvimento sustentável; estabelecer novos mecanismos políticos; promover a participação, a transparência e combater a corrupção e reforçar a participação da sociedade nos processos de tomada de decisão UN (2002).

Outra dimensão que foi evoluindo ao longo do tempo foi a tecnológica (Choi & Sirakaya, 2006). A tecnologia precisa de ser contextualizada na sustentabilidade, uma vez que o seu uso indiscriminado pode colocar em perigo o ambiente (e.g. pesticidas) e a sociedade (e.g. perda de empregos) (Bell & Morse, 2008).

O conceito de desenvolvimento sustentável, segundo Saarinen (2006), Sharpley e Telfer (2008) e Sharpley (2010), é ainda orientado por princípios basilares que deve servir de base às estratégias de desenvolvimento, designadamente:

- Holismo: defende que o desenvolvimento só pode ser sustentável se for considerado num contexto global a nível político, socioeconómico e ecológico;
- Posterioridade/ Futuridade: a ênfase do desenvolvimento deve ser focada na capacidade a longo-prazo de subsistência do ecossistema global;
- Equidade intra e intergeracional: baseado na ideia que o desenvolvimento deve ser justo e equitativo e deve promover o bem-estar bem como providenciar igual acesso de oportunidades, a todos os membros da sociedade quer atuais quer futuros, no uso dos recursos existentes.

Em sùmula, pode-se referir que para existir desenvolvimento sustentável em qualquer região é necessário que esse desenvolvimento esteja cimentado no pilares e princípios essenciais que fundamentam este conceito, mas que estes não podem ser estanques. É essencial assim olhar para este conceito como uma abordagem holística em constante evolução como demonstrado na figura 3.1.

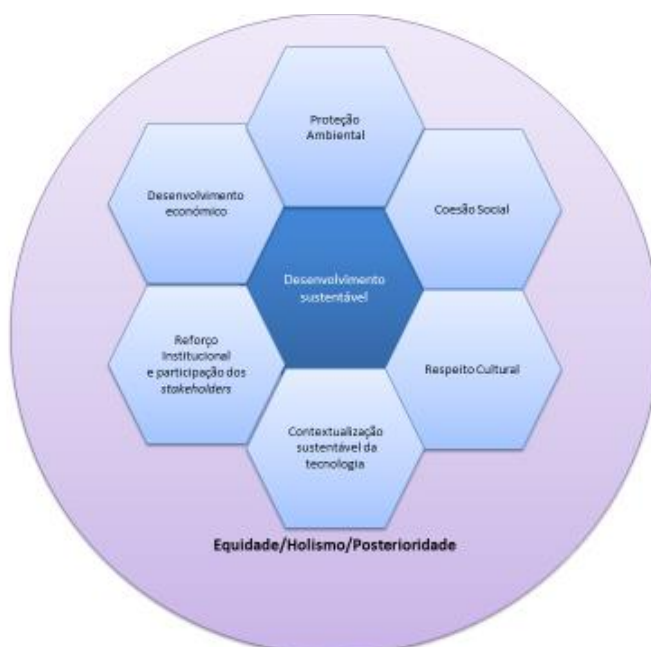


Figura 3.1: Abordagem holística do desenvolvimento sustentável
Elaboração própria com base em Bell & Morse (2008), Choi e Sirakaya (2006), Mota, et al., 2004; Saarinen (2006), Sharpley & Telfer (2008), Sharpley (2010); UN, 2002

Pode assim afirmar-se que é um conceito focado no critério de equidade intergeracional centrado na eficiência económica, na equidade social, na diversidade cultural e na proteção e conservação do ambiente (Almeida & Abranja, 2009; Bell & Morse, 2008; Korossy, 2008; WCDE, 1987). Subjacente a este conceito está ainda a noção de que os recursos naturais são escassos e esgotáveis e que, portanto, devem ser objeto de um uso regrado e consciente.

Pode ainda assinalar-se que este está em contraposição ao crescimento económico que contabiliza somente a riqueza nacional ignorando outros fatores relevantes como o bem-estar geral da população e a existência e estado de conservação dos recursos naturais. (Canotilho, 1998; Hanai, 2012). Assim, o “desenvolvimento sustentável não nega o crescimento, mas refere-se à necessidade de mudar a qualidade do crescimento” (Hanai, 2012, p. 204). Em suma, o conceito de desenvolvimento sustentável “exige a defesa da capacidade do planeta para conservar a vida em toda sua diversidade” (TSG, 2007, p. 2).

Porém, apesar da inigualável importância deste conceito encontra várias vozes dissonantes que o encaram como uma mera teoria ausente de praticabilidade como seguidamente demonstrado.

3.2.3 A controvérsia

O desenvolvimento sustentável é baseado em conceitos como equidade, justiça e verdade, mas esses conceitos são de difícil definição e a sua não universalidade gera desde logo conflitos, pois esses conceitos podem variar de pessoa para pessoa e de povo para povo, (Bell & Morse, 2008). Como questionam estes mesmos autores, como se deve avaliar a qualidade e o bem-estar? Agrava-se a este facto a constatação das “dificuldades para colocar em prática os conceitos associados ao desenvolvimento sustentável em face da grandiosidade dos seus objetivos gerando assim ceticismos dos mais diversos” (Barbieri, Vasconcelos, Andreassi & Vasconcelos, 2010, p. 148).

Em boa verdade, este conceito, desde o início, não tem tido uma aceitação universal (Barbieri et al., 2010; Bell & Morse, 2008), considerado por muitos autores, tais como Sharachchandra (1991) e Worster (1993), como um termo utópico e ambíguo desprovido de praticabilidade bem como “banalizado, principalmente pelas empresas e o setor empresarial, objetivando o

marketing sustentável do comprometimento com as questões ambientais e sociais” (Hanai, 2012, p. 203). Opinião semelhante é defendida por autores como Robinson (2004), bem como Candiotto e Corrêa (2004, citado por Hanai, 2012, p. 203), que defendem que o desenvolvimento sustentável “não passa de uma utopia vaga, de pouca aplicabilidade dentro da estrutura política e económica mundial, onde predominam interesses neoliberais e imperialistas”. Acresce ainda a este facto, a dúvida em termos de oposição entre os imperativos de crescimento e desenvolvimento por um lado e por outro a sustentabilidade ecológica e social (Friend, 1992; Robinson, 2004), uma vez que o “crescimento económico como condição necessária para erradicar a pobreza [...] é a origem dos graves problemas ambientais e sociais observados no mundo contemporâneo” (Barbieri et al, 2010, p. 148).

Porém, é a ilusão, de acordo com Robinson (2004), que está por trás da maior crítica ao conceito de desenvolvimento sustentável. Na realidade, para este autor, ele está envolto numa natureza contraditória, na medida em que providencia uma estrutura para um desenvolvimento contínuo sob a falsa crença que o mesmo pode ocorrer dentro de limites biofísicos e também pelo avanço da tecnologia, ideia essa defendida no Relatório de Brutland. Este relatório, que serve de alicerce ao conceito, é ele próprio também motivo de contestação uma vez que, ao colocar no seu título “O nosso futuro comum”, estimula uma visão narcisista e antropológica do ambiente, encarado como uma fonte de recursos a serem explorados pelas necessidades humanas e sem valor intrínseco para além daquilo que pode fornecer ao ser humano (Worster, 1993; Robinson, 2004). Ou seja, o conceito de desenvolvimento sustentável falha por defender o ambiente, não pelo valor que ele tem *per si* mas por ser necessária ao ser humano, quer no presente, quer no futuro.

Contudo, outros autores, como Barbieri et al. (2010), Hanai (2012) ou Bell e Morse (2008), defendem que este conceito não pode ser encarado como um capricho ou moda passageira, mas antes, deve ser considerado como uma nova forma da sociedade fazer face aos problemas e desafios atuais e futuros. Conforme sintetizam Bell e Morse (2008, p. 3), “não há dúvida que o desenvolvimento sustentável é atualmente um tema dominante” que adquiriu proporções universais, ou Barbieri et al. (2010, p. 153), “o movimento do desenvolvimento sustentável é um dos movimentos mais importantes do nosso tempo, e, [...] pode-se inferir que ele continuará se propagando por muitas décadas”.

3.3 Turismo sustentável

3.3.1 Origem e evolução do conceito

O turismo é frequentemente descrito como um dos maiores fenómenos da era moderna (Almeida & Abranja 2009; CNADS, 2001; Edgell et al., 2008; Malta et al., 2009; Moniz, 2006; Organização Mundial do Turismo [OMT], 2003; Korossy, 2008; Marujo & Carvalho, 2010; Sustentare, 2009; 2010; UNEP, 2009), sendo um dos setores com mais rápido crescimento (Korossy, 2008; Malta et al., 2009; Sustentare, 2009; Tapia, 2014; UNEP, 2005) e tem um papel verdadeiramente importante no desenvolvimento sustentável (Almeida & Abranja, 2009; Moniz, 2006; TSG, 2007). É reconhecido como um veículo importante para o desenvolvimento económico dos destinos turísticos (Costa, 2001; Edgell et al., 2008; Marujo & Carvalho, 2010; TSG, 2007), sendo que, no entanto, durante muitos anos, este setor era quase exclusivamente enfatizado pelos contributos que poderia fornecer ao Produto Interno Bruto (PIB) (Korossy,2008).

Porém, este papel importante na economia, originado pelo crescimento rápido e descontrolado desta atividade (Sharpley, 2010), que é personificado num turismo de massas, é causador, muitas das vezes, de impactes negativos a nível social e ambiental que urge reduzir (CNADS, 2001; Korossy, 2008; Marujo & Carvalho, 2010; Sustentare, 2009; UNEP, 2005, 2009). Na realidade, o desenvolvimento turístico nem sempre assenta nos pilares da sustentabilidade, sendo muitas vezes o pilar económico exacerbado relativamente aos demais, originando desajustes e desequilíbrios entre as atividades turísticas e os recursos naturais (CNADS, 2001; UNEP, 2005).

Esta questão levou ao repensar do turismo, de forma a encontrar uma nova configuração de o olhar, mais de acordo com os valores e princípios do desenvolvimento sustentável, surgindo no século passado, um turismo antagónico ao turismo de massa (quando este se baseia estritamente no valor económico) – o turismo alternativo, de baixo impacte, de consciência verde e responsável (Korossy, 2008; Sharpley, 2010).

Um novo termo, fruto desse crescimento, associado ao interesse académico sobre os impactes negativos desse crescimento em termos sócio ambientais (Saarinem, 2006) e a cada vez maior sensibilidade da opinião pública e dos líderes mundiais para com a problemática

ambiental ocorridas no século passado, fez despontar – o turismo sustentável – que deriva do conceito de desenvolvimento sustentável e que surge assim como uma nova abordagem para o desenvolvimento do turismo (Korossy, 2008; Sharpley, 2010).

Os primeiros passos para metamorfosear o turismo num setor mais sustentável remontam à Conferência Internacional das Nações Unidas sobre Turismo e Viagens, nos anos 60 do século passado, mais especificamente em 1963 (Moniz, 2006). Desta iniciativa sobrevém a criação, em 1970, da Organização Mundial de Turismo cujo papel central visa a promoção de um turismo responsável, sustentável e de acesso universal (Moniz, 2006; Sustentare, 2009; UNEP, 2005). A partir da década de 80, o interesse sobre o conceito de turismo sustentável foi cada vez mais premente nos meios académicos, fruto do aceso debate universitário e político que o conceito de desenvolvimento sustentável suscitou (Moniz, 2006). Neste contexto, vários debates, conferências e estratégias foram surgindo, como a 6ª Assembleia da OMT (1985) em Sofia (Bulgária) onde foi criada a Carta dos Direitos do Turismo, e a Declaração de Haia sobre o turismo em 1989 na Conferência Internacional sobre o Turismo (Moniz, 2006). A “Estratégia de Ação para o Desenvolvimento Turístico Sustentável”, desenvolvida pelo *Tourism Stream Action Strategy Committee* por ocasião da Conferência sobre o Desenvolvimento Sustentável, Globe’ 90, em Vancôver é outro marco relevante (Moniz, 2006). Este documento define metas para o turismo sustentável e faz referência à necessidade de estabelecer parcerias e desenvolver novos mecanismos com outras atividades económicas de modo a que o turismo possa contribuir para o alcançar de um desenvolvimento sustentável (Moniz, 2006). Segundo a mesma autora, seguiram-se guias como o *The Green Light*, criado pelo *English Tourist Board*, em 1991 sendo um dos primeiros guias a surgir com o propósito explícito de orientar a atuação das empresas do sector do turismo. Na Cimeira da Terra (92) a inclusão do turismo na reflexão em torno da sustentabilidade foi limitada (Moniz, 2006), apesar de ser uma cimeira fundamental para o conceito de desenvolvimento sustentável, uma vez que, foi um “marco conceitual norteador para líderes políticos interessados em elaborarem modelos sustentáveis de gestão” (Korossy, 2008, p.61). Contudo, nesse mesmo ano de 1992 realizou-se novamente em Vancôver Global Conference on Business and the Environment – Globe’ 92, sendo o tema da sustentabilidade do turismo um dos protagonistas do evento e onde foram delineadas linhas de atuação prioritária para o sector do turismo com o propósito de colocar o “setor do turismo na

vanguarda do processo de adoção de princípios para o desenvolvimento sustentável, ao nível global” (Moniz, 2006, p.110). Outro passo relevante para o desenvolvimento de um turismo mais sustentável foram dados na Conferência Mundial de Turismo Sustentável em Lanzarote – Espanha (de 27 a 28 de Abril de 1995), onde foi elaborada a Carta do Turismo Sustentável e traçado os planos de ação para desenvolver o turismo segundo o prisma da sustentabilidade (ETE, s.d.; Moniz, 2006). Seguiram-se outros documentos e conferências importantes que demonstram que a sustentabilidade no turismo passou a ser realmente um dos temas centrais e um dos focos dos organismos e instituições ligadas ao setor. Assim, segundo Korossy, 2008 e Moniz, 2006 outro documento crucial foi a elaboração da “Agenda 21 para Viagens e Turismo: Rumo ao Desenvolvimento” em 1996, onde se delinaram as áreas e ações prioritárias para o desenvolvimento sustentável no Turismo. A Declaração de Berlim sobre Diversidade Biológica e Turismo Sustentável em 1997, a Declaração de Calvià sobre Turismo e Desenvolvimento Sustentável no Mediterrâneo e a Declaração de Manila sobre o Impacto Social do Turismo, foram documentos chave para a relação entre desenvolvimento sustentável e turismo (ETE, s.d.). Em 1998 a Declaração das Organizações Não-Governamentais [ONG] do Mediterrâneo sobre Turismo Sustentável e Participação da Sociedade Civil (Med Fórum) contribuiu também para essa finalidade (Fullana e Ayuso, 2002 citado em Moniz, 2006) e em 1999, o Sétimo Encontro da Comissão da União Europeia sobre Desenvolvimento Sustentável dedicou-se exclusivamente aos desafios da sustentabilidade no contexto do turismo (Korossy, 2008). Ainda no mesmo ano, a 1 de outubro, em Santiago (Chile) foi criado pela OMT, o Código Mundial de Ética do Turismo onde reúne num só documento a promoção de uma nova ordem turística mundial, mais equitativa, responsável e sustentável (Almeida & Abranja, 2009; ETE, s.d.; Moniz, 2006). Mais tarde em 2001 foi elaborada a Carta de Rimini da Conferência Internacional sobre Turismo Sustentável, Rimini (Fullana e Ayuso, 2002 citado em Moniz, 2006). O Ecoturismo foi abordado na Cimeira Mundial de Ecoturismo no Quebec (Canadá) em 2002 e nesse mesmo ano foi considerado o Ano Internacional do Ecoturismo, essencial para cimentar a necessidade de um desenvolvimento sustentável para o turismo (ETE, s.d; Moniz, 2006). Nesse mesmo ano foi realizada na Cidade do Cabo, a Conferência sobre Turismo Responsável nos Destinos, evento paralelo que antecede a Conferência Mundial sobre Desenvolvimento Sustentável em Joanesburgo, onde foi criada a Declaração do Cabo: Turismo Responsável nos Destinos (ETE, s.d.). A relação do turismo com as alterações

climáticas foi abordada em 2003 em Djerba na Declaração sobre o Turismo e as Alterações Climáticas (Almeida & Abranja, 2009; Moniz, 2006). Seguiram-se outros documentos, diretrizes e conferências importantes que demonstram que a sustentabilidade no turismo passou a ser realmente um dos temas centrais e um dos focos dos organismos e instituições ligadas ao setor de todo o mundo, como por exemplo, em 2004 a criação das “Diretrizes Internacionais para a Diversidade Biológica e Desenvolvimento do Turismo”, e em 2006 a Conferência em Marraquexe sobre Turismo Sustentável, que promove o turismo sustentável através do desenvolvimento de ferramentas de apoio. Em 2007 duas Declarações foram importantes na interligação entre o setor e a sustentabilidade nomeadamente a 2ª Conferência Internacional sobre Mudança Climática e Turismo onde foi desenvolvida a Declaração Davos: Mudança Climática e Turismo - Respondendo aos Desafios Globais e a Conferência Global de Ecoturismo onde se desenvolveu a Declaração de Oslo sobre Ecoturismo (ETE, s.d.). Mais recentemente na última Cimeira Mundial (2012) foi elaborado o documento “*The Future We Want*” onde o Turismo Sustentável é mencionado como uma das áreas que contribui significativamente para as diferentes dimensões do desenvolvimento sustentável (Albuquerque, 2013).

Na Europa, o Plano de Ação para um Turismo Europeu mais Sustentável surge em 2007 sendo definido neste documento os objetivos e os desafios para tornar o turismo europeu mais sustentável. Em 2008 surge o lançamento dos critérios voluntários a nível global que pretende auxiliar as empresas turísticas a responder face à crescente procura de produtos turísticos sustentável por parte dos turistas.

Segundo Moniz (2006), outras atividades e publicações têm-se focado na promoção do desenvolvimento de um turístico sustentável, por exemplo em zonas costeiras, onde se destaca a iniciativa da Bandeira Azul – *Awards for Improving the Coastal Environment: The Example of Blue Flag* –, em centros urbanos, em sítios de património mundial, em ilhas de pequena dimensão e nas zonas rurais.

3.3.2 Os alicerces do conceito

O termo turismo sustentável é cada vez mais motivo de interesse, pesquisa e reflexão e é entendido, de uma forma genérica pela UNEP (2005, p.12), como aquele que “satisfaz as necessidades dos turistas e das regiões recetoras, ao mesmo tempo que protege e potencia

novas oportunidades para o futuro”. Seguindo a mesma linha, no que diz respeito a uma atividade turística sustentável ela pode ser considerada como aquela que:

Proporciona uma experiência de qualidade aos visitantes, enquanto contribui para a melhoria da qualidade de vida da população local e para a proteção da qualidade ambiental. É aquela que oferece uma experiência satisfatória aos visitantes assegurando, paralelamente, a continuidade dos recursos naturais em que se baseia e a continuidade da cultura da comunidade recetora. É aquela que permite encontrar um equilíbrio entre as necessidades dos agentes do sector, as necessidades de proteção do ambiente e as necessidades da população local. É aquela que enfatiza a defesa dos interesses comuns e a cooperação entre os visitantes, a comunidade recetora e o destino [...] (Moniz, 2006, p. 152)

Deve portanto proporcionar um alto nível de satisfação e garantir uma experiência significativa para todos os turistas, sensibilizando-os sobre práticas de turismo mais sustentável (Moniz, 2006; Otto, 2010; UNEP, 2005) e deve assegurar o uso adequado dos recursos naturais, o respeito pela diversidade sociocultural e garantir práticas comerciais apropriadas (Tapia, 2014). Por outras palavras, o turismo sustentável significa “alcançar um crescimento de qualidade sem que isso implique o esgotar dos ambientes naturais e construídos, preservando a cultura, a história e o património da comunidade local” (Edgell, et al., 2008, p.183).

Destas definições compreende-se que o turismo sustentável deve ser encarado como um veículo e um pré-requisito para o desenvolvimento sustentável em geral e não um fim em si mesmo (Edgell et al., 2008; Korossy, 2008; Korossy, 2008; Sharpley, 2010; Sustentare, 2009; UNEP, 2009), sendo uma condição relevante para todos os tipos de turismo (UNEP, 2005, 2009). Por conseguinte, pode entender-se este tipo de turismo como aquele que se baseia e se desenvolve de acordo com os princípios do desenvolvimento sustentável (Sharpley, 2010; Korossy, 2008; UNEP, 2005), possibilitando o seu enquadramento no seu contexto específico (Sharpley, 2010; Korossy, 2008), e que tem como objetivo principal fazer com que todos os tipos de turismo sejam mais sustentáveis (UNEP, 2005). Seguindo esta linha de pensamento, as “diretivas e as práticas de gestão do turismo sustentável são aplicadas a todas as formas de turismo, em todos os tipos de destino, incluindo o turismo de massas e os diferentes tipos de nichos turísticos” (Sustentare, 2009, p. 4). É notória a relação íntima entre o desenvolvimento sustentável e o turismo sustentável (Albuquerque, 2004; Albuquerque, 2013, Albuquerque & Martins, 2007; Korossy, 2008; Moniz, 2006; UNEP, 2005; 2009), evidenciado pelos mesmos princípios que regem ambos os conceitos, e pela importância que esta atividade económica representa para o alcance desse desenvolvimento.

Como sumariza Moniz (2006, p. 103), o “turismo tem um importante papel a desempenhar no contexto do desenvolvimento sustentável” sendo uma ferramenta estratégica para o desenvolvimento económico local (Tapia, 2014). Igualmente, a abordagem do desenvolvimento sustentável implica que os recursos que o turismo utiliza desde os naturais aos antrópicos sejam conservados para o uso contínuo no futuro enquanto trazem benefícios às gerações presentes criando assim uma relação simbiótica entre o turismo e o conceito estudado (UNEP, 2009).

Desta forma, o turismo sustentável também no seu processo inicial, segundo ETE, s.d., Otto, 2010 e UNEP, 2005 baseou-se em três pilares essenciais: o ambiental – implica que o turismo seja capaz de respeitar os valores ambientais e assegurar a proteção da diversidade biológica e manutenção dos sistemas e processos ecológicos; o económico – implica que o turismo seja capaz de assegurar uma melhoria do bem-estar material e não material da sociedade e empregos dignos e o sociocultural – implica que o turismo seja capaz de assegurar uma equidade intra e inter-geracional, uma distribuição justa dos custos/benefícios e contribua para a tolerância e compreensão intercultural. Estes pilares integrados no turismo permitem assim a rentabilidade económica, a proteção dos ecossistemas e o bem-estar social das populações do destino turístico (Korossy,2008; Tapia, 2014; UNEP, 2005).

A Europa, para alcançar com sucesso o equilíbrio desses pilares, definiu objetivos gerais a serem cumpridos para o alcance de um turismo sustentável no velho continente (TSG, 2007). Assim, para alcançar o pilar ambiental é fundamental minimizar a poluição e degradação do meio ambiente quer a nível global quer a nível local e reduzir a utilização de recursos escassos por atividades de turismo. A nível do pilar sociocultural defende que se deve manter e reforçar a riqueza cultural e a biodiversidade bem como contribuir para a sua valorização e conservação. Deve ainda ser objetivo o melhoramento da qualidade de vida das comunidades locais, através do turismo, e envolvê-los no seu planeamento e gestão, a satisfação da experiência turística sem discriminação relativamente a incapacidades, género, idade, raça ou religião. Relativamente ao pilar económico, este deve ser alcançado garantindo a longo prazo a competitividade, viabilidade e prosperidade das empresas e destinos turísticos bem como deve fornecer oportunidades de emprego de qualidade,

oferecendo uma remuneração justa e condições para todos os funcionários e evitar todas as formas de discriminação.

Enquadrando os princípios do desenvolvimento sustentável ao turismo pode-se referir que:

- O princípio da equidade implica que o turismo tenha em consideração as necessidades das populações economicamente marginais e seja capaz de proporcionar uma equidade intra e inter-gerações no acesso a uma distribuição justa dos custos e benefícios desta atividade económica (Henrique, 2003);
- O princípio da futuridade relacionada com o turismo implica que o turismo deve ser pensado e planeado tendo em atenção o limite da capacidade de carga, que corresponde a um número de turistas acima do qual o desenvolvimento da área de destino se torna insustentável (Henrique, 2003). A sobreexploração com consequente deterioração dos recursos pode acarretar uma diminuição da qualidade da experiência turística, diminuição da atratividade do destino, diminuição do emprego e da qualidade de vida das comunidades locais, conducente a um ciclo de declínio difícil de ser revertido (Butler, 2002, citado por Henrique, 2003);
- O princípio holístico implica que o turismo seja ponderado a vários níveis: político, socioeconómico e ecológico.

Não há dúvida que o turismo sustentável tem que ser economicamente rentável (pilar económico) pois o turismo antes de mais é uma atividade económica (Choi & Sirakaya, 2006; Moniz, 2006). Para que tal aconteça é importante conseguir a rentabilidade a longo prazo das atividades económicas ligadas ao turismo, ou seja, a sua competitividade (Moniz, 2006). Como refere Moniz (2006, p. 93), “a competitividade de uma nação, ou de um destino turístico, tem a ver com a continuidade da atividade, ao longo do tempo e com a capacidade de obter maiores benefícios do que os concorrentes e de manter esses benefícios em circunstâncias que estão constantemente a alterar-se”.

Contudo, a sustentabilidade económica no turismo deve ter ainda plena consideração, nesse crescimento, dos seus limites face ao uso dos recursos ambientais de um destino de forma a não degradá-los ou sobre explorá-los devido à sua finitude (pilar ambiental) (Choi & Sirakaya, 2006; Edgell et al., 2008; Moniz, 2006). Como reforçam Edgell et al. (2008, p. 20), “os recursos devem ser destinados para dar aos turistas o produto que eles querem, mas

tendo o cuidado de proteger a sustentabilidade do produto”. O ambiente natural deve ser assim protegido pelo seu próprio valor intrínseco e como um recurso para as gerações presentes e futuras. Além disso, os benefícios económicos do turismo devem ser razoavelmente bem distribuídos por toda a comunidade e deve haver um respeito pela identidade sociocultural da comunidade local (pilar sociocultural) (Choi & Sirakaya, 2006; Edgell et al., 2008; Moniz, 2006). A este respeito Wight (1993, citado por Moniz, 2006, p. 87) refere que “a não ser que consiga demonstrar que é possível atingir a sustentabilidade do turismo por todos os grupos de *stakeholders*, corre-se o risco de que venha a acontecer o mesmo que aconteceu em relação ao ecoturismo, cuja banalização do termo levou a que fosse conotado com pouco mais do que um argumento de *marketing*”. Em suma, Tapia (2014, p. 1) expõe “o desenvolvimento do turismo sustentável responde às necessidades dos turistas e das regiões hospedeiras presentes, protegendo e aumentando as oportunidades para o futuro. Centra-se sobre a gestão de todos os recursos de forma a satisfazer todas as necessidades económicas, sociais e estéticas, respeitando a integridade cultural, os processos ecológicos essenciais, diversidade biológica e sistemas de suporte de vida”.

Porém, as perceções relativamente ao turismo sustentável foram-se alterando desde que o conceito foi utilizado pela primeira vez nos anos 1980, visto que todo o conceito é condicionado pelo contexto social (Moniz, 2006). Assim, para que se alcance um turismo mais sustentável, requer ainda a participação informada de todos os *stakeholders* envolvidos (Bell & Morse, 2008; Edgell et al., 2008; Moniz, 2006; UNEP, 2005), pois, como refere Moniz (2006, p. 87), é fundamental “identificar e consultar todos aqueles que são afetados pelo turismo (*stakeholders*) e atender às suas necessidades subjetivas”. Para que tal aconteça deve incluir-se um leque de personagens que vão desde agentes económicos, os decisores políticos até aos que representam os interesses do ambiente e assim como as comunidades locais (Bell & Morse, 2008; Moniz, 2006; UNEP, 2005).

Isso requer ainda uma participação informada de todos os *stakeholders* envolvidos, bem como uma forte liderança política para garantir a participação ampla e a construção de consenso entre todos (Bell & Morse, 2008; Edgell et al., 2008; Moniz, 2006; UNEP, 2005). Desta forma, para além dos pilares citados anteriormente agrega-se ao turismo sustentável, tal como acontece ao desenvolvimento sustentável o pilar institucional e o princípio da participação como forma de alcançar o objetivo da sustentabilidade.

Outro desafio para alcançar um turismo mais sustentável relaciona-se com a comunicação e a cooperação entre os agentes públicos e privados (setor privado, sector privado e terceiro sector), de forma a criar consensos como parte crucial para a sustentabilidade (Fullana & Ayuso, 2002, citado por Moniz, 2006). Assim, a dimensão institucional ligada ao turismo sustentável está “alicerçada na negociação da diversidade de interesses envolvidos em questões fundamentais que vão do âmbito local ao global” (Sachs, 1993, citado por Marujo & Carvalho, 2010, p. 150). Na realidade, este já era um requisito documentado no Relatório Brundtland (WCED, 1987), sendo também referenciado na *Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry* (Moniz, 2006).

As mudanças ocorridas no mundo contemporâneo, como o desenvolvimento da tecnologia, nomeadamente avanços nos transportes e nos sistemas de comunicação, criaram ainda outro desafio e uma necessidade de refletir sobre os pilares ligados à sustentabilidade e ao turismo sustentável. Estas constantes metamorfoses são notórias e influenciou e é influenciada pelo seu crescimento (Choi & Sirakaya, 2006; Moniz, 2006). Assim, o próprio conceito de turismo sustentável, tal como acontece no desenvolvimento sustentável, tem que abraçar estas novas tendências surgindo assim um novo pilar – a dimensão tecnológica (Choi & Sirakaya, 2006). A globalização, aliada ao crescimento constante da atividade turística, implica uma maior necessidade de informação sobre as ofertas, sendo que as novas tecnologias têm aqui um papel importante dando resposta a essas necessidade e novas formas de procurar os destinos turísticos. Segundo Moniz (2006, p. 99), “um instrumento que se está perfilando como fundamental e que inclusivamente constitui uma ameaça para os intermediários turísticos tradicionais é a consulta através da *Internet* ou de telemóvel”. É necessário que ao turismo se adapte a este novo rumo e forma de procura de modo a maximizar os proveitos destas novas tecnologias da informação e da comunicação (Edgell et al., 2008; Moniz, 2006). O pilar da tecnologia no turismo sustentável tem de ir ao encontro de uma tecnologia amiga do ambiente e é necessário que seja ser aceite e apropriada socialmente, por exemplo o uso de bicicletas elétricas, autocarros e táxis híbridos (Choi & Sirakaya, 2006). A adaptação do conceito de turismo sustentável às novas dinâmicas da sociedade contemporânea permite-lhe não só evoluir e estar mais preparado para os

constantes desafios desta sociedade, mas também permite contrabalançar as críticas inerentes a si.

Contudo, não basta integrar estes pilares para que o turismo seja visto como sustentável, tem que também avaliar/monitorizar constantemente os seus impactes introduzindo sempre que necessário medidas preventivas ou de correção (Choi & Sirakaya, 2006; Moniz, 2006). Ainda deve proporcionar um alto nível de satisfação e garantir uma experiência significativa para todos os turistas, sensibilizando-os sobre práticas de turismo mais sustentável (Moniz, 2006) (Figura 3.2).



Figura 3.2: Fundamentos do turismo sustentável
Fonte: Elaboração própria com base em UNEP (2005)

Em suma, a sustentabilidade é o que incentiva o crescimento económico compatível com a conservação dos recursos naturais e culturais e reforça a equidade distributiva (Tapia, 2014). Porém, tal como existe uma discussão face ao conceito que lhe deu origem, também o próprio conceito de turismo sustentável em sido fustigado por vigorosos debates (Sharpley, 2000; Sharpley, 2010), como detalhado seguidamente.

3.3.3 A controvérsia

De facto, este conceito tem sido muito questionado no que diz respeito à falta de clarificação e consenso relativamente aos seus objetivos e propósitos bem como à sua operacionalização (Moniz, 2006; Sharpley, 2000, 2010). Por outro lado, outros autores, como Mowforth e Munt (2009), questionam se será possível, integrar facilmente os princípios do desenvolvimento

sustentável ao turismo. Relevante também questionar, em que medida, um sector como o turismo, vocacionado desde há muito, para o paradigma do desenvolvimento baseado no crescimento económico, pode direccionar-se para o novo conceito orientado para o bem-estar das populações e proteção da natureza. Outras questões pertinentes são colocadas no prolongamento desta, nomeadamente se é viável um turismo sustentável a médio e longo prazo e se é possível através do mesmo, criar condições de bem-estar social e ambiental e ao mesmo tempo manter um crescimento económico sustentável.

A hipocrisia é outro *handicap* referenciado, pois pode ser utilizado como uma forma de camuflar atividades pouco sensíveis a esta problemática com o intuito de captar o interesse de mais turistas e por consequência obter um maior lucro (Sharpley, 2010).

De igual forma, este conceito, segundo Robinson (2004), também pode ser encarado como uma ilusão, tal como o conceito de desenvolvimento sustentável, uma vez que os impactes que supostamente o turismo causa, pode não provir da incorreta gestão ou da excessiva exploração dos recursos mas sim de algo bem mais profundo que emerge dos paradigmas da sociedade atual centrada no consumo desregrado. De acordo com os mesmos autores, o problema pode não ser o global crescimento do turismo, mas sim, a incorreta distribuição dos benefícios do turismo. Por isso, o turismo sustentável pode ser uma resposta enviesada a um problema mais profundo causado não por ele, mas pelo paradigma da sociedade atual, ou seja, o turismo pode ser um sintoma e não a causa dos impactes associados ao crescimento desmedido que caracteriza todas as vertentes da sociedade contemporânea. Outra questão de controvérsia em relação à praticabilidade do conceito é que, segundo Sharpley (2010), o turismo sustentável é viável em pequenos projetos locais, mas a uma escala maior ele mostra determinadas lacunas e não existe praticamente evidência que numa dimensão maior este funcione, logo os princípios do turismo sustentável podem ser, segundo o mesmo autor, uma “solução micro para um problema macro”. A própria sensibilidade ecológica dos cidadãos, fruto do despertar da problemática ambiental que as atividades antrópicas ou antropogénicas originam, é muitas vezes alvo de crítica por parte de alguns autores, como Sharpley (2010) e Budeanu (2007), tendo em conta a baixa pressão que a opinião pública cria nas empresas ligadas ao sector do turismo, face à sustentabilidade.

De facto, apesar do evidente despertar dos cidadãos para a problemática ambiental, como citado anteriormente e dos turistas terem uma atitude mais positiva relativamente à procura de destinos mais sustentáveis, estudos de investigação concluem que o número de turistas que escolhem os seus destinos tendo por base critérios de sustentabilidade é ainda baixo (Budeanu, 2007). Segundo a mesma autora, o número de turistas que agem em conformidade com os princípios da sustentabilidade, através da compra de produtos de turismo responsável, de transportes mais verdes e de comportamentos responsáveis para com as comunidades desses lugares é ainda reduzido. Este facto pode ser encarado, segundo a mesma, como um dos principais obstáculos para o progresso em direção ao turismo sustentável.

Em suma é fundamental que a crítica aqui erguida ao turismo sustentável não seja uma barreira para apostar nesta nova forma de olhar o turismo, uma vez que é preciso fornecer ao turismo formas diferentes de estar com o meio onde se desenvolve. Assim, para responder a esta problemática é necessário passar da teoria (vista como utópica) à prática. Para tal, é fundamental não somente aplicar os pilares da sustentabilidade ao turismo mas também criar ferramentas para analisar /monitorizar o desenvolvimento de todo e qualquer tipo de turismo, de maneira a identificar os seus impactes e introduzir sempre que necessário medidas preventivas ou de correção com o objetivo supremo de tornar este setor num dos motores de desenvolvimento social, económico e ambiental dos territórios (Choi & Sirakaya, 2006; Edgell et al., 2008; ENGIZC, 2009; Moniz, 2006). Na secção seguinte são apresentadas essas ferramentas de monitorização.

3.4 Indicadores e índices da sustentabilidade

As críticas à dubitabilidade do conceito, bem como dos conceitos a ele associados e as descrenças em relação à sua mensurabilidade e praticabilidade, como referenciado anteriormente, tornam o conceito de desenvolvimento e turismo sustentável controverso.

Porém, o agravamento dos problemas ambientais e sociais da atualidade são uma realidade que torna esta ideia uma necessidade para o mundo em que vivemos. É necessário, assim, quando se fala em sustentabilidade, quer no seu termo mais abrangente, o próprio conceito de desenvolvimento sustentável, quer quando se aplica a atividades mais específicas como

o turismo sustentável, criar mecanismos e ferramentas que permitam recolher informação e mensurar sobre a evolução da sustentabilidade.

Os indicadores¹⁰ e índices¹¹ de desenvolvimento sustentável têm sido vistos por muitos como as ferramentas fundamentais para a gestão, operacionalização e avaliação da sustentabilidade (APA, 2007; Bell & Morse, 2008; Choi & Sirakaya, 2006; Moniz, 2006). Opinião partilhada por Manning (1999, p. 180), ao mencionar que os indicadores são importantes “porque são significativos para as nossas decisões, e podem apoiar de uma forma a obtenção de informação quando se precisa” e por Frans Timmermans em EU, 2015, p. 4 “não se pode gerir o que não se pode medir”. Por outras palavras, os indicadores permitem operacionalizar os conceitos de desenvolvimento e turismo sustentável (CE, 2013) e a sua utilização permite “levar a cabo ações para antecipar e prevenir situações indesejáveis (ou insustentáveis) em destinos” (World Tourism Organization [WTO], 2004, p. 8). De um modo geral, os indicadores, de acordo com Videira, Alves e Subtil (2005, p. 63), têm como principal função “comunicar informação relevante ao mesmo tempo que se simplifica a realidade” e podem ser quantitativos ou qualitativos. Pode-se então resumir que os indicadores, não sendo a única fonte de informação (Tapia, 2014), permitem avaliar a existência ou gravidade dos problemas atuais, de situações ou problemas futuros, medindo também os riscos e as potenciais necessidade de uma ação, bem como avaliam os resultados de nossas ações (WTO, 2004). Estas informações, recolhidas através dos indicadores, permitem tomar decisões mais informadas por parte dos decisores, contribuindo para o planeamento mais sustentável das regiões (APA, 2007; Bell & Morse, 2008; CE, 2013; EU, 2015; Manning, 1999; Moniz, 2006, Videira et al., 2005).

Apesar de na literatura já haver referência à necessidade de desenvolver indicadores como meio de aferição da sustentabilidade para o desenvolvimento sustentável, o catalisador

¹⁰ Indicadores: “parâmetros selecionados e considerados isoladamente ou combinados entre si, sendo de especial pertinência para refletir determinadas condições dos sistemas em análise” (Direção Geral do Ambiente [DGA] 2000, p. 10). Relativamente à definição de parâmetro, este corresponde “a uma grandeza que pode ser medida com precisão ou avaliada qualitativamente/quantitativamente, e que se considera relevante para a avaliação dos sistemas ambientais, económicos, sociais e institucionais” (DGA, p. 10).

¹¹ Índice: corresponde a um nível superior de agregação, onde após aplicado um método de agregação aos indicadores e/ou aos sub-índices é obtido um valor final (DGA, 2000, p. 10). Os sub-índices constituem “uma forma intermédia de agregação entre indicadores e índices; pode utilizar métodos de agregação tais como os discriminados para os índices” (DGA, 2000, p. 10).

desses indicadores foi a Cimeira do Rio de Janeiro – A Cimeira ou Cúpula da Terra, em 1992 (EU, 2015). Nesta cimeira foram acordados um conjunto de ações para o desenvolvimento sustentável, coletivamente referidos como Agenda 21 que precisavam de ser monitorizados sendo que neste documento, no capítulo 40, é mencionado a necessidade de se desenvolver indicadores para o desenvolvimento sustentável (Bell & Morse, 2008; Moniz, 2006). Durante esta cimeira estabeleceu-se um mandato para as Nações Unidas com a finalidade de esta estabelecer um conjunto de “indicadores de desenvolvimento sustentável” para avaliar essas ações (Bell & Morse, 2008). Ao longo dos anos seguintes houve necessidade de rever esses indicadores com o sentido de preencher lacunas relativamente aos iniciais.

A reunião financiada pela Fundação Rockefeller¹², em Novembro de 1996 em Bellagio, Itália, reforça esta necessidade e teve como objetivo definir alguns princípios para monitorar o progresso em direção ao desenvolvimento sustentável que ficaram conhecidos como os princípios do desenvolvimento sustentável de Bellagio (Bell & Morse, 2008) (Quadro 3.1). Desses, o princípio cinco enfatiza a necessidade de usar indicadores para mensurar o desenvolvimento sustentável e os princípios seis, sete, oito e nove definem de uma forma geral como os indicadores devem ser desenvolvidas e aplicados.

Quadro 3.1: Princípios do desenvolvimento sustentável de Bellagio

Princípios
<ol style="list-style-type: none"> 1. O que se entende por desenvolvimento sustentável deve ser claramente definido; 2. A sustentabilidade deve ser vista em um sentido holístico, incluindo os componentes económicos, sociais e ecológicos; 3. Noção de equidade deve ser incluída em qualquer perspectiva do desenvolvimento sustentável; 4. O horizonte temporal deve abranger tanto "o tempo humano e a escala de tempo dos ecossistemas" e a escala espacial deve incluir "não só o local, mas também os impactos de longa distância impactos sobre as pessoas ecossistemas"; 5. O progresso rumo ao desenvolvimento sustentável deve ser baseado na medição de um número limitado de indicadores baseados em "medições padronizadas"; 6. Métodos e dados utilizados para a avaliação do progresso devem ser aberto e acessível para todos; 7. O progresso deve ser comunicado de forma eficaz a todos; 8. Deve ser garantida uma ampla participação; 9. Convém prever a possibilidade de repetidas medidas para determinar tendências e incorporar os resultados da experiência; 10. Deve ser assegurada a capacidade institucional, a fim de monitorar o progresso rumo ao desenvolvimento sustentável.

Fonte: Adaptado de Hodge e Hardi (1997, citado por Bell & Morse, 2008)

Ao longo dos anos foram criados cada vez mais indicadores e especificados a cada país e regiões, uma vez que os indicadores da ONU não foram feitos para serem definitivos e

¹² Fundação Rockefeller: Organização não-governamental criada, em 1913, com a missão de melhorar as condições de vida da humanidade em todo o mundo, sobretudo nos países desenvolvidos, utilizando para isso, recursos próprios (Fundação Rockefeller, 2015).

dependem do uso final para que estão a ser utilizados (Manning, 1999). Assim cada país e grupo local são incentivados a desenvolver o seu próprio conjunto de indicadores de acordo com as suas singularidades e necessidades (Bell & Morse, 2008; Manning, 1999; Moniz, 2006).

Para além de haver necessidade de adotar os indicadores à especificidade dos territórios é ainda importante, aquando da criação e escolha de indicadores, ter em consideração determinadas características, dado que pode condicionar e tornar ou não credível e fiável a avaliação do que se pretende. Para tal, “um bom indicador deve refletir uma realidade concreta, de maneira objetiva, atendendo a diferentes escalas temporais e espaciais, de modo a ser comparável e a ter significado (Moniz, 2006, p. 426). Para selecionar os indicadores é preciso seguir um conjunto de critérios objetivos, exequíveis e verificáveis que justifiquem a escolha efetuada, satisfazendo por um lado, a conveniência da escolha e por outro, a precisão e relevância dos resultados (DGA, 2000; Moniz, 2006).

Os critérios que podem presidir a tais processos de seleção estão descritos na figura 3.3 sendo que nem sempre é possível que os indicadores preencham todos os critérios desejáveis, devendo-se, por isso, otimizar entre os critérios possíveis de garantir e aqueles que são tidos como mais relevantes para cada caso (DGA, 2000).



Figura 3.3: Critérios para seleção de indicadores
Fonte: DGA (2000)

Não existe um número ideal de indicadores sendo que o desafio é responder a todas as questões necessárias com o mínimo número de indicadores possíveis visto que demasiados indicadores podem sobrecarregar os custos e também onerar os usuários com excesso de informação (UNEP, 2009).

Os indicadores relacionados com o turismo, começaram a ser delineados em 1993, pela OMT, que patrocinou o desenvolvimento de indicadores capazes de ajudar a identificar problemas emergentes, sendo um sistema de alerta precoce para a indústria entender melhor os riscos para o turismo no futuro (Manning, 1999). Os indicadores da sustentabilidade a nível do turismo identificam os domínios em que é necessário melhorar, criam valores de referência para o desempenho e identificam formas de como tornar o turismo mais sustentável (CE, 2013; Choi & Sirakaya, 2013; Moniz, 2006).

A nível Europeu surge o Sistema Europeu de Indicadores de Turismo para a Gestão Sustentável a Nível dos Destinos como resposta ao desafio prioritário de manter a posição da Europa como principal destino turístico no mundo (CE, 2013). Estes indicadores de sustentabilidade têm como objetivo “contribuir para melhorar a gestão sustentável a nível dos destinos através da disponibilização, aos intervenientes no setor do turismo, de uma Caixa de Ferramentas simples e útil” (CE, 2013, p.3). Estes indicadores são assim ferramentas fundamentais que orientam os diferentes decisores em direção a um turismo cada vez mais sustentável visto que “permitem ajudar os coordenadores locais do destino a tomar decisões informadas para melhorar o turismo no seu destino” (CE, 2013, p.10). Esta avaliação do desempenho do turismo permite a este “garantir o seu papel central na economia verde de um mundo com recursos limitados” (CE, 2013, p. 8).

Reforçando a ideia da necessidade de utilizar os indicadores no planeamento para que o turismo contribua para o desenvolvimento sustentável, Choi e Sirakaya (2006) referem que muitos pesquisadores defendem que se as políticas e medidas de monitorização do turismo sustentável não forem estabelecidas desde o início da gestão e planeamento, os possíveis efeitos negativos do turismo, podem tornar-se um chamariz que abre a porta para um turismo de massa não sustentável. Opinião partilhada no documento da CE, 2014a, pp.2-3, ao referir que “qualquer avaliação económica do setor é prejudicada pela falta de dados [...] é

necessário identificar e resolver o problema da falta de dados, para melhorar o planeamento e a gestão dos destinos”.

De um modo geral, o turismo tem vários indicadores que são catalogados, segundo a APA (2007) como “indicadores-setorializáveis” (Grupo IV) que corresponde a um subdomínio restrito dos “indicadores-base (Grupo I), permitindo a avaliação de assimetrias intersectoriais e possibilitam também efetuar *benchmarking* sectorial. Porém, os indicadores devem ser ajustados à especificação e realidade concreta de cada local (Bell & Morse, 2008; Moniz, 2006). É, pois, imprescindível ajustar os indicadores do destino turístico à realidade de cada caso (sítio, ecossistema) criando indicadores adicionais para destinos específicos, designadamente as zonas costeiras, as regiões montanhosas, os sítios culturais (comunidades tradicionais) ou ilhas de pequena dimensão (Moniz, 2006).

Uma vez que o presente trabalho incide sobre os destinos de *surf* e sobre o turismo de *surf*, merece destaque neste contexto a identificação dos indicadores e índices da sustentabilidade especificamente voltados para esta temática, visto que eles podem servir de base para a compreensão da gestão sustentável dos recursos e dos locais ligados ao *surf* (Martin, 2013; Martin & Assenov, 2014).

Um dos problemas que os destinos de *surf* em todo o mundo têm é que estão sob crescentes pressões provocado pelo turismo, o desenvolvimento costeiro, a poluição e outros fatores antrópicos (Martin, 2013). Importante assim realçar que segundo Martin (2013), quando colocado no contexto de sustentabilidade, os indicadores podem ter tanto atributos positivos como negativos, sendo que é importante ter sempre presente que o objectivo da sustentabilidade é maximizar os impactos positivos e minimizar os negativos.

Uma das primeiras autoras a desenvolver indicadores ligados ao *surf* foi Pijoan (2008), sob o conceito de Índice de Aptidão Integrado (IAI), seguindo uma abordagem semelhante ao do *The Nature Conservancy* (2007) (Martin, 2013). Os indicadores integravam qualidade (Q) – água e praia; singularidade das *Break* (BS) – sazonalidade e tipo de onda; contribuição dos *surfistas* (C) – total dos utilizadores; e as infraestruturas (I) – acessibilidade, parques e instalações. No entanto, estes indicadores são parcos sendo necessário, portanto aprofundar os indicadores mais relevantes e específicos para medir e para conseguir uma melhor gestão

de conservação dos destinos de *surf* (Martin, 2013). O Índice de Sustentabilidade de Recursos *Surf* (SRSI) foi criado por Martin e Assenov com essa finalidade e baseia-se na premissa de que a sustentabilidade e conservação de locais de *surf* pode beneficiar da inovação de uma avaliação métrica (Martin, 2013; Martin & Assenov, 2013a; Martin & Assenov, 2013b; Martin & Assenov, 2014). Desta forma, contribui para classificar e priorizar os locais de *surf*, para estudar e avaliar a sustentabilidade do turismo de *surf* e identificar os pontos fortes e pontos fracos dos recursos costeiros, contribuindo assim para uma melhor gestão desses espaços (Martin, 2013; Martin & Assenov, 2013b; Martin, 2014). Este índice, com 27 indicadores do turismo *surf* (Quadro 3.2), pode ser adaptado para desenvolver as melhores práticas para *surfistas*, operadores de turismo de *surf* e turistas de *surf* (Martin & Assenov, 2014). Serve ainda para descrever e identificar os atributos específicos de um sítio contribuindo assim para identificar os problemas e os impactos dessas zonas e elevar o nível de consciencialização dos *surfistas* para participarem no processo de conservação dos locais vocacionados para o *surf* (Martin & Assenov, 2013a; Martin & Assenov, 2013b; Martin, 2014).

Quadro 3.2 Índice/Indicadores relacionados com o *surf*

Indicadores	Indicadores específicos
Ambientais	Biodiversidade; Construções antrópicas; Capacidade de carga; Qualidade ambiental da praia; Qualidade da água; Risco -vida marinha: Documenta a presença de vida aquática ou de predadores marinhos que podem representar riscos para os usuários do destino; Risco- correntes: Identifica e documenta as correntes (eg: correntes oceânicas perigosas, tais como correntes de retorno); Qualidade, diversificação e consistência da onda;
Económicos	Infraestruturas e facilidades relacionadas com o <i>surf</i> ; <i>Stakeholders</i> : Identifica os principais atores do destino com interesses económicos a nível da modalidade; Indústria do <i>surf</i> no destino: Número de atividades relacionadas com a modalidade; Não-valores de mercado relacionados com o <i>surf</i> : Estima o valor significativo económico em termos sociais, culturais e outros valores não monetários; Turismo de <i>surf</i> : Número de concorrentes, turistas domésticos e internacionais que interagem no destino. Estima os impactes económicos relacionados com a experiência do turismo de <i>surf</i> , incluindo hotéis disponíveis para os turistas de <i>surf</i> , aulas de <i>surf</i> , aluguer de material, etc. Considera os vários segmentos de mercado (“hard <i>surf</i> tourists”, “soft <i>surf</i> tourists”-mais detalhado no tópico 5.6);
Sociais/ Culturais	<i>Clubs- boardrider</i> : Número de clubes ou organizações públicas ou privadas que acedem aos locais; <i>Clubs-lifesaver</i> : Número de organizações públicas ou privadas que salvam vidas; Cultura de <i>surf</i> do destino: Número de anos que o destino é conhecido para a prática de <i>surf</i> ; Segurança do destino; Experiência social: Avalia as condições sociais que cercam a experiência do <i>surf</i> nos destinos; Capacidade de carga psicossocial: Estima o número de surfistas na área pode acomodar em termos de lotação; Comunidade de <i>surf</i> do destino: Número de surfers na comunidade; Eventos ligados ao <i>surf</i> ;
Políticos/ Institucionais	Segurança da praia e mar; Educação e interpretação: Identifica o tipo, número e visibilidade da sinalização e interpretação dos locais, bem como materiais impressos sobre o destino; Estatuto legislativo: Define o tipo ou nível de governança no local. Identifica a transparência na política de conservação ou de proteção (se houver). Identifica quaisquer políticas ou leis que se sobrepõem no contexto da Gestão Integrada da Zona Costeira; Gestão: Identifica a existência de orientações ou normas para as atividades no local e avalia, a eficácia da sua aplicação; Número de organizações não-governamentais no destino; Facilidade de acesso público: Identifica o nível de acessibilidade ou outras questões relacionadas com o direito do público, tais como leis, hotéis ou infraestrutura que proíbem a entrada nos locais.

Fonte: Martin & Assenov (2014)

A breve descrição do índice ligado ao *surf* tem como intuito servir de base para o estudo de caso desta dissertação. Importante realçar que nem todos estes indicadores mencionados serão utilizados posteriormente no estudo de caso, servindo apenas como suporte e fundamento para sistematizar os mais adequados para a pesquisa.

Contudo, estes indicadores têm também vozes críticas. De facto, apesar da sua importância, estes indicadores têm estado rodeados de controvérsia “em face das simplificações que são efetuadas na aplicação destas metodologias” (DGA, 2000, p. 14) ou por outras palavras como referem Bell e Morse (2008, p. 41), “o problema é que eles (indicadores) tentam encapsular processos complexos e diversificados em poucas medidas relativamente simples”. Aliado a este reducionismo de processos complexos, está a perceção comum de que os cientistas, os decisores políticos e outros *stakeholders* estão obcecados com a quantificação. O debate que se coloca, no entanto é que a quantificação tem limitações, e claramente não é possível quantificar toda a experiência humana e incorporar toda a riqueza das complexas inter-relações da humanidade com a natureza (argumentação), reforçada pela noção que a sustentabilidade em si é uma visão humana e que por definição está interligada com os valores humanos (Bell & Morse, 2008). No quadro 3.3 encontra-se resumidas as vantagens mas também as desvantagens (DGA, 2000; Bell & Morse, 2008) da utilização dos indicadores no contexto do desenvolvimento sustentável.

Quadro 3.3: Síntese de algumas vantagens e limitações da aplicação de indicadores e índices de desenvolvimento sustentável

Vantagens	Desvantagens
Avaliação dos níveis de desenvolvimento sustentável com base em quantificações, facilitando a sua medição; Capacidade de sintetizar a informação de carácter técnico/científico; Identificação das variáveis-chave do sistema; Facilidade de transmitir a informação; Bom instrumento de apoio à decisão e aos processos de gestão ambiental; Sublinhar a existência de tendências; Possibilidade de comparação com padrões e/ou metas pré-definidas.	Inexistência de informação base; Dificuldades na definição de expressões matemáticas que melhor traduzam os parâmetros selecionados; Perda de informação nos processos de agregação dos dados; Diferentes critérios na definição dos limites de variação do índice em relação às imposições estabelecidas; Ausência de critérios robustos para seleção de alguns indicadores; Dificuldades na aplicação em determinadas áreas como o ordenamento do território e a paisagem; Simplificação de processos complexos.

Fonte: DGA (2000); Bell & Morse (2008)

É fundamental assim continuar a refletir sobre a melhor forma de avaliar o “imensurável” uma vez que a ideia de medir a sustentabilidade em absoluto e de forma reducionista, como os indicadores da sustentabilidade o fazem, não é viável. Ele não deve ser feito porque a sustentabilidade em si não é só um único elemento sendo um conceito altamente complexo,

e a simplificação da sua complexidade é extremamente redutor. Neste seguimento, a sua complexidade leva a uma ampla variedade de interpretações dependendo assim das várias perceções de todas as partes envolvidas (Bell & Morse, 2008).

É relevante ainda salientar que a utilização de indicadores é uma parte de uma abordagem mais holística para o planeamento e gestão do turismo – destinos (Manning, 1999), sendo estes englobados nos instrumentos políticos que incluem ainda uma vasta gama de outras ferramentas com o intuito de facilitar a boa gestão (Moniz, 2006). A importância destes instrumentos políticos (e.g. rótulo ecológico da UE ou o sistema comunitário de eco-gestão e auditoria) é bem patente no compromisso avocado pela Comissão Europeia em utilizá-los em prol do desenvolvimento sustentável do turismo na Europa (Moniz, 2006). Estes instrumentos incluem tanto a regulamentação coativa tradicional (instrumentos obrigatórios), como a auto-regulação do próprio sector (instrumentos voluntários) sendo os mais evidentes referenciados no quadro 3.4.

Quadro 3.4: Instrumentos políticos mais utilizados para promover a sustentabilidade

Instrumentos	Empresas	Destinos	Turistas
Obrigatórios	Regulamentação específica (avaliação de impacte ambiental) Permissões e quotas (moratórias)	Regulamentação específica (ordenamento do território) Avaliação de impacte ambiental	Regulamentação específica (normas de conduta em áreas protegidas) Taxas
Voluntários	Códigos de conduta Guias de boas práticas Prémios Rótulos ecológicos Auditorias Sistemas de gestão ambiental (SGAs) Indicadores <i>Benchmarking</i>	Códigos de conduta Guias de boas práticas Prémios Rótulos ecológicos (e.g. bandeira azul) Auditorias SGAs Indicadores Agenda 21 Local	Códigos de conduta

Fonte: Adaptado de Fullana e Ayuso (2002, citado por Moniz, 2006)

No que diz respeito aos primeiros (obrigatórios), estes são referentes à legislação em vigor em “matéria de turismo, ambiente e ordenamento do território e respetiva regulamentação” (Moniz, 2006, p. 95). Segundo a mesma autora, os instrumentos voluntários emergiram com mais abundância no início da década de 1990 em resposta aos desafios que a Agenda 21, e mais especificamente pela *Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry*, lançaram. Estes

podem ser utilizados pelas autoridades com a finalidade de orientar o comportamento dos *stakeholders* desde os agentes turísticos, turistas até à comunidade local, utilizando para isso, códigos de conduta, guias de boas práticas, rótulos ecológicos, etc. São normalmente aplicados a unidades de alojamento, estabelecimentos de restauração, actividades desportivas e de lazer, atrações turísticas, destinos turísticos, operadores turísticos, empresas de transporte e associações (Fullana & Ayuso, 2002, citado por Moniz, 2006, p. 95).

Outra ferramenta voluntária importante no alcance de um turismo sustentável é a criação de um Política de Turismo Sustentável¹³ ou Política de Turismo Responsável ou ainda Política de Turismo Responsável para a empresa pois permite planear e medir o progresso de forma mais eficiente da empresa; permite enfrentar os impactos negativos do turismo; possibilita obter vantagens comerciais significativas para a empresa, incluindo redução de custos, aumenta a quota de mercado, melhora o valor da marca e a sua reputação, preserva dos principais ativos da empresa (pessoas e lugares) e permite dar resposta à mudança de atitude da procura dos turistas para as férias 'verdes' e "éticas" juntamente com um desejo para uma experiência mais "autêntica" (*The Travel Foundation*, 2015).

Após a descrição genérica e sintetizada dos conceitos de desenvolvimento e turismo sustentável, dos indicadores que permitem analisar, mensurar e operacionalizar essa sustentabilidade bem como dos instrumentos políticos que permitem um melhor planeamento e gestão, passa-se seguidamente no capítulo 4 a algumas reflexões sobre a importância do planeamento no turismo e sua relação com estes conceitos.

3.5 Síntese e conclusões

A mudança de um paradigma de crescimento baseado somente na economia para um crescimento baseado no bem-estar das populações e do ambiente, criou a necessidade de unir dois conceitos: o desenvolvimento e a sustentabilidade. Os problemas causados pelo crescimento económico desmedido e a consciência ambiental que daí adveio despertaram na sociedade o motor para alterar o paradigma clássico da economia - baseado na utilização

¹³ Política de Turismo Sustentável: descreve a visão e os valores centrais de uma empresa e fornece uma estrutura para o desenvolvimento de metas, objetivos e planos de ação para o desenvolvimento sustentável. A política de turismo sustentável também pode ser conhecida como uma política de turismo responsável ou uma política de desenvolvimento sustentável (*The Travel Foundation*, 2015)

desmedida e inconsciente dos recursos naturais e no endeusamento do lucro em detrimento do bem-estar geral das pessoas e do meio ambiente. A revisão da literatura demonstra assim, que os conceitos de desenvolvimento e turismo sustentável emergiram como um critério fundamental para fazer face às problemáticas da era atual utilizando a sustentabilidade como um meio para preservar o futuro do Planeta e da Humanidade. No caso específico do turismo esta sustentabilidade deve ser encarada não como uma nova forma de turismo, mas como uma das bases onde o turismo se deve apoiar. Logo, o turismo sustentável não deve ser percebido como um novo tipo de turismo, mas como o fundamento base para os novos produtos turísticos. Contudo, ambos os conceitos estão envoltos em controvérsia uma vez que, são encarados por vários investigadores como uma quimera que não apresenta praticabilidade. Porém, os impactes da vida moderna e do turismo, no ambiente e no desequilíbrio social não é uma utopia, é uma realidade com proporções cada vez mais catastróficas e cientificamente comprovadas. Desta forma, não se pode unicamente questionar estes conceitos, é necessário atuar e criar condições para que estes conceitos se desenvolvam, e se tornem uma realidade mais presente, capaz de interferir positivamente num equilíbrio mais justo do mundo.

É pois necessário ter em atenção a monitorização do desenvolvimento e turismo sustentável pois só assim, estes dois conceitos terão forma de avaliar e monitorizar a sua eficácia. Torna-se portanto evidente que os indicadores de sustentabilidade são peças fundamentais para a operacionalização dos conceitos de desenvolvimento e turismo mais sustentável. Estas ferramentas contribuem para um processo de decisão mais informado, pois permitem detetar e controlar através da monitorização, os impactes das atividades.

4 Capítulo 4 – A importância do planeamento para o alcance da sustentabilidade

4.1 Introdução

O desenvolvimento e o turismo sustentável têm sido vítimas de críticas à sua praticabilidade. No capítulo anterior referiu-se os indicadores da sustentabilidade como forma de operacionalizar esses conceitos. Assim, eles são ferramentas essenciais para fornecer informações preciosas aos decisores de forma a garantir que o planeamento e desenvolvimento dos territórios ou das atividades económicas estão a ser geridas segundo os princípios da sustentabilidade. Porém, para alcançar eficazmente os objetivos do desenvolvimento e do turismo sustentável é essencial não só ter esse conhecimento, mas usá-lo no planeamento estratégico dos locais. Assim, o planeamento tem um papel preponderante para o sucesso destes conceitos, sendo essencial debruçar sobre este tema para:

- (i) Perceber o conceito de planeamento e planeamento estratégico;
- (ii) Perceber a relação entre este e a sustentabilidade;
- (iii) Perceber a relação entre o planeamento e o turismo sustentável;
- (iv) Perceber a importância do planeamento na Gestão Integrada das Zonas Costeiras (GIZC);
- (v) Aprofundar o tema da GIZC;
- (vi) Identificar desafios e problemas que podem prejudicar o planeamento sustentável;
- (vii) Detetar formas de os mitigar.

Assim, primeiro foi realizado uma pesquisa sobre o conceito de planeamento (secção 4.2), aprofundando o tema para identificar as relações existentes entre este e o sucesso do desenvolvimento sustentável. Seguidamente procedeu-se a uma pesquisa para enquadrar o turismo neste tema (secção 4.3). A gestão integrada das zonas costeiras é aprofundada no subcapítulo (secção 4.4). No final é realizada uma síntese e conclusão (secção 4.5).

4.2 O conceito de planeamento

Apesar de numa forma geral, o planeamento poder ser encarado como uma atividade altamente formalizada e disciplinada pelo qual a sociedade induz mudanças em si mesmo (UNEP, 2009) ligada à produção de planos e onde se definem objetivos e se avaliam os

meios para os alcançar, não existe um consenso sobre o conceito de planeamento (Costa, 1996). Tal facto advém de ser um processo empregue em distintas atividades e disciplinas, complexo, contínuo e dinâmico (Costa, 1996; Henrique, 2003), que está ligada somente aos seres humanos e, como tal, às ciências sociais, não permitindo uma abordagem única para o mesmo problema (Costa 1996).

O planeamento deve ser considerado como “uma atividade eminentemente política, e por isso, deverá ser estratégico e integrador, orientado para a ação, proactivo e com continuidade (Gunn, 1988, citado por Henrique, 2003). Deve ser assim estratégico sendo a definição de planeamento estratégico também complexa e não consensual (Albrechts, 2001, 2004) na medida em que vários autores e profissionais empregam este termo de forma distinta (Albrechts, 2004). Contudo, uma vez que sai da linha de orientação desta dissertação minuciar as diferentes definições do conceito e havendo necessidade de definir somente para fins de linha condutora, segue-se o pensamento de Carvalho (2009a), que apesar de simples serve os propósitos deste presente trabalho. Para este autor, o planeamento estratégico é considerado um sistema de planeamento, capaz de “entender e atuar sobre as condições sociais e económicas do desenvolvimento e não apenas sobre as suas consequências, bem como criar condições para promover o desenvolvimento segundo princípios de cultura de transformação urbana e de desenvolvimento sustentável” (Carvalho, 2009a, p. 1423). Por isso, ele é considerado visionário, orientado para o objetivo e para a ação, dinâmico, flexível, adaptável e pensado numa perspetiva a longo prazo (UNEP, 2009). Assim, o planeamento ao preocupar-se com o desenvolvimento sustentável deve integrar, no seu desenvolvimento, as preocupações com a qualidade de vida, com critérios de equidade entre as populações atuais e futuras, com a participação e cooperação, bem como incorpora as dimensões económicas e éticas do bem-estar humano (Henrique, 2003). Desta definição pode-se concluir que o planeamento estratégico é um elemento fundamental para o território e para a operacionalização e concretização dos objetivos do desenvolvimento sustentável tendo um papel crucial na redução ou prevenção de impactes adversos.

Apesar de o planeamento não ser considerado um fenómeno atual, já que sempre fez parte da civilização, encontrando-se vestígios em outras civilizações como nos Maias, na Mesopotâmia, na Grécia antiga ou no Império Romano, entre outras (Costa, 1996; Costa,

2001a), a sua evolução na época contemporânea tem sido bastante acentuada fruto da necessidade de conseguir responder aos constantes desafios da época moderna (Carvalho, 2009a; Henrique, 2003). Desta forma o planeamento procura adaptar-se às mudanças sociais e ambientais que ocorrem constantemente, modificando-se e assumindo novas dimensões e preocupações (Albrechts, 2004; Carvalho, 2009a, Marujo & Carvalho, 2010), originado “uma nova etapa nos processos de ordenamento e gestão do território” (Carvalho, 2009a, p. 1423). Essas mudanças incluem o fomento da aplicação de metas e de indicadores que permitem a avaliação e monitorização, o estímulo à participação esclarecida de todos os *stakeholders* interessados no processo de planeamento procurando a convergência de interesses, bem como, a interligação potencial entre o ordenamento do território e os processos da Agenda 21 (Carvalho, 2009a; Marujo & Carvalho, 2010).

4.3 O planeamento em turismo

Os impactes negativos associados ao turismo em geral, já mencionado, são sobretudo devido ao desenvolvimento turístico não suportado num planeamento adequado (Almeida & Abranja, 2009; Costa, 1996; Fazenda, Silva & Costa, 2008; UNEP, 2009). A agravar esta situação, nas zonas costeiras, o planeamento e desenvolvimento de atividades turísticas é principalmente baseado:

“[...] em critérios financeiros, enquanto o ambiente é tomado em consideração apenas em um sentido que pode ser descrito como tentando para minimizar os efeitos dado o orçamento disponível. Este processo leva ao desenvolvimento insustentável das zonas costeiras, que não só tem um impacto negativo no ambiente e na sociedade, mas, a longo prazo, também está a minar os benefícios económicos do turismo, uma vez que destrói a base da atividade de turismo nas zonas costeiras, nomeadamente a variedade da paisagem, a biodiversidade e os serviços ecossistémicos – no mar e em terra”. (UNEP, 2009, p. 3)

Na mesma linha de pensamento, Almeida e Abranja (2009, p. 29) mencionam que “o turismo, quando devidamente planeado, ajuda a justificar e a subsidiar a conservação de áreas naturais importantes e da vida selvagem, bem como dos sítios arqueológicos e históricos”. Assim a necessidade de promover um desenvolvimento turístico sustentável, tem sido o mote para procurar abordagens alternativas de planeamento capazes de diminuir os problemas originados por este setor e, simultaneamente promover os benefícios que esta atividade turística oferece (Costa, 1996; Fazenda et al., 2008).

Uma vez que as atrações turísticas não são finitas devendo ser consideradas e tratadas como recursos finitos e, possivelmente, não renováveis (Butler, 1980), o planeamento em turismo surge assim como uma ferramenta-chave para “salvaguardar os recursos naturais e histórico-culturais, dos quais a atividade turística depende e, simultaneamente, para promover uma maior eficácia e eficiência nos investimentos públicos e privados a realizar numa determinada região” (Fazenda et al., 2008, p. 79). Assim, planejar o turismo “é uma condição necessária para a organização, a viabilidade e a sustentabilidade da própria atividade, e a sua evolução em harmonia com os pilares do desenvolvimento sustentável designadamente as vertentes económica, social, cultural e ambiental” (Carvalho, 2009a, p. 1422). Deste modo, sem preocupações de um planeamento sustentável, um destino turístico poderá culminar numa fase de completa insustentabilidade (Butler, 1980). De facto, o planeamento implica sempre o verbo planejar e este, segundo Edgell et al. (2008, p. 193), assenta na relação entre o futuro e “a compreensão das tendências atuais e condição atual do meio ambiente” pois quem “planeia antevê o futuro, quantifica-o e orienta-o” (Marujo & Carvalho, 2010, p. 151). Deve contemplar no turismo, os aspetos económicos, sociais, culturais e ambientais de um destino turístico (Edgell et al., 2008). Consequentemente, um plano estratégico turístico não é mais, nem menos, do que um conjunto de decisões sobre o que fazer, por que fazê-lo e como fazê-lo” (Edgell et al., 2008, p. 302). O planeamento do turismo é portanto “uma ferramenta estruturante da política de desenvolvimento sustentável” (Carvalho, 2009a, p. 1421) e o turismo que pretende ser sustentável não pode deixar de evoluir sem um planeamento (Marujo & Carvalho, 2010). De facto a ligação entre planeamento e turismo é crucial pois só assim esta atividade económica terá um papel pró-ativo na sustentabilidade das zonas costeiras permitindo valorizar o ambiente, salvaguardar os recursos turísticos ambientais, satisfazer as necessidades das populações locais e dos turistas e contribuir para uma sólida economia, a longo prazo, destas regiões reduzindo os seus impactes negativos e contribuindo para a defesa da praticabilidade do conceito de desenvolvimento sustentável. Como reforça Silveira (2002, citado por Marujo & Carvalho, 2010, p. 151), este conceito se não articulado com as “políticas e práticas do planeamento territorial do turismo a nível local, a sustentabilidade não passa de retórica”. A relevância do processo de planeamento para o desenvolvimento sustentável do turismo é, portanto, uma ferramenta fundamental para o alcance do equilíbrio dos princípios ligados à sustentabilidade (Burns, 2004; Fazenda et al., 2008; Henrique, 2003; Marujo & Carvalho, 2010). Neste sentido, o planeamento do turismo

deve ser regido, de acordo com Ruschmann (2008, citado por Carvalho & Marujo, 2010, p. 158), pelos seguintes objetivos:

- Coordenar e controlar o desenvolvimento espontâneo;
- Promover os incentivos necessários para estimular o estabelecimento de equipamentos e serviços turísticos;
- Maximizar os benefícios socioeconómicos e minimizar os custos, visando o bem-estar da comunidade recetora e a rentabilidade dos empreendimentos do sector;
- Definir políticas e processos de implementação de equipamentos e atividades;
- Garantir que os espaços necessários ao desenvolvimento turístico não sejam empregados em outras atividades económicas;
- Evitar deficiências ou congestionamentos onerosos;
- Minimizar a degradação dos locais e recursos sobre os quais o turismo se estrutura e proteger aqueles que são únicos; cientificar a autoridade política responsável pela implantação de todas as implicações do planeamento;
- Capacitar os vários serviços públicos para a atividade turística;
- Garantir a introdução e o cumprimento dos padrões reguladores exigidos da iniciativa privada;
- Garantir que a imagem do destino se relacione com a proteção ambiental e a qualidade dos serviços prestados;
- Atrair financiamentos nacionais ou internacionais, bem como assistência técnica para o desenvolvimento do turismo e a preservação ambiental;
- Coordenar o turismo com outras atividades económicas, integrando o seu desenvolvimento nos planos económicos e físicos do país.

De acordo com Edgell et al. (2008, p. 298), o planeamento do turismo se for eficaz apresenta inúmeras vantagens para os destinos, nomeadamente:

- (i) O planeamento do turismo fortalece a política de turismo de um território;
- (ii) O planeamento do turismo através do pensamento racional e organizado concentra-se nas metas e objetivos de uma determinada localidade;
- (iii) É um processo altamente integrativo;
- (iv) Equilibra objetivos económicos com a necessidade de conservação do meio ambiente e em melhorar a qualidade de vida das comunidades locais.

Contudo, no campo do turismo, o planeamento contém diferentes conceitos, sendo “estudado de acordo com as diferentes visões dos investigadores” (Marujo & Carvalho, 2010, p. 152) e considerado um “fenómeno interdisciplinar que envolve a interrelação de diversas componentes do produto turístico” (Marujo & Carvalho, 2010, p.158). O planeamento turístico, apesar de ter emergido como uma especificidade do planeamento urbano (Costa, 2001a), tem-se diferenciado deste e do planeamento regional tradicional (Costa, 2001a; Marujo & Carvalho, 2010) sofrendo modificações ao longo dos anos para acompanhar as novas exigências e especificidades da atividade turística (Hall, 2001; Marujo & Carvalho, 2010).

De facto, em turismo, o planeamento passou do tradicionalmente foco do zonamento do uso da terra, desenvolvimento de infraestruturas (e.g. estradas e esgotos), alojamento, regulamentação das construções e desenvolvimento local, para um planeamento mais amplo que inclui as preocupações ambientais e socioculturais, bem como a necessidade de desenvolver e promover estratégias de desenvolvimento económico à escala local, regional e nacional (Hall, 2001).

Assim, atualmente ocorre de diferentes formas (desenvolvimento, de infraestrutura, *marketing* e comercialização), em diferentes estruturas (governo, organizações quase governamentais e não-governamentais), em diferentes escalas (internacionais, nacionais, regionais, locais e sectoriais) e em diferentes escalas de tempo para o desenvolvimento, implementação e avaliação (Hall, 2001; Hall & Page, 2006, citado por Marujo & Carvalho, 2010; Henrique, 2003).

De igual forma, o planeamento em turismo tem evoluído de uma dicotomia entre uma abordagem holística ¹⁴e uma abordagem mais economicista ¹⁵(Burns, 2004; Marujo &

¹⁴ Abordagem holística: tem como principal objetivo o desenvolvimento social e a proteção ambiental, mas porém, a nível económico, não consegue produzir benefícios para todos. Foca em metas de desenvolvimento humano sustentável definido pela população e conhecimento local. (Burns, 2004; Marujo & Carvalho, 2010).

¹⁵ Abordagem economicista: o foco está na indústria e nas metas determinadas pelos planeadores externos e pela indústria internacional do turismo (Burns, 2004). É uma abordagem defensora do desenvolvimento económico capaz de “aumentar as chegadas de turistas e hotéis alojamento” (Burns, 2004, p. 24), mas incapaz de desenvolver o bem-estar da comunidade local (Burns, 2004; Carvalho & Marujo, 2010).

Carvalho, 2010) consideradas redutoras, demasiado formatadas e homogêneas que provoca deficiências e limitações e indubitavelmente a sua insustentabilidade (Burns, 2004) para uma abordagem mais participativa e menos redutora (Burns, 2004; Marujo & Carvalho, 2010). Este novo paradigma tem como objetivo “fornecer uma plataforma para o crescimento sustentável e o desenvolvimento humano” (Burns, 2004, p. 40) através de uma participação, cooperação e mobilização de todos os atores sociais (Burns, 2004; Carvalho, 2009a; Edgell et al., 2008; Henrique, 2003; Marujo & Carvalho, 2010).

Esta evolução defende que a eficiência do planeamento depende da integração dos vários interesses (Manning, 1999), da participação e cooperação de todos os *stakeholders* envolvidos e do seu dinamismo para conseguir adaptar-se às constantes mudanças do mundo, às novas tendências e à competitividade dos mercados atuais (Edgell et al.2008; Henrique, 2003; Marujo & Carvalho, 2010; UNEP, 2009), sendo fundamental no quadro do planeamento de um turismo sustentável (Henrique, 2003). O planeamento deve ser pensado, portanto de uma forma estratégica para conseguir unificar diagnósticos, harmonizar opiniões e estimular a mobilização e cooperação de todos os atores sociais e estes domínios são fundamentais para desenvolver um turismo que se pretenda sustentável (Carvalho, 2009a; UNEP, 2009). Como é expressado em UNEP (2009, p. 73), “o verdadeiro sucesso de qualquer planeamento reside na participação efetiva de todas as partes interessadas no processo de tomada de decisão. Os exercícios participativos conduzem as pessoas a envolverem-se cada vez mais na sua própria sociedade e influenciar as decisões que afetam as suas vidas”. Deve ainda incluir, segundo o UNEP (2009), uma estreita coordenação com as estruturas legislativas e políticas locais e regionais, deve estimular um novo papel para os planeadores como educadores e prestadores de conhecimentos técnicos, e não apenas os *designers* do plano. O planeamento deve ser também projetado principalmente por aqueles que têm uma participação no resultado (UNEP, 2009). É assim fundamental o planeamento estratégico do turismo¹⁶ uma vez que este permite “otimizar os benefícios do turismo, para que os resultados sejam o equilíbrio entre a qualidade e quantidade da oferta e o nível adequado da procura, sem comprometer o desenvolvimento socioeconómico e o ambiente e a sua sustentabilidade” (Edgell et al., 2008, p. 297).

¹⁶ Planeamento estratégico do turismo: é geralmente uma política / planeamento / ferramenta de gestão para ajudar uma entidade ligada ao turismo (nacional, regional, local) na organização, de forma a atingir os objetivos desejados, enquanto se concentra em recursos disponíveis para a obtenção de maiores benefícios. Com efeito, é um plano para ajudar a moldar e orientar a entidade a alcançar os seus objetivos futuros (Edgell et al., 2008, p. 299).

Contudo, e apesar da sua relevância, o planeamento enfrenta grandes desafios de coordenação e cooperação, uma vez que esta indústria implica o envolvimento de múltiplas atividades económicas (Fazenda et al., 2008; Edgell et al., 2008; Hall, 2001; Marujo & Carvalho, 2010; Moniz, 2006). A agravar esta situação, a pesquisa sobre os impactes do turismo, que deve ser a base para a boa tomada de decisão e elaboração de políticas e formulação de planos a nível da indústria do turismo, não é uma área que os governos e o setor privado têm apoiado particularmente (Edgell et al., 2008). De facto, a investigação fiável e exaustiva sobre os impactes do turismo que deve servir de base para fundamentar as decisões políticas e os planos estratégicos com o propósito de alcançar uma gestão sustentável do destino turístico, têm ainda sido parcas. Apesar desta evidente necessidade, e ainda que no passado, houvesse já pesquisas realizadas, centradas sobretudo no lado da procura turística, ou em questões económicas ou de *marketing* há ainda uma negligência em questões importantes nomeadamente, o lado da oferta e dados sobre o desenvolvimento do turismo de forma sustentável (Edgell et al., 2008). Torna-se evidente que só com uma investigação fiável e exaustiva sobre os impactes do turismo, através do recurso a indicadores da sustentabilidade (Almeida & Abranja, 2009), é que é possível uma tomada de decisão consciente que contribua para um bom e coerente planeamento e desenvolvimento de políticas de turismo (Almeida & Abranja, 2009; Edgell et al. 2008; UNEP, 2009). Como defendem Edgell et al. (2008, p. 303), “para tomar uma decisão, qualquer organização ligada ao turismo deve basear, o processo de planeamento em dados sólidos e válidos” e Almeida e Abranja, 2009, p.27 “a análise do impacte do desenvolvimento turístico sobre os recursos naturais e culturais deve servir de base para o planeamento e gestão dessa mesma atividade”. Torna-se fundamental fornecer ferramentas apropriadas aos decisores para que estes tenham uma ideia clara das eventuais pressões que o turismo pode causar (UNEP, 2009). É assim basilar limar as arestas que ainda persistem a nível de pesquisa e planeamento em turismo uma vez que apesar destas dificuldades inerentes às características singulares da indústria do turismo, o planeamento estratégico do turístico sustentável, é uma inevitabilidade. Na realidade, só com um bom planeamento a finalidade de “satisfazer as necessidades económicas, sociais e estéticas sem colocar em causa a continuidade dos recursos turísticos (designadamente culturais e ecológicos) ” (Carvalho, 2009a, p. 1424) é alcançada (Carvalho, 2009a; Edgell, et al.,2008; Fazenda et al.,

2008; Marujo & Carvalho, 2010). Como reforçam Edgell et al. (2008, p. 97), “quando bem planeado estrategicamente e executado, o turismo constitui um fluxo económico [...] e é um incentivo para preservar as melhores coisas que um destino tem para oferecer – desde o seu litoral cênico, aos seus habitats selvagens, seus bairros históricos, a sua cultura local, o seu folclore ou a sua herança”. O planeamento e a gestão bem-sucedida em turismo assume assim um papel crucial no futuro do setor do turismo (Costa, 2001a), conduzindo a um turismo e a um destino mais sustentável (Edgell et al., 2008) permitindo o desenvolvimento de novos negócios, crescimento do emprego, aumento receita, incentivo à diversificação e comercialização de novos produtos, melhoramento das infraestruturas, conexão com outras atividades; e desenvolvendo a economia dos territórios e o bem-estar da comunidade local (Edgell et al., 2008). Como expõem Edgell et al. (2008, p. 298), “o planeamento do turismo é essencial para a sustentabilidade do futuro e deve promover a conservação dos recursos que o turismo é dependente e melhorar a qualidade de vida para a maioria dos residentes locais”. Sumariamente pode referir-se que o planeamento estratégico é uma abordagem que permite melhorar as oportunidades de um destino para que este alcance a sustentabilidade a longo prazo através de um planeamento cuidadoso, envolvendo todas as dimensões ligadas ao conceito de desenvolvimento sustentável e uma monitorização e avaliação rigorosa (Albuquerque, 2013; Carvalho, 2009a; Edgell et al., 2008; Henrique, 2003; Marujo & Carvalho, 2010; UNEP, 2009). Um bom planeamento e gestão do turismo são, portanto, essenciais para maximizar os benefícios positivos do turismo e minimizar os seus impactos negativos, sendo necessário que este seja um processo transparente, contínuo, flexível, adaptável (UNEP, 2009). A integração do turismo costeiro no planeamento estratégico permite minimizar problemas induzidos pelo setor e assegurar a própria sustentabilidade da indústria do turismo e dos recursos costeiros (UNEP, 2009).

4.4 O planeamento nas zonas costeiras

Como anteriormente referido, a forte sensibilidade das zonas costeiras e a sua limitada “resiliência” para recuperar da pressão colocam em causa o equilíbrio destas regiões e a sua própria sustentabilidade (Albuquerque, 2013; CE, 1999b; Martins, 1997; Pinho et al., 2008). Urge assim gerir e planear eficazmente este espaço comum de forma integrada para promover a sustentabilidade das zonas costeiras (CE, 1999b), tornando-se essencial integrar o conceito de desenvolvimento sustentável nestes territórios.

O planeamento sendo um eixo fundamental dos instrumentos de gestão territorial (Carvalho, 2009a) torna-se um elemento crucial para a proteção das zonas costeiras (Edgell et al., 2008; UNEP, 2009) e para a operacionalização do desenvolvimento sustentável (Carvalho, 2009a; Marujo & Carvalho, 2010). Consequentemente é importante a aplicação e o desenvolvimento de estratégias integradas de gestão das zonas costeiras a fim de mitigar os problemas causados sobretudo pelas atividades económicas e pela ação antrópica (ENGIZC, 2009; Pinho, et al., 2008; UNEP, 2009). A existência de uma má gestão contínua de muitas zonas costeiras da Europa com conseqüente degradação destas zonas tem estado relacionado, segundo a CE (1999b, p. 5), com uma “informação insuficiente ou inadequada sobre o estado das zonas costeiras e o impacto das atividades humanas (económicas e não económicas; uma coordenação insuficiente entre os diferentes níveis e sectores da administração, e entre as respetivas políticas e uma participação e consulta insuficiente dos interessados”. Seguindo a mesma linha de pensamento, “a maioria dos problemas e conflitos físicos observados nas zonas costeiras da Europa pode ser imputada a deficiências processuais, de planeamento, políticas e institucionais, muitas das quais têm a sua origem na falta de consciência da importância económica e social estratégica de uma gestão sustentável das zonas costeiras” (CE, 1999b, p. 9).

Já no Relatório Brudtland, ciente da pressão existente nas zonas costeiras, é descrito que os efeitos dessas pressões serão aumentados se as abordagens políticas e de gestão atuais perdurarem, sendo essencial que as autarquias costeiras façam uma revisão urgente do quadro jurídico e institucional (Albuquerque, 2013). Esta preocupação foi reforçada e desenvolvida na conferência do Rio (1992) com a criação da Agenda 21, onde se inclui um capítulo dedicado à zona costeira (capítulo 17 – Proteção dos oceanos, de todos os tipos de mares – inclusive mares fechados e semifechados – e das zonas costeiras, e proteção, uso regional e desenvolvimento de seus recursos vivos) (Albuquerque, 2013; Martins, 1997). Nesta conferência reconheceu-se que a melhor forma de planejar e gerir as regiões costeiras seria através de uma GIZC visto que esta está focaliza numa abordagem global dos problemas e no desenvolvimento sustentável (Albuquerque, 2013; Martins, 1997). A gestão integrada das zonas costeiras ajuda assim a “garantir o desenvolvimento de infraestruturas

sustentáveis e ecológicas através de um planeamento inteligente e da cooperação entre os governos, os parceiros públicos e os privados” (CE,2014a, p.6).

A GIZC é assim considerada como um instrumento impulsionador do desenvolvimento sustentável (Pinho et al., 2008; UNEP, 2009) e encarada, segundo a CE (1999b, p. 16), como “um processo dinâmico, contínuo e interativo destinado a promover a gestão sustentável das zonas costeiras”, permitindo conciliar diferentes objetivos e opiniões (UNEP, 2009). Seguindo a mesma linha de pensamento, a UNEP (2009, p., 49) refere que é “um processo contínuo, pró-ativo e adaptativo da gestão de recursos para o desenvolvimento sustentável nas zonas costeiras”. Os seus objetivos pretendem:

Procurar equilibrar, a longo prazo, os benefícios do desenvolvimento económico e das utilizações humanas da zona costeira; os benefícios que advêm da proteção, preservação e restauração das zonas costeiras; os benefícios da minimização da perda de vidas humanas e de bens; e os benefícios do acesso e usufruto públicos das zonas costeiras, sempre dentro dos limites estipulados pela dinâmica e capacidade de carga naturais. (CE, 1999b, p. 16)

A GIZC não é portanto meramente uma política ambiental (Albuquerque, 2004; CE, 1999b; CE, 2001; Pinho, et al., 2008) e o seu processo não se refere somente à “gestão”, pois na realidade, abrange todo o ciclo de “recolha de informação, planeamento, tomada de decisões, gestão e acompanhamento da execução” (CE, 1999b, p. 16). Na sua vertente política implica a criação de planos de ordenamento das zonas costeiras bem como planos de proteção local em situações de emergência, a avaliação dos impactes ambientais (AIA) dos projetos previstos para estas zonas de forma a tornar operacional o conceito de desenvolvimento sustentável (Albuquerque, 2013).

Para além disso, é um processo que implica a cooperação, comunicação e colaboração entre os vários intervenientes (ETE, s.d; Martins, 1997; UNEP, 2009) sendo fundamental agregar o conhecimento de todos os envolvidos, facilitando o acesso à informação e envolvendo consciente e ativamente todos os cidadãos neste processo de gestão territorial (Albuquerque, 2013; CE, 1999b; Martins, 1997; Pinho, et al., 2008). Aliás, como sustentam Pinho et al. (2008, p. 84), “as estratégias relacionadas com o desenvolvimento sustentável deverão exigir o envolvimento ativo de todos os cidadãos”. Este planeamento participativo permite fomentar não só o empenho e a responsabilidade partilhada, mas tira partido do

conhecimento local da população, garantindo o reconhecimento dos reais problemas podendo conduzir a soluções mais viáveis (CE, 1999b).

Esta GIZC deve não ser só aplicada na gestão geral da zona costeira, mas também em todos os sectores, tais como o turismo costeiro (UNEP, 2009). A nível desta atividade económica, a GIZC tem sido largamente reconhecida por muitos dos decisores e operadores de turismo como um caminho para o desenvolvimento sustentável do turismo costeiro (CE, 2001; Malta, et al., 2009; UNEP, 2009). Segundo a CE, (2001) e a UNEP, (2009), a GIZC a nível do turismo pode contribuir para reduzir os conflitos e aumentar a cooperação entre turismo costeiro e as outras atividades aí localizadas e resolver sobreposição de responsabilidades das instituições envolvidas. Nesta linha de pensamento, a GIZC oferece uma variedade de ferramentas – Avaliação Ambiental Estratégica (AAE), Avaliação da capacidade de carga (ACC), Avaliação de Impacto Ambiental (AIA), indicadores de sustentabilidade, etc. – que possibilitam e garantem um desenvolvimento mais racional e sustentável do turismo e este, por sua vez, faz com que o processo de GIZC seja mais eficiente (UNEP, 2009). Como menciona UNEP (2009, p. 15), “o desenvolvimento do turismo sustentável e da GIZC são vistos como dois processos paralelos, complementares e fortemente interligados”.

Contudo, um dos grandes desafios que os gestores costeiros encaram é o dar ao desenvolvimento do turismo um lugar adequado dentro dessa gestão integrada costeira, para permitir a sua sustentabilidade a longo prazo (UNEP, 2009).

A GIZC é guiada, segundo UNEP (2009, p. 51), pelos mesmos princípios gerais que regem o desenvolvimento sustentável e que dão o contexto para a realização dos objetivos do turismo sustentável:

- Abordagem holística: Todos os elementos desde os naturais, climáticos, ecológicos, socioeconómicas e culturais devem ser tidos em conta numa perspetiva holística e integrada;
- Gestão baseada nos ecossistemas: Deve ser aplicada de modo garantir o desenvolvimento sustentável das zonas costeiras;

- Boa governação: Implica uma coordenação institucional organizada, sectorial e transversal dos vários serviços administrativos na zona costeira, quer a nível horizontal quer a nível vertical;
- Solidariedade inter e intra-geracional: A GIZC deve ser utilizada para assegurar uma melhor distribuição dos recursos costeiros entre as gerações atuais e futuras;
- Salvaguarda do carácter distintivo das costas litorais: A multiplicidade e diversidade de atividades em zonas costeiras serão tidas em conta e será dada prioridade às atividades tradicionais das populações locais;
- Princípio da precaução e da prevenção: Ambos os princípios são necessários de maneira a não exceder a capacidade de carga da zona costeira e para evitar os impactos negativos das catástrofes naturais e do desenvolvimento.

Na União Europeia (UE), a existência de uma má gestão contínua de muitas zonas costeiras da Europa com conseqüente degradação destas zonas tem estado relacionado, segundo CE, 1999b, p.5, com uma “informação insuficiente ou inadequada sobre o estado das zonas costeiras e o impacto das atividades humanas (económicas e não económicas; uma coordenação insuficiente entre os diferentes níveis e sectores da administração, e entre as respetivas políticas e uma participação e consulta insuficiente dos interessados”. Destes problemas surgiu assim a necessidade de aplicar esforços no sentido da inserção de uma política coordenada das regiões costeiras da União - a GIZC Europeia - que “visa definir, subsidiariamente aos Estados Membros, a proteção da zona costeira” (CNADS, 2001, p.4).

Dessa necessidade, a União Europeia lançou, em 1996, o Programa de Demonstração sobre a Gestão Integrada das Zonas Costeiras e em 2000 a União Europeia elaborou a Estratégia Europeia de Gestão Integrada das Zonas Costeiras (Albuquerque, 2013). Algumas outras iniciativas e programas são exemplo desse esforço, nomeadamente a Resolução 94/C 135/02 do Conselho que salienta “a necessidade de uma estratégia comunitária para a gestão e o ordenamento integrados das zonas costeiras, com base em princípios de um desenvolvimento sustentável e de uma boa prática ecológica e ambiental” (CE, 1999b, p.18), as políticas sectoriais desenvolvidas, como a Diretiva Quadro da Água (Diretiva 2000/60/CE, de 23 de Outubro), Diretiva Quadro Estratégia Marinha bem como a Rede Natura 2000, a Agenda 2000, a Política Comum de Pescas, o “ Livro Verde” “Para uma futura política marítima da

União: Uma visão europeia para os oceanos e mares” (2006), a “Avaliação da Gestão Integrada da Zona Costeira (GIZC) na Europa” (2007) e o Crescimento Azul (política marítima integrada para a realização dos objetivos da Estratégia 2020) (Comissão Europeia, 2016a), entre outras que contribuem significativamente para um desenvolvimento mais sustentável destas zonas.

Em Portugal, o planeamento e ordenamento costeiro teve na figura de domínio público marítimo um dos primeiros exemplos da preocupação com a preservação e proteção destes locais (Ferrão, et al., 2006). Esta estratégia foi levada à aprovação, em 31 de dezembro de 1864 e constitui “a mais antiga e inovadora figura de ordenamento e de gestão do território no quadro dos países litorais” (Ferrão, et al., 2006, p. 111). A intensificação do uso e ocupação das zonas costeiras, bem como intensificação do turismo balnear, sobretudo a partir dos finais dos anos 1960, como já mencionado, levou à publicação do Decreto-lei n.º 468/71, de 5 de novembro, que introduziu a figura inovadora de zona adjacente. Em 1983 foi criada a figura da Reserva Ecológica Nacional (REN) pelo Decreto-lei n.º 321/83, de 5 de Julho e revisto pelo Decreto-lei n.º 93/90, de 19 de Março, sendo instrumento valioso para as zonas costeiras, visto que reconhece a sua singularidade que é necessário respeitar e preservar (Ferrão, et al., 2006). Nos finais da década de oitenta do século passado, e através da transcrição para o direito português da Carta Europeia do Litoral, as Zonas Costeiras Portuguesas (ZCP) foram encaradas numa perspetiva de gestão integrada com o objetivo primordial de estabelecer os fundamentos de uma gestão sustentável da orla costeira (CNADS, 2001; Ferrão, et al., 2006). Segue-se o Decreto-lei n.º 302/90, de 26 de Setembro, conhecido como “diploma da gestão urbanística do litoral”, que não conduziu aos resultados esperados e tendo em consideração que “qualquer intervenção nos espaços costeiros tem de ser enquadrada numa política de proteção e valorização do ambiente, [...] foi criada a figura dos planos de ordenamento da orla costeira (POOC) pelo Decreto-lei n.º 309/93, de 2 de Setembro” e revogado pelo Decreto-lei n.º 380/99, de 22 de Setembro, (Ferrão, et al., 2006, p. 112).

Estes são considerados como:

Planos especiais de ordenamento do território, instrumentos normativos da iniciativa da administração direta ou indireta do Estado, vinculativos para todas as entidades públicas e privadas, devendo com eles ser compatibilizados os planos municipais de ordenamento do território e os programas ou projetos de carácter nacional, regional ou local. (Ferrão, et al., 2006, p. 112)

Diversos documentos foram ao longo dos tempos publicados tal como: a Estratégia Nacional de Desenvolvimento Sustentável (ENDS), a Resolução de Conselho de Ministros n.º 152/2001, de 11 de outubro, que estabelece Estratégia Nacional de Conservação da Natureza (ENCN) e Biodiversidade, o Plano Operacional do Ambiente (POA), Resolução de Conselho de Ministros n.º 86/98, de 10 de Julho, que aprova a Estratégia para a Orla Costeira e o Programa Finisterra, entre outros, tendo uma repercussão diretas no planeamento, no ordenamento e na gestão da Zona Costeira Portuguesa (Albuquerque, 2013; Ferrão, et al., 2006). As principais ferramentas que promovem o bom uso dos ecossistemas, a sua conservação e o desenvolvimento sustentável das zonas costeiras portuguesas a nível geral, são os planos de ordenamento de território como o POOC e a ENGIZC e a nível do turismo o Plano Estratégico Nacional de Turismo (PENT) sendo o planeamento essencial para desenvolver estas ferramentas (Albuquerque, 2013). Em 2015, por força da “publicação da Lei nº 31/2014 de 30 de maio, que aprova as bases gerais da política de solos, do ordenamento do território e do urbanismo, e posteriormente do Decreto-Lei n.º 80/2015 de 14 de maio, que estabelece o novo regime jurídico dos instrumentos de gestão territorial, o conteúdo do plano [POOC] em revisão foi adaptado ao novo enquadramento legal, segundo o qual os planos especiais passam a ser designados por programas especiais” (Direção Geral do Território [DGT], 2016).

Relativamente à Estratégia Nacional de Gestão Integrada da Zona Costeira (ENGIZC) e de acordo com a Recomendação 2002/413/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 30 de Maio de 2002 (Ferrão, et al., 2006) estas devem “ser estabelecidas para uma visão a longo prazo” (ENGIZC, 2009, p. 6067), com a finalidade de desenvolver harmoniosamente as zonas costeiras “tendo por base uma abordagem sistémica e de valorização dos seus recursos e valores identitários, suportada no conhecimento científico e gerida segundo um modelo que articula instituições, coordena políticas e instrumentos e assegura a participação dos diferentes atores intervenientes” (ENGIZC, 2009, p. 6067).

Assim, a elaboração da ENGIZC em Portugal teve como visão consagrar:

[...] um desenvolvimento da zona costeira balizado por valores como a identidade, a sustentabilidade, o ordenamento e a segurança, aos quais se deve subordinar o aproveitamento competitivo dos potenciais marinhos e marítimos, tanto naturais como culturais, existentes. (ENGIZC, 2009, p. 6067)

Contudo, as zonas costeiras portuguesas estão ainda numa situação frágil sendo fundamental na ENGIZC uma visão mais abrangente e integrada em termos territoriais, temporais e uma maior flexibilização dos planos bem como uma maior coordenação e responsabilidades partilhadas, nomeadamente entre entidades da administração central e local (Ferrão, et al., 2006). Seguindo esta linha de pensamento, de proteção das zonas costeiras portuguesas, é essencial que se integre cada vez mais na gestão destes espaços, a integração de todas as atividades e os princípios de desenvolvimento sustentável (Carmo & Marques, 2003) pois a ausência de uma gestão eficaz e integrada dos destinos turísticos costeiros portugueses tem como consequência a insustentabilidade destes locais (Malta et al., 2009).

4.5 Síntese e conclusões

As zonas costeiras, sendo territórios agregadores de múltiplas atividades, usos e interesses precisam de ser delineadas de forma integradora e pensadas de forma estratégica. O desenvolvimento sustentável nestas regiões torna-se crucial devido à sua vulnerabilidade e pressões constantes. Para alcançar tal desenvolvimento é fundamental investir num planeamento estratégico territorial dado que este é considerado um elemento fundamental para uma gestão mais eficiente dos recursos e contribui para mitigar os efeitos indesejados das atividades presentes nestas regiões, tal como o turismo. Contudo é essencial, para uma gestão mais eficaz das regiões costeiras, uma abordagem mais global do território. A GIZC é uma ferramenta fundamental para alcançar este propósito e deve incluir todas as atividades que operam nessas regiões. O turismo tendo um papel interventivo nos lugares onde se insere precisa de ser integrado neste processo de gestão. Efetivamente, para que o turismo seja sustentável precisa encontrar formas de reduzir os seus impactes mais nefastos sendo fundamental para alcançar este propósito um planeamento estratégico e participativo permitindo conjugar os interesses de todos os envolvidos na região. Contudo, para alcançar um planeamento e uma gestão eficiente é necessário também investir na recolha de informação adequada sobre os impactes do turismo nas regiões de forma a contribuir para uma tomada de decisão mais consciente e rigorosa por parte dos decisores.

5 Capítulo 5 – O turismo de *surf*

5.1 Introdução

O turismo de sol e mar é, sem dúvida, o produto turístico mais procurado nos destinos turísticos costeiros e um dos que mais contribui para o desenvolvimento económico dessas regiões. Porém, como mencionado nos capítulos anteriores, contribui também para provocar um desequilíbrio nesses territórios. Cristalizar um destino turístico somente num produto como o do sol e mar, além de agravar os impactes que esse tipo de turismo tem ocasionado, limita também as potencialidades do destino turístico condicionando ainda o desenvolvimento sustentável dos locais. Existe assim a necessidade de abarcar um espectro maior de produtos turísticos baseado nos recursos endógenos dos locais que estejam alinhados com os princípios da sustentabilidade com o intuito de estimular a competitividade dos destinos turísticos e ao mesmo tempo proteger os territórios costeiros. Assim, várias tipologias de turismo num mesmo local, permitem diversificar e fomentar a economia, combater a sazonalidade típica do turismo balnear e se bem planeada, permite reduzir o impacto provocado pelo turismo nos destinos turísticos. Advém ainda que promover outras tipologias de produtos turísticos, permite ir ao encontro das novas mentalidades e comportamentos da sociedade contemporânea contribuindo assim para que o destino turístico seja mais dinâmico e competitivo num mundo cada vez mais globalizante. Desta necessidade de diversificação têm surgidos novos produtos turísticos nas zonas costeiras como o turismo de *surf*, referenciado como um dos produtos emergentes destas regiões. Tem sido encarado como um turismo sustentável, porém, como qualquer atividade que usa a zona costeira não é inócuo. Na realidade agrega em si impactes que podem causar efeitos nefastos sobretudo se não for desenvolvido e planeado de acordo com os princípios da sustentabilidade e se estiver ausente a sua monitorização. É assim relevante neste capítulo:

- (i) Perceber o que é um produto turístico sustentável;
- (ii) Pesquisar informação aprofundada sobre o produto turismo de *surf* e perceber a sua relação com a sustentabilidade;
- (iii) Identificar os impactes deste tipo de turismo nos destinos costeiros;
- (iv) Perceber que tipo de planeamento deve ser realizado para que este produto contribua para o desenvolvimento sustentável dos destinos costeiros.

Para alcançar os propósitos do capítulo foi pesquisado primeiramente o que é um produto turístico e o que o faz ser sustentável (secção 5.2) bem como a sua ligação para estimular o desenvolvimento sustentável de um destino turístico (secção 5.3). Seguidamente procura identificar-se toda a envolvência do produto turístico de *surf*, identificando a sua história (secção 5.4) e a sua ligação com o turismo (secção 5.5). Seguidamente identifica-se o nicho de mercado associado ao turismo de *surf* e aprofundam-se as motivações subjacentes a este segmento (secção 5.6). Na secção 5.7 desenvolve-se a relação desta modalidade com Portugal e posteriormente referem-se os impactes que as obras antrópicas podem ter no *surf* (secção 5.8) Investiga-se, por último, os impactes que este tipo de turismo provoca nos territórios (secção 5.9) e relaciona-se-o com a necessidade de um planeamento eficaz para que seja sustentável (secção 5.10). Por fim faz-se uma síntese e apresentam-se as principais conclusões (secção 5.11).

5.2 Produto turístico sustentável

Um produto turístico é definido como a combinação de produtos e serviços como o transporte, alojamento, alimentação e bebidas, fornecimento de material e infraestruturas para atividades, etc., que são necessários para que os turistas tenham uma experiência complexa e é iniciado antes de viajarem e termina no seu retorno (ETE, s.d.).

A complexidade do produto turístico envolve a necessidade da cooperação entre vários *stakeholders* (empresários/prestadores de serviços como hotelaria, restauração, operadores/agências de viagem e organizações de gestão de destinos como associações de turismo, centros de informação turística, departamento de turismo da administração local) no desenvolvimento de um produto turístico (ETE, s.d., pp.27-28).

Para desenvolver um produto turístico é necessário os seguintes elementos (ETE, s.d.):

- (i) Identificar o potencial turístico de uma região: as atrações, as instalações e serviços que podem ser oferecidos. A identificação e avaliação das atrações turísticas (potencial) que uma região pode oferecer (com base no património natural e cultural) bem como a inventariação das infraestruturas e dos serviços existentes são o primeiro passo essencial para o desenvolvimento de um produto turístico;

- (ii) Identificar os potenciais mercados e grupos-alvo: sem o conhecimento sobre o perfil do cliente futuro, os produtos não podem ser ajustados às necessidades e interesses dos futuros visitantes;
- (iii) Desenvolver o produto turístico: após identificação das potenciais atrações e das oportunidades para o desenvolvimento de produtos turísticos e após a análise dos grupos de mercado-alvo é preciso desenvolver o produto. Dependendo da área de trabalho do planeador, os elementos particulares do produto precisam de ser combinados para criar pacotes apelativos. Para desenvolver um produto de turismo mais sustentável é necessário envolver todas as dimensões do sector do turismo e os setores relacionados a ele para certificar que o turismo beneficia o desenvolvimento regional;
- (iv) Comercialização do produto (*marketing*): definido de forma mais abrangente como todo o processo de avaliação do potencial turístico desde o desenvolvimento do produto até a publicidade, compra e venda do produto. Em termos mais restritos compreende as atividades relacionadas à colocação do produto no mercado. Estas atividades são principalmente o *design* de produto, comunicação (publicidade), a distribuição e o preço.

Contudo, para que um produto turístico seja capaz de contribuir para o desenvolvimento sustentável de uma região é necessário ajustar todos os elementos do produto turístico a todos os aspetos da sustentabilidade (Almeida & Abranja, 2009; ETE, s.d.). Assim, no processo de desenvolvimento de um produto turístico sustentável deve-se ter em conta a vulnerabilidade dos recursos naturais e culturais face às pressões humanas.

Neste contexto, o que diferencia um produto turístico de um mais sustentável é o facto que o segundo procura não negligenciar os aspetos ambientais e sociais em *prol* do lucro e da competitividade (Abranja & Almeida, 2009; ETE, s.d.). Sendo assim, no processo de desenvolvimento do produto turístico o aspeto económico deve estar em igual patamar com o ambiental bem como a par da sustentabilidade social e cultural. Como tal, tem que ser considerado os seguintes aspetos aquando da criação de um produto turístico mais sustentável:

- (i) Conservação do ambiente: implica que o produto turístico preserve a biodiversidade e os recursos naturais, mas também contribua para educar/informar a população residente e os turistas da importância de preservar o meio ambiente;

- (ii) Beneficiar, estimular o envolvimento e a participação da população local: no processo de planeamento turístico o produto turístico deve contribuir para reduzir a pobreza, estimular o emprego e os intercâmbios culturais, melhorar os padrões de vida da população local. Por outro lado, deve contribuir para o fortalecimento do sentimento de cidadania estimulando a proatividade;
- (iii) Sustentabilidade económica: o aspeto económico não deve ser nunca negligenciado em detrimento dos restantes o que implica planear um produto com uma visão a médio e longo prazo estimulando políticas de preço competitivos.

Para além destes aspetos o produto turístico sustentável tem que ser explicitamente comunicado uma vez que a sustentabilidade relevante dos atributos de um determinado produto é muitas vezes incapaz de se identificar (Wehri, Prinskin, Demarmels, Kolberg, Schaffner, Shawaraz, Truniger & Stettler, 2013). Assim, é necessário um *marketing* mais orientado do que o *marketing* de um produto turístico sem a preocupação da sustentabilidade pois é fundamental que um produto sustentável seja capaz de despertar a consciência das pessoas para essa característica a fim de aumentar a sua compra. Desta forma criar um produto turístico sustentável implica também pensar ativamente na melhor forma de apresentar o produto turístico aos consumidores e a todos os *stakeholders* envolvidos. Estudos realizados por Wehrli et al. (2013) revelam que a divulgação do *marketing* de produtos sustentáveis tem determinadas particularidades pois é necessário apelar aos textos e às imagens que apelam ao emocional dos turistas. Não se pode ainda esquecer a importância que as novas tecnologias estão a ter no turismo (Edgell, et al., 2008; ETE, sd; Moniz, 2006) e o *marketing* e o desenvolvimento de um produto turístico sustentável devem ter essa tendência presente a fim de conseguir um *marketing* mais eficiente do ponto de vista económico, “uma vez que permite chegar a qualquer parte do mundo ao mesmo tempo e ao mesmo preço” (Moniz, 2006, p. 100). Assim, o *marketing* do turismo sustentável deve utilizar as ferramentas do comércio eletrónico e uma eficiente e regular utilização dos *sites* de forma a divulgar o produto turístico (Edgell et al., 2005).

Pensar no desenvolvimento de produtos turísticos mais sustentáveis implica ainda ter em atenção a satisfação dos turistas e, portanto, é essencial responder e agir eficazmente à questão fulcral - qual é a vantagem para o turista (autenticidade; saber mais sobre o ambiente,

o património cultural e da natureza; melhorar a qualidade da experiência e estar mais perto de locais) (Otto, 2010).

A sustentabilidade torna-se cada vez mais um requisito fundamental para tornar os produtos turísticos mais competitivos, principalmente no mercado internacional e contribui para dar resposta às exigências dos novos turistas que procuram produtos sustentáveis, com particular destaque na qualidade e preservação do ambiente (Almeida & Abranja, 2009). Esta breve introdução ao produto turístico sustentável serve para enquadrar o produto turístico ligado ao *surf*, que será posteriormente descrito, procurando encontrar pontos de comunhão entre o produto turístico sustentável e este tipo de produto turístico.

Todavia, quando se pretende um destino turístico sustentável, não basta pensar isoladamente na criação de um produto turístico, tem que se ter uma visão mais ampla e enquadrá-lo num contexto mais vasto, como seguidamente detalhado.

5.3 Relação entre produto sustentável e a sustentabilidade de um destino turístico

A aplicabilidade da sustentabilidade ao turismo implica não somente pensar em produtos turísticos capazes de por si só serem sustentáveis, mas acima de tudo pensar e planear de uma forma mais global. Olhar para um novo produto turístico e encaixar num planeamento mais holístico alargando-se para isso ao próprio destino turístico¹⁷.

Importante assim, em primeiro lugar, definir que “o turismo é considerado um fenómeno, ao passo que o destino turístico é considerado um espaço geográfico” (Korossy, 2008, p. 65), podendo ser de uma forma mais abrangente “considerado como uma combinação (ou até mesmo como uma marca) de todos os produtos e serviços, provida da experiência localmente” (Rita & Antunes, 2013, p. 189).

¹⁷ Destino turístico: um local ou zona que é reconhecido e pode ser facilmente definido como um destino turístico e que tem um conjunto de instalações e produtos instituídos para efeitos de turismo. São o ponto focal da atividade turística (CE, 2013, p. 9).

Assim, para que um destino turístico seja sustentável ¹⁸é necessário primeiramente que toda e qualquer atividade turística também o seja (Korossy, 2008), pois só se pode realmente referir que um destino turístico é sustentável se houver um planeamento turístico que incorpore nas atividades turísticas, as bases da sustentabilidade. Como refere Korossy (2008, p. 65), “o termo ‘sustentável’ pode tanto ser aplicado ao destino quanto à atividade, mas só se pode falar em destino sustentável em acordo com uma prática turística sustentável”. É fundamental que para a análise de um destino turístico estes incluam as seguintes componentes (Figura 5.1).

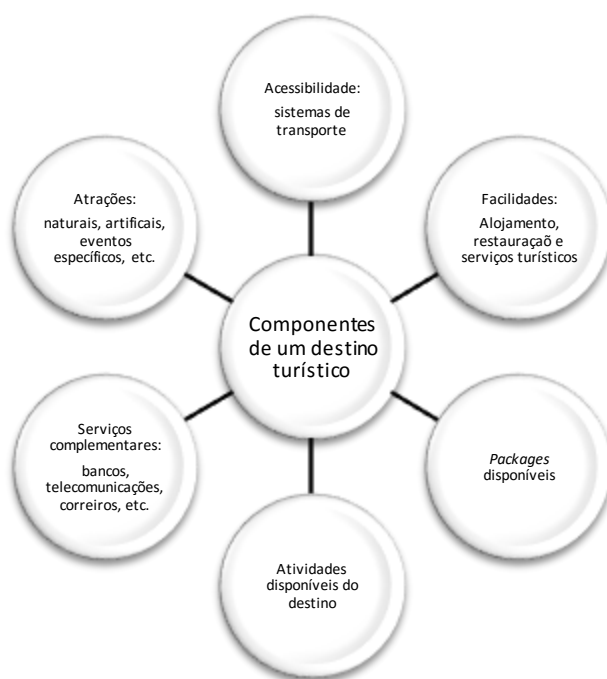


Figura 5.1: Componentes de um sistema para a análise de um destino turístico
Fonte: Buhalis (2000)

Para além de identificar as suas características únicas, um destino deve depois diversificar os seus produtos turísticos (Benur & Bramwell, 2015) e interligá-los visto que isso é crucial para a competitividade e desenvolvimento sustentável dos destinos (Benur & Bramwell, 2015). Estes produtos turísticos devem ser mutuamente benéficos e com relações de cooperação entre eles, de forma a garantir uma vantagem competitiva rumo ao desenvolvimento sustentável do destino (Benur & Bramwell, 2015). Porém, para que tal

¹⁸ O desenvolvimento turístico sustentável é definido como um processo de satisfação das necessidades dos turistas e das regiões de destino, no presente, que permite atender, paralelamente, à protecção dos recursos e à melhoria das oportunidades para o futuro (Moniz, 2006, p. 103).

aconteça é essencial uma coordenação de esforços de maneira a assegurar que não sejam desenvolvidos baseados somente nas decisões do mercado individual (Benur & Bramwell, 2015). Um destino turístico que consiga coordenar os seus produtos turísticos agrega vantagens visto que oferece experiências variadas aos turistas atendendo às suas necessidades e interesses, adquire uma maior flexibilidade na resposta à mudança de gostos turísticos assegura uma melhor coordenação e custos compartilhados por meio de *marketing* conjunto e permite desenvolver produtos potencialmente mais sustentáveis a nível ambiental e social “porque encorajam a apreciação de uma caracter especial do destino, envolve m empresas que são propriedade local, ou porque os produtos são de pequena escala em termos de turistas números e requisitos de infraestrutura” (Benur & Bramwell, 2015, p. 214).

5.4 Evolução histórica do *surf*

O *surf* é geralmente definido como o ato de montar uma onda do mar em pé numa prancha de *surf* (Martin & Assenov, 2013a). O *surf*, ou a arte de deslizar pelo mar, é considerado um desporto de interação entre o Homem e a Natureza em que o primeiro disfruta e aprecia o segundo. Como referem Lazarow, Miller e Blackwell (2009, p. 146), “é uma atividade recreativa e económica que implica a interação humana íntima com os diversos ambientes costeiros”. Contudo, definir o seu nascimento, numa época específica, é uma tarefa inglória (Lanagan, 2002), pois as suas raízes remontam às tradições muito ancestrais de determinados povos do Pacífico, como, por exemplo, o polinésio (Lanagan, 2002; Lazarow, 2007; Lazarow et al., 2009; Martin, 2013). Após um período negro, onde o *surf* foi quase dizimado do Havai, devido às regras austeras dos missionários protestantes que proibiam esta modalidade, este renasce neste arquipélago no início da década de 1900, graças ao entusiasmo dos estrangeiros que chegavam ou viviam nesses lugares (Lazarow, 2007; Lazarow et al., 2009). Este é o marco que dá origem ao que se denomina atualmente de *surf* moderno (Lazarow 2007; Lazarow et al., 2009). Porém, a expansão do *surf* moderno inicia-se apenas na década de 50 do século passado, após a Segunda Guerra Mundial (Buckley, 2002a; Lazarow, 2007; Lazarow et al., 2009; Leal & Cipriano, 2012), nos Estados Unidos, mais especificamente na Califórnia (Leal & Cipriano, 2012). Contudo, somente a partir de 1960 é que adquire um estatuto relevante e popular, fruto de vários fatores conjugados (Lanagan, 2002; Lazarow, 2007; Lazarow et al., 2009). Estes fatores são nomeadamente o desenvolvimento de fatos de *surf* com uma maior capacidade térmica, permitindo aos

surfistas ficarem mais tempo dentro de água (Leal & Cipriano, 2012); pranchas de material mais leve (Lanagan, 2002; Lazarow, 2007; Lazarow et al., 2009); crescimento da produção de fatos e de pranchas que permitem a redução do preço, tornando acessível a sua compra (Lazarow, 2007); o surgimento de filmes de Hollywood, como o “*Gidget: The little girl with big ideas*”, que tinham como tema central a subcultura do *surf* (Lanagan, 2002; Lazarow, 2007; Lazarow et al., 2009; Mach, 2014); o início do primeiro Campeonato Mundial de *Surf* (Booth, 1994, citado por Lanagan, 2002); o aparecimento de músicas com uma conotação com a subcultura do *surf*, tal como, Dick Dale ou os *Beach Boys* (Lazarow, 2007; Lazarow et al., 2009); bem como revistas que apostaram em artigos vocacionados para o *surf* (Lanagan, 2002; Leal & Cipriano, 2012), por exemplo, a *Life Magazine*. Estes fatores contribuíram para o nascimento de uma imagem idílica desta subcultura que perdura ainda atualmente (Leal & Cipriano, 2012) e que é agora encarada como um modo de vida (Reis & Jorge, 2012). Com esta expansão, a partir de 1970, várias multinacionais começam a apostar nesta modalidade, tornando-se patrocinadores oficiais, como é o caso da *Coca-Cola*, surge um conjunto de negócios ligados ao *surf* que se conjugam entre si, formando a indústria do *surf* (Lanagan, 2002). Esta modalidade estende-se assim, durante as décadas de 1970 e 1980, para locais tão díspares como a Austrália ou Costa Rica, o que contribui para o desenvolvimento do fenómeno internacional do turismo de *surf* (Lazarow, 2007; Ponting, 2008).

Com esta história de sucesso, nas últimas décadas, o valor do *surf* tem crescido significativamente e os seus adeptos têm vindo a aumentar (Bicudo & Horta, 2009; Buckley, 2002a; Fluker, 2003; Lanagan, 2002; Lazarow, 2007; Lazarow et al., 2009; Martin & Assenov, 2008a, 2008b; Reis & Jorge, 2012; Lopes, 2009), sendo provável que a sua popularidade continue a crescer nas futuras gerações (Buckley, 2002a; Lanagan, 2002; Lazarow, 2007; Lazarow et al., 2009). Assim, pode considerar-se que o *surf* se metamorfoseou em algo maior do que o próprio desporto em si, uma vez que ele representa uma cultura própria, um estilo de vida e uma busca de uma existência mais agradável, atraindo aqueles que vivem essa realidade ou simplesmente que se identificam com ela (Reis & Jorge, 2012). Como referem Lazarow et al. (2009, p. 147), “não há dúvida de que o valor do *surf* para a sociedade [...] tem crescido significativamente nas últimas três ou quatro décadas”, o que confere uma importância de valor económico a esta modalidade (Lanagan 2002; Lazarow, 2007; Reis & Jorge, 2012), sendo um mercado muito rentável e uma

indústria em constante crescimento (Lanagan 2002). Como expõe Lanagan (2002, p. 283), “no terceiro milénio o *surf* conseguiu um nível de aceitação sem precedentes”.

5.5 O *surf* e o turismo

Segundo Reis e Jorge (2012), o *surf* é simultaneamente um desporto e uma atividade económica e turística, uma vez que os *surfistas* viajam para destinos frequentemente remotos com o propósito de apanhar as melhores e as mais peculiares ondas e com o intuito de sentir prazer, liberdade e aventura (Barbieri & Sotomayor, 2013; Dolnicar & Flucker, 2003a; O’Brian & Ponting, 2013). Assim, a necessidade da procura da onda perfeita é uma forte motivação e predispõe este nicho de mercado a viajar desde sempre (Barbieri & Sotomayor, 2013; O’Brian & Ponting, 2013; Reis & Jorge, 2012), como referem O’Brian e Ponting (2013, p. 158), as “viagens de *surf* têm uma história que remonta a milhares de anos”.

Porém, apesar da relação entre *surf* e o turismo ser antiga, segundo Martin (2013) e Martin e Assenov (2013a), o termo turismo de *surf* só aparece na literatura em 1999. Uma das definições mais conhecidas que integra o *surf* no turismo, é dada por Flucker (2002, citado por Dolnicar & Flucker, 2003a, p. 187), que refere que o turismo de *surf* é o “ato de viajar das pessoas, quer para locais domésticos durante um período de tempo não superior a 6 meses, ou para locais internacionais por um período de tempo não superior a 12 meses, que permanecem pelo menos uma noite, e onde a participação ativa no desporto de *surf* [...], é a principal motivação para a seleção de destino”. Desta definição depreende-se que este turismo coloca o *surf* no centro da motivação para viajar, o que suscita a ideia que o turismo de *surf* implica sempre a prática da modalidade. Ideia partilhada por Ponting (2008, p. 25), que ao pretender focar o seu estudo de dissertação de doutoramento somente nos *surfistas* expõe que este tipo de turismo é a “viagem e a estadia temporária, feita por um *surfista*, envolvendo pelo menos uma noite longe da região domiciliária habitual, e empreendida com a expectativa primária de surfar ondas”.

Contudo, a definição de turismo de *surf* tem que ser metamorfozada, uma vez que existe um leque considerável de turistas que se deslocam pelo motivo do *surf* mas que não o praticam. Há assim a necessidade de distinguir entre o “turismo para surfar” de Ponting (2008) e o “turismo de *surf*”, que deve incluir não somente os *surfistas* mas também espectadores que apreciam este tipo de modalidade e os companheiros de viagem não-*surfistas* (Dolnicar & Flucker, 2003a, 2003b; Lopes & Soares, 2009). Assim, com o intuito de incluir quer os

surfistas quer os acompanhantes que não praticam a atividade, mas que se deslocam como fãs da modalidade, é essencial criar uma definição mais abrangente (Reis & Jorge, 2012). Nesta dissertação é proposta a seguinte definição de turismo de *surf* que integra a visão de Martin (2013, p. 4) “o turismo de *surf* é caracterizado pelas viagens para fins de *surf*, aprender a surfar, ou a participar de um evento de *surf*; de forma mais ampla, pode incluir o *surf* durante as férias” e que compila as várias definições encontradas durante a pesquisa bibliográfica:

✓ Turismo de *surf* é a deslocação temporária realizada por indivíduos que têm como motivação para viajar, o interesse pela subcultura do *surf*, e que envolve pelo menos a estadia de uma noite longe da sua área de residência.

Igualmente, é importante reconhecer que existem duas vertentes no turismo de *surf* (Buckley, 2002a; Dolnicar & Fluker 2003a; Reis & Jorge, 2012) que interferem na forma como a viagem é preparada. Esta pode ser organizada de uma forma independente ou dependente, através da procura de serviços de uma agência/operadora turística que trate de toda a dinâmica associada com a mesma (Buckley, 2002a; Dolnicar & Fluker, 2003a; Reis & Jorge, 2012). Buckley, 2002a distingue assim dois tipos de turismo de *surf* que são opostos entre si:

- Turismo de *surf* independente: tão antigo como o próprio *surf* é caracterizado pela organização independente das viagens, onde o próprio *surfista* identifica os locais a visitar, o seu meio de transporte, leva o seu próprio equipamento e fica alojado em alojamentos locais ou em tendas. As viagens podem ser longas ou curtas, nacionais ou internacionais, mas as despesas por dia por pessoa são baixas.
- Turismo de *surf* comercial: é um turismo mais recente, mas que tem adquirido um papel económico preponderante desde o final do século passado, mais precisamente no início da década de 90 (Buckley, 2002a; Dolnicar & Fluker, 2003a; Reis & Jorge, 2012). É um turismo que está dependente dos operadores turísticos que organizam pacotes e tratam de toda a logística associada desde transporte, alojamento e alimentação, mediante o pagamento de um preço pré-determinado. Assim, pode-se considerar que este tipo de turismo inclui, segundo Buckley (2002a, p. 407), “pacotes de férias compráveis onde os clientes viajam mais de 40 quilómetros de casa,

pernoitam pelo menos um dia fora da área de residência e pretendem dedicar o seu tempo de lazer ativo principalmente ao *surf*’.

O turismo de *surf* comercial, acompanhando o crescente fascínio por esta modalidade, tem vindo a prosperar. Esta situação ocorre porque o *surf* tem captado mais adeptos, como mencionado anteriormente na secção 5.4 e estes são caracterizados por terem empregos absorventes e economicamente rentáveis o que os leva a preferir um produto em formato pacote que lhes permita não gastar tempo (Bukley, 2002a), contribuindo assim para a proliferação de agências de viagens especializadas em *surf* (O’Brian & Ponting, 2013). Igualmente relevante são as alterações tecno-económicas da sociedade contemporânea que leva à democratização das viagens (Buckley, 2002a, 2002b; Ponting, 2008), ao aparecimento das companhias aéreas de baixo custo que origina a oportunidade de viajar com preços mais acessíveis (O’Brian & Ponting, 2013) e à facilidade em pesquisar sítios anteriormente desconhecidos, através de *online webcams* (Dolnicar & Fluker, 2003b). Aliado a todos estes fatores, o reforço na divulgação e nas estratégias de *marketing* dos diferentes negócios ligados ao *surf* sugerem que nas próximas duas a três décadas este tipo de turismo continue a crescer (Bukley, 2002a; Dolnicar & Fluker, 2003b; Lazarow et al., 2009).

O turismo de *surf* no geral não tem uma divisão pacífica quanto à sua classificação (Ponting, 2008; Reis, 2012). Esta situação é devido às características ímpares do *surf*, nomeadamente pelo facto de ter necessidade do contacto com a natureza, pelo uso necessário de um recurso natural – o mar e as suas ondas – e pelo facto de ser considerado um desporto. Este tipo de turismo pode portanto estar incluído em vários tipos de turismo, tais como, turismo desportivo¹⁹ (Lazarow et al., 2009; Ponting & O’Brian, 2014; Reis & Jorge, 2012), turismo náutico²⁰ (Lobo et al, 2014; Lopes, 2009; Ministério da Economia e do Emprego [MEE]

¹⁹ Turismo desportivo: “viagens cuja motivação é o desporto, longe da área de residência, por um período limitado de tempo, onde o desporto é caracterizado por conjuntos de regras únicas, de concorrência relacionadas com destreza física, e uma natureza lúdica” (Hinch & Highman, 2001, p. 49). Esta definição implica que a motivação principal seja o desporto contudo, torna-se essencial agregar, para além dos atletas e da elite da competição, também os espectadores, uma vez que eles representam uma parte importante deste tipo de turismo (Reis, 2012). Assim, segundo a mesma autora, o turismo desportivo deve aglomerar um conjunto de atividades desportivas em que participam turistas, seja enquanto praticantes, seja enquanto espectadores. Para que se considere um indivíduo como turista desportivo, este tem que ser turista e simultaneamente participar numa atividade desportiva ou desenvolvida em contexto desportivo (Reis & Jorge, 2012, pp. 4-5).

²⁰ Turismo náutico: segmento do turismo litoral relacionado com práticas de ócio e atividades desportivas em contacto com o mar’ (Carrasco, 2001, p. 67). É classificado, segundo Rodriguez (2004), muitas vezes como

(2013); TP, 2006) ou turismo de aventura²¹ (Buckley, 2002a, 2002b; Barbieri & Sotomayor, 2013); Lopes & Soares, 2009; Reynolds & Hritz, 2012; Tantamjarik, 2004).

Em Portugal, o turismo de *surf* está integrado no turismo náutico, sendo identificado no Plano Estratégico Nacional de Turismo (PENT) como um dos objetivos fundamentais para o turismo (Direção Geral de Políticas para o Mar [DGPM], 2013, 2015; MEE, 2013; Lobo et al, 2014; TP, 2006, 2013b, s.d.). De facto, no PENT e no Turismo 2020, o mar e a natureza são elementos-chave para consolidar o turismo como uma atividade central e o reforço da interação da economia do mar com o turismo é um dos objetivos estratégicos e uma das prioridades de investimento do turismo na atualidade (Lobo et al., 2014; TP, s.d.). Portugal como oferece, no que se refere à náutica de recreio, ótimos níveis de atratividade conjugados com elevados níveis de competitividade, o que torna este tipo de turismo fundamental para o país, tem tido uma notoriedade considerável (Lobo et al, 2014; Lopes, 2009; TP, 2013b). Como sumarizado pelo Turismo de Portugal (2013b, p. 19), Portugal tem fatores de competitividade que permitem explorar este tipo de turismo, nomeadamente:

- Linha de costa com especial interesse, em função da diversidade e valor natural, paisagístico e cultural;
- 800 Km de costa no continente e diversas ilhas capazes de garantir condições de *surf* 365 dias por ano;
- Ericeira, enquanto segunda reserva mundial de *surf*;
- Peniche, palco de um dos mais importantes eventos de *surf* do mundo;
- Nazaré, com record mundial de ondas grandes (*tow-in*);
- Figueira da Foz com a onda (direita) mais comprida do continente europeu.

As estratégias para desenvolver este produto turístico, particularmente a vela e o *surf*, passam por (TP, 2013, p.5 6):

um subproduto do turismo desportivo, cuja principal diferenciação consiste em ser praticado em contacto com a água. A motivação inerente a este tipo de turismo é explicada em TP (2006, p. 9), referindo-se a “todos aqueles que pretendem disfrutar de uma viagem ativa em contacto com a água, com a possibilidade de realizar todo o tipo de atividades náuticas, em lazer ou em competição”. Pode ser dividido em dois grandes grupos – o turismo de recreio: que tem como objetivo o lazer e o entretenimento referente aos desportos náuticos onde se inclui para além do *surf*, vela, *windsurf*, mergulho, *kitesurfing*, *water skiing*, pesca desportivas, etc.; e o turismo náutico desportivo: relacionado com o objetivo de participar em competições náutico-desportivas (TP, 2006).

²¹ Turismo de aventura: “viagens que são realizadas com o intuito de experimentar o desconhecido [...] ocorre num ambiente ao ar livre e requer algum tipo de esforço físico” (Reynolds & Hritz, 2012, p. 3).

- Identificar e concessionar praias com boas condições para a prática de *surf*;
- Promover a adoção de boas práticas de gestão e a implementação de programas de certificação internacional nas marinas e portos de recreio;
- Estimular o desenvolvimento da fileira de atividades náuticas no respeito pela capacidade de carga e proteção da orla costeira;
- Estruturar e promover calendário de eventos náuticos com projeção internacional.

Assim, a estratégia do PENT procura melhorar a qualificação dos agentes (TP, 2013b) e o desenvolvimento do “turismo náutico nos segmentos da náutica de recreio e do *surfing*, qualificando as infraestruturas para responder a uma procura crescente e dinamizando as atividades conexas” (TP, 2013b, p. 19). O turismo náutico é assim uma aposta importante para Portugal pois “está a aumentar e tem um elevado potencial no futuro próximo” (Lobo et al., 2014, p. 19).

O *surf* no norte do país, local onde se realiza o estudo de caso desta dissertação, é considerado um produto emergente (MEE, 2013; TP, 2013b). Nesta região, as linhas de orientação para este produto passam por “sensibilizar os serviços de estrangeiros e fronteiras e capitánias para continuar e incrementar a aposta na normalização e agilização dos procedimentos, desenvolver sistemas de qualidade para as marinas e portos de recreio e divulgar a oferta de *surfing*” (TP, 2013b, p. 28).

Após detalhar sobre a interligação entre o turismo e o *surf* é relevante também aprofundar o perfil destes turistas, pois por um lado permite perceber os fatores que influenciam o seu comportamento no ato de decidir por um destino (Reis & Jorge, 2012) e, por outro, permite gerir com mais êxito as questões-chave deste grupo particular da sociedade (Lazarow et al., 2009). Seguidamente será então pormenorizado este nicho de mercado.

5.6 Perfil da procura

Segundo Fortes (2007, p. 2), a subcultura²² do *surf* tem “demonstrado uma forma cultural bastante duradoura”, não sendo considerada uma moda passageira e “apresenta valores e

²² Subculturas são “estruturas menores, mais localizadas e diferenciadas” dentro da cultura de classe, referida como “cultura paterna” (Fortes, 2007, p. 6) e que partilham experiências e crenças diferentes das demais. A subcultura do *surf* inclui todos os que se identificam com esta cultura, *surfistas* ou admiradores e que partilham

agrega membros pertencentes a classes sociais específicas (alta e média), mas não da classe trabalhadora”. Apesar de ser muitas vezes associada à juventude, permite a “inserção de pessoas de outras faixas etárias e, mais importante, a sua permanência” (Fortes, 2007, p. 11).

Embora o que une esta subcultura seja o *surf* e portanto o mar e a praia, ela não impede que não *surfistas* entrem, uma vez que “há ainda a possibilidade de partilhar os valores da subcultura sem frequentar a praia, justamente através do consumo dos produtos (mediáticos, inclusive) a ela relacionados” (Fortes, 2007, p. 12). Como referem Fluker (2003) e Ponting (2008), é possível diferenciar esta subcultura em dois grupos: os *surfistas* regulares motivados na busca de novas experiências e novas ondas e os espectadores, que apesar de não praticarem a modalidade, admiram os valores e o estilo de vida associados a esta subcultura. Este último grupo é responsável pela maioria do consumo de bens/produtos ligados ao *surf* (Reis & Jorge, 2012). Isto torna-se particularmente relevante aquando da criação de um produto turístico ligado ao *surf*, uma vez que permite olhar para a vastidão desta subcultura e criar produtos não só para praticantes, mas também para os amantes deste estilo de vida e para os que acompanham de perto o *surf*.

Contudo, dentro da própria subcultura do *surf* existe uma heterogeneidade de perfis (Dolnicar & Fluker, 2003b), que é fundamental estudar para identificar particularidades e diferenciações neste nicho de mercado. Como referem Dolnicar e Fluker (2003b, p. 12) “ao identificar segmentos específicos do mercado de turistas de *surf*, as empresas desta indústria serão capazes de desenvolver estratégias que melhor atendam às necessidades díspares identificadas”. Reis e Jorge (2012, p. 8) seguem a mesma linha de pensamento quando afirmam que:

Compreender o comportamento dos turistas de *surf*, especialmente o processo motivacional por trás deles, é da maior importância para o desenvolvimento de uma estratégia de *marketing*, uma vez que a identificação desses turistas e os fatores que os motivam e os levam a decidir o seu destino de *surf*, permite aos mercados ajustarem mais facilmente a sua oferta disponível com essa procura turística.

Segundo Dolnicar & Fluker, 2003b, os estudos de Farmer, em 1992, que investigou as motivações, os valores e a cultura dos *surfistas*, definiram quatro subgrupos dentro da cultura do *surf*:

um estilo de vida, linguagem, roupa/acessórios música e literatura semelhante, tendo por base a praia como o lugar privilegiado para essa coexistência (Fortes, 2007; Reis, 2012).

- Grupo desordeiro: *surfistas* que passam o tempo a divertir-se;
- Grupo dos meninos de escola: que estudam e depois têm como passatempo o *surf*;
- Grupo dos guerreiros de fim-de-semana: que trabalham durante a semana e que *surfam* quando conseguem;
- Grupo dos vadios: que fazem do *surf* a sua forma de estar na vida, segregando-se da sociedade.

Porém, estes autores foram da opinião que o mercado dos turistas de *surf* era bem mais complexo do que aquele que Farmer, em 1992, propôs e definiram o perfil dos *surfistas* no século XXI, baseado em 430 entrevistas realizadas *online* pela operadora turística especializada em viagens de *surf*, a *Surf Travel Company*. Estes autores agruparam assim em cinco grupos os turistas de *surf*, nomeadamente:

- Grupo que procura a segurança consciente do preço: grupo cuja segurança e saúde desempenham um papel importante. A gastronomia e o alojamento também são essenciais para satisfazer este grupo bem como conforto da família;
- Grupo que procura o luxo: representam uma das faixas etárias mais velhas, média 32 anos, sendo um dos grupos com maior poder de compra. Procuram *spots* com ondas mais fáceis, menos aventureiros que dão importância a um bom alojamento, à gastronomia e à segurança (exemplo nadadores salvadores). Procuram novos destinos turísticos não sendo leais a um único;
- Grupo dos aventureiros conscientes do preço: representa uma faixa etária que ronda os 35 anos, e buscam desafios através da descoberta de novos *spots*. São um dos grupos com mais poder de compra e dispostos a pagar para terem uma experiência agradável. É um grupo que quando gosta de um destino turístico normalmente repete o mesmo;
- Grupo dos ambivalentes: não dão particularmente relevância a nenhum dos fatores que se relacionam com a escolha do destino de *surf*;
- Grupos dos radicais: são os mais jovens e procuram desafios radicais bem como locais secretos. A cultura local, a qualidade ambiental natural e o mar com pouca multidão desempenham um papel central.

Outros autores ainda, como Martin e Assenov (2008a, 2008b) caracterizam os turistas de *surf* em três grandes tipos, nomeadamente os que viajam com o propósito expresso de *surf*ar (*hard surf tourists*), neste tipo inclui-se os profissionais ou aqueles que têm alta motivação para praticar e uma profunda experiência. Em segundo lugar, os turistas de *surf* que viajam com o objetivo de *surf*ar embora não seja essa a principal motivação para viajar (*soft surf tourists*). Em terceiro lugar, os turistas que têm pouco ou nenhum conhecimento prévio da modalidade, mas enquanto visitavam a praia nas férias tomam uma decisão espontânea para participar na atividade (*incidental surf tourists*).

Existem ainda estudos (Butt, 2010; Dolnicar & Fluker, 2003a, 2003b; Ponting, 2008; Reis & Jorge, 2012) que revelam a motivação que leva os *surfistas* à escolha de um destino turístico e que pode ser diferente consoante o perfil do turista de *surf*. Estas motivações, segundo Dolnicar e Fluker (2003a, 2003b), podem ser de um ponto de vista psicográfico (indicam quais os fatores mais importantes que se relacionam com a escolha do destino de *surf*) e abrange desde o facto de existirem poucos praticantes no mar, segurança pessoal (nadadores-salvadores), sistema de saúde que um destino oferece, qualidade do ambiente natural, qualidade de alojamento, qualidade gastronómica, existência de *spots* secretos, diferentes tipos de ondas, se o lugar é reconhecido como importante até à cultura local e leque de atividades disponíveis. Ou de um ponto de vista demográfico que se dividem em características pessoais, comportamento em viagem e questões relacionadas com a modalidade de *surf*, como sumariado no quadro 5.1.

Quadro 5.1: Motivações que estão na base da escolha de um destino turístico

CARACTERÍSTICAS PESSOAIS	
IDADE; SEXO; GRAU DE ESCOLARIDADE; PROFISSÃO; PREÇO QUE ESTÃO DISPOSTOS A PAGAR PELA VIAGEM; EXPECTATIVA DE GASTOS DIÁRIOS	
CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS	Questões relacionadas com a modalidade de <i>surf</i> Tempo de prática, nível de <i>surf</i> : iniciado, intermédio, avançado ou profissional
	Comportamento em viagem Forma de viajar: com companhia ou sozinho Tempo de permanência num destino Mobilidade durante a estadia
	Aspetos relacionados com saúde
	Qualidade das refeições Conhecer outros viajantes
CARACTERÍSTICAS PSICOGRÁFICAS	Cultura local Câmbios monetários
	Duração da temporada de <i>surf</i> Leque de atividades alternativas
	Preço a pagar Facilidades de alojamento para familiares
	<i>Secret spots</i> Excelente perfil de destino de <i>surf</i>
	Qualidade do alojamento Segurança pessoal
	Facilidades de acesso

Fonte: Dolnicar & Fluker (2003a, 2003b), Cabeleira (2011), Lopes (2008) e Reis (2012)

Outros estudos relevantes sobre este tipo de turistas e sobre a sua motivação, é a pesquisa de Ponting (2008), que menciona as ondas perfeitas, a ausência de muitos *surfistas* na água e a ambiente natural do destino como atributos indispensáveis para os turistas de *surf*, e a pesquisa de Reis (2012) e Reis e Jorge (2012), que revela que a escolha por um destino turístico depende de fatores económicos, sociais e pessoais e que no caso dos *surfistas*:

[...] as motivações para viajar estão relacionadas, em primeiro lugar, com a qualidade e variedade de ondas e com a experiência de estilo de vida e cultura do *surf*, ou, por outras palavras, com a vida em torno do oceano e cultura de praia. A busca pela onda secreta e as praias nunca antes *surfadas* tornam-se a essência da experiência do *surf*. O objetivo é encontrar a onda perfeita, tornando o *surf* sinónimo de pesquisa [...] (Reis & Jorge, 2012, p. 7)

De igual forma, Butt (2010) inclui ainda como motivação para viajar o valor global de um *surf spot* que depende não somente da qualidade da onda mas também da sua consistência. Apesar de para este autor a valorização da onda depender em muito das preferências e do estilo de *surf* que se pratica existem, contudo, certas qualidades de ondas que são universalmente procuradas e os *spots* que as têm são os mais procurados e desejados, nomeadamente: *length of ride*, *smoothness of the wave face*, *lack of close-out sections*, a *pointbreak* com um tambor de 200 metros e vento terral constante e o tubo, Butt (2010). Estas ondas de qualidade elevada são muito menos abundantes e por isso os locais que as têm são considerados de elevada qualidade, Butt (2010). A consistência de um *surf spot*

interfere também nas preferências dos *surfistas*. Se num local houver a possibilidade de se *surf*ar durante quase todo ano, mesmo que as ondas não sejam de qualidade elevada, mas consistente e com ventos marítimos constantes, esse *spot* apresenta uma maior atratividade, pela sua coerência, Butt (2010). Assim, pode-se considerar que a atratividade de um destino turístico *surf* e conseqüentemente a motivação da escolha de um destino por parte dos amantes da modalidade é altamente dependente das variáveis geofísicas locais, das condições térmicas e batimetria locais pois isso interfere com a qualidade do *surf* (Espejo, Losada & Méndez, 2014) e dos fatores económicos, sociais (Dolnicar & Fluker 2003a, b; Reis, 2012; Reis & Jorge, 2012).

Em Portugal o perfil do surfista nacional é, segundo dados nacionais da associação dos *surfistas*, maioritariamente masculino com uma idade média de 28 anos, com grau académico superior e profissionalmente ativo, praticando o desporto uma média de duas vezes por semana (SurfPortugal, 2014) e, segundo Reis e Jorge (2012), apesar de não se poder generalizar, a cultura de *surf* e os atributos ambientais são dois fatores muito importantes que são valorizados pelos surfistas aquando da escolha de um destino turístico. A nível internacional, de acordo com os dados do Turismo de Portugal (2014), o turista de *surf* tem uma faixa etária entre os 25 e os 34 anos e provêm de segmentos de elevado nível socioeconómico e estão cada vez mais associados a consumos complementares (Lopes, 2009). Apesar dos diferentes perfis e motivações que estão por detrás das escolhas de destinos turísticos aqui retratados, é importante conhecer este nicho de mercado, visto que isso interfere com o planeamento turístico e com aquilo que se pretende alcançar num destino turístico e contribui para identificar as preferências de forma a encaminhar os produtos turísticos mais de acordo com as necessidades de cada tipo de turista de *surf*.

5.7 O *surf* em Portugal

Portugal não é um país periférico no que diz respeito ao *surf*, porque na realidade é um dos raros casos de um país central a nível geográfico (Coelho, 2011; Lopes, 2009) porém, este facto ainda não está a ser totalmente aproveitado (Coelho, 2011).

Assim, a localização estratégica e as características únicas do litoral português, associadas às condições naturais e climatéricas (Leal & Cipriano, 2012), tornam Portugal um lugar

“apropriado para realização de atividades náuticas” (TP, 2006, p. 23). Na mesma linha de pensamento Reis e Jorge (2012, p. 2) referem:

Com uma localização estratégica favorável, Portugal não pode estar dissociado do mar que abraça e do qual depende. Como a maioria dos turistas são motivados pelo mar, e tendo em conta o crescimento das atividades e das empresas ligadas a este recurso natural, a tendência para férias ativas justifica o aumento da procura para atividades de desportos aquáticos, onde está incluído o *surf*.

De facto, o clima temperado do país, com todos os ventos e tipos de ondas (Coelho, 2011; Leal & Cipriano, 2012), e onde se pode *surf*ar na maior parte da costa durante quase todo o ano (Leal & Cipriano, 2012), aliado a extensas praias, muitas delas com bandeira azul, presenteiam e estimulam a atratividade para o *surf* das zonas costeiras e “fazem de Portugal um destino cada vez mais procurado para a prática de *surf*” (Leal & Cipriano, 2012, p. 11). Opinião semelhante é partilhada por Bicudo e Horta (2009, p. 1119) ao referir que “a costa portuguesa apresenta um potencial único para o *surf*, devido às características únicas das ondas portuguesas, ao clima temperado e à extensão de praia”.

O turismo de *surf* pode assim ser beneficiado pelas características peculiares do país que se traduzem por uma variedade de *spots* e que fazem com que Portugal tenha uma diversificação de oferta com qualidade. Tal como referem Leal e Cipriano (2012, p. 9), na “verdade, não é necessário viajar muito para se encontrar um recanto pacato e poder desfrutar-se do melhor do *surf* e da harmonia entre o homem e a natureza”. Opinião partilhada por outro famoso surfista, Mcnamara (2015), que refere no seu *site* “não há outra costa que consiga oferecer uma tão grande variedade de *spots* para o *surf* numa tão curta distância. Por isso é que costumamos dizer que as ondas em Portugal são sempre garantidas”.

Da mesma opinião, o surfista de 82 anos, Pedro Martins de Lima, considerado o “pai” do *surf* em Portugal, afirma que em “vez de sermos espectadores de futebol, devíamos ser *surfistas*. A nova juventude portuguesa devia ser incentivada a praticar *surf*, porque temos quilómetros e quilómetros de costa própria para isso” (Lusa, 2012). Apesar destas condições idílicas da costa portuguesa (Bicudo & Horta, 2009), o país tem uma história recente com o *surf*. De facto, na época que antecede o 25 de Abril, poucos eram os surfistas em Portugal, uma vez que o país vivia fechado em si mesmo e a informação sobre o *surf* e a disponibilidade de equipamentos eram praticamente inexistentes (Leal & Cipriano, 2012). Somente após a referida data é que Portugal despertou verdadeiramente para o *surf*, pois a abertura do país ao mundo permitiu que turistas de *surf* descobrissem o país, deixando muitas

das vezes os seus equipamentos (fatos, pranchas) para trás e a semente da cultura única do *surf* nos portugueses ávidos de novidades (Leal & Cipriano, 2012). Os anos 80 do século passado são caracterizados pelo crescimento da prática de *surf* nacional e fruto dessa expansão em 1989, foi criada a Federação Portuguesa de *Surf* (FPS) que contribuiu para o crescimento da modalidade com o desenvolvimento de competições (Leal & Cipriano, 2012). Este facto permitiu o surgimento de empresas de eventos específicos para o *surf*, o que contribuiu para o incremento das provas internacionais em território nacional (Leal & Cipriano, 2012). Os anos 1990 foram anos de consolidação do *surf*, com o crescimento de uma geração de surfistas de qualidade e com a realização de provas do circuito mundial no nosso país (Leal & Cipriano, 2012). No século atual, Portugal consolida a sua ligação ao *surf* o que origina a expansão da indústria ligada ao *surf* no país (Leal & Cipriano, 2012).

Pode-se considerar atualmente que Portugal colocou o seu nome como um destino turístico de *surf* por excelência (Leal & Cipriano, 2012). O *surf* é assim tema discutido a nível político e adquire fama internacional, como é o exemplo de Nazaré, pelas dimensões das suas ondas; Peniche, que é palco de um dos principais eventos de *surf* a nível mundial; Figueira da Foz, com a onda (direita) mais comprida da Europa; a Ericeira, que foi recentemente eleita como uma das três únicas reservas de *surf* do mundo, atribuído pela *Save the Waves* (Leal & Cipriano, 2012) ou pelo “aparecimento de atletas nacionais que disputam lugares cimeiros a nível da alta competição mundial” (Lopes, 2009, p. 154). Há ainda a salientar que Portugal também voltou a estar incluído no calendário do Campeonato Mundial da *Association of Surfing Professionals* (ASP) a partir de 2014 (Guerra, 2014), sendo o único país da Europa com duas provas do campeonato *ASP Prime Event* (Ericeira e São Miguel) e um dos dois únicos países da Europa que têm uma prova do campeonato do mundo (Coelho, 2011). A reforçar esta ideia de “país surfista” estão os dados sobre esta modalidade na atualidade, onde segundo dados do *site* da Federação Nacional de *Surf* (FPS) (2016) existiam, em 2015, 87 clubes reconhecidos pela federação e 155 escolas federadas, sendo que no ano de 2016 esse valor aumentou para 90 e 189, respetivamente. É assim de esperar que nas próximas décadas o *surf* continue a desenvolver-se nas costas portuguesas (Horta & Bicudo, 2012; Leal & Cipriano, 2012), fruto deste aglomerado de condições e características, onde no topo de todas as diferenciações, está um país que é um “autêntico catálogo marítimo desenhado

quase na perfeição para agradar todos os intervenientes[...] e amantes desta modalidade” (Tiago Pires, citado por Leal & Cipriano, 2012, p. 22).

Dados de um estudo de mercado realizado pela *Controlinveste* para o Turismo de Portugal (TP, 2014) reafirmam a ideia que Portugal tem condições para se afirmar como destino turístico de *surf*, uma vez que nesse estudo é revelado que o nível de satisfação global dos turistas que visitam Portugal é bastante elevado, sendo que a prática de *surf* obtém a percentagem mais elevada (87%), seguindo-se as viagens de praia (81%), os eventos festivos (78%), as *city breaks* (78%) e a gastronomia e vinhos (76%). Na realidade, as expectativas dos turistas ficam acima do esperado sobretudo nas viagens relacionadas com a prática de *surf* (68%), gastronomia e vinhos (44%) e património histórico (43%). Estes dados demonstram, por um lado, que o país tem condições para satisfazer a procura turística desta subcultura e por outro lado, verifica-se que Portugal ainda não sabe projetar-se de forma a demonstrar a sua qualidade como destino de *surf*, uma vez que os turistas têm uma ideia inferior sobre a qualidade deste produto turístico, àquela que na realidade o país apresenta. Mas, apesar das condições idílicas que o país possui, a falta de visão integrada a nível nacional (Coelho, 2011) e o facto de o país ainda apresentar um défice no que diz respeito a dispor de produtos estruturados para aproveitamento turístico, origina uma oferta pouco trabalhada e por isso pouco atrativa (TP, 2006; Lopes, 2009).

A reforçar esta ideia, quando se compara a oferta de Portugal com outros países, é revelado que somente 51% dos turistas referem que *surf* em Portugal é melhor do que em outros destinos turísticos (TP, 2014). O que demonstra que Portugal ainda não é reconhecido como um destino de excelência para este produto turístico (Figura 5.2).

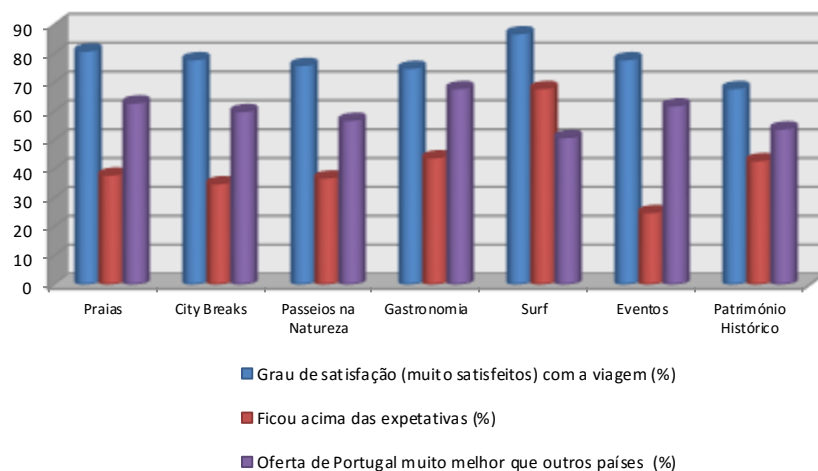


Figura 5.2: Satisfação e expectativas sobre os produtos turísticos de Portugal
 Fonte: Elaboração própria com base em TP (2014)

Assim, a Secretaria de Estado do Turismo tem efetuado uma estratégia de comunicação e promoção específica para o *surf*, onde se inclui a criação de um circuito exclusivo de Portugal, o *Portuguese Waves Series 2013*, a organização de visitas de jornalistas e *bloggers* estrangeiros da especialidade, campanhas de marketing em redes sociais, *sites*, o lançamento da plataforma www.portuguesewaves.com, em associação com o *surfista* Mcnamara (Coelho, 2011,) bem como uma parceria entre o Instituto Hidrográfico (IH), e a FPS, que através de uma aplicação permite a previsão das condições para a prática do *surf* fornecendo um retrato pormenorizado das ondas para cada *spot*. Esta aplicação encontra-se na página do IH, com o título “Qual a tua onda?” e permite para além de informar os *surfistas* do estado do mar, ser uma ferramenta útil em provas nacionais e internacionais. Por outro lado, a iniciativa com maior visibilidade foi da Secretaria de Estado do Desporto ao anunciar a criação de sete Centros de Alto Rendimento de *surf* na costa portuguesa (Almada, Aveiro, Nazaré, Peniche, Sintra, Viana do Castelo, Vila do Bispo) que permite a profissionalização da modalidade (Coelho, 2011).

Em relação ao litoral norte do país este é conhecido pelas suas ondas fortes (Mcnamara, 2015) mas é considerada uma das zonas mais desconhecidas e a menos explorada no que se refere ao *surf* (Leal & Cipriano, 2012). Tal particularidade é devido às características que esta região apresenta, com água fria e praias para *surf* muito expostas à força do mar (Leal & Cipriano, 2012). Apesar destes pontos negativos, esta região apresenta uma vasta oferta de ondas que são adequadas para todos os níveis de *surf*, sendo que a sua atratividade provém

ainda da riqueza cultural e gastronómica, bem como da hospitalidade da população local (Leal & Cipriano, 2012).

Assim, e segundo Bicudo e Horta (2009, p. 1119), “é esperado que a região norte e a região centro, menos exploradas a nível de *surf* tenham, na próxima década uma expansão do desenvolvimento do *surf*”.

5.8 Atividade antrópica e o seu impacte no *surf*

As atividades de engenharia e as múltiplas intervenções humanas, com o pretexto de “desenvolvimento”, criam impactes significativos nas zonas costeiras e são um dos grandes problemas com que o turismo de *surf* tem que lidar (Bicudo & Horta, 2009; Butt, 2010). Essas atividades provocam a perda contínua de praias com características para o *surf*, agravadas pela destruição de diversas ondas (Bicudo & Horta, 2009; Lazarow et al., 2009).

Ironicamente, até infraestruturas que foram desenvolvidas muitas vezes para a proteção da própria costa, como exemplo os esporões, são causadoras de destruição e erosão de determinadas zonas costeiras, ameaçando o recurso natural – as ondas²³, nomeadamente a sua qualidade (Bicudo & Horta, 2009; *Surftotal*, 2015a) e, como consequência, os valores económicos, sociais e ecológicos associados (Butt, 2010; Lazarow et al., 2009). De facto, ao longo dos últimos anos têm sido algumas as ondas de classe mundial a sofrer com a intervenção humana, sendo que algumas já se perderam e outras estão em “vias de extinção”. Seguidamente serão referenciadas algumas dessas ondas bem como as causas que provocam esse problema (Quadro 5.2).

²³ Ondas: perturbação, contínua ou transitória, que se propaga com transporte de energia através de um meio, quer em virtude das propriedades elásticas desse meio material, quer em virtude das propriedades elétricas ou magnéticas do espaço (onda eletromagnética) (Infopédia, 2015a). São um elemento fundamental na complexa rede de mecanismos que controlam o equilíbrio térmico do nosso planeta e constituem para a mutação da forma da costa (Butt, 2010).

Quadro 5.2: Consequências da intervenção humana na qualidade das ondas

País	Local	Problema	Consequência	Ativismo
Austrália	Kirra, Queensland	Mexeu-se com os fundos de areia que produziam o famoso Superbank	Complicou a existência dos tubos de classe mundial.	Campanha Bring Back Kirra
Nova Zelândia	Airport Rights, Wellington	Proposta de expansão do Aeroporto	Ameaçada a qualidade do <i>spot</i> que se tornou lendária por ter sido aí introduzida a modalidade há 100 anos atrás.	<i>Surfbreak</i>
Irlanda	Crab Island e Doolan's Point	Proposta para expandir o cais do ferry	Destruição da qualidade das duas ondas icónicas na costa oeste da Irlanda.	Campanha local está a ser preparada para salvar as ondas
México	Punta Colorada, Oaxaca	Possível construção de uma marina de pesca comercial	Ameaçados os famosos tubos.	Locais lutam arduamente para salvar Punta Colarada
Chile	Toda a costa com vários quilómetros de grandes ondas entre Maule e Bio Bio	Proposta para construir uma central energética de carvão, entre outras obras	Destruição da qualidade das praias e ondas.	Maule Itata Coastkeeper lidera a luta para proteger esta costa

Fonte: Elaboração própria com base em Butt (2010) e *Surftotal* (2015a)

Para outros locais, o desaparecimento total ou a diminuição da qualidade das ondas é já uma realidade definitiva, sendo exemplo disso, todo o historial de desaparecimento de ondas no México, Bastian Point, na Austrália; Ponta Delgada na Madeira; Harry's Baja e Petaccalco no México e Killer Dana, na Califórnia (*Surftotal*, 2015a).

Se as praias e as ondas se tornarem indisponíveis ou significativamente modificadas, tal situação condiciona o comportamento dos turistas de *surf*, uma vez que estes estarão menos dispostos a gastar o seu dinheiro em turismo e lazer. Haverá assim um impacte negativo na economia local (Lazarow et al., 2009), gerando perdas significativas neste tipo de turismo, diminuindo drasticamente a atratividade do destino de *surf* e com isso o seu contributo para o desenvolvimento sustentável dos destinos turísticos costeiros.

Portugal não é exceção em relação a esta problemática, pois durante a primeira década do século XXI, a lista das melhores ondas portuguesas para *surf* têm diminuído, devido sobretudo à engenharia costeira (Bicudo & Horta., 2009; SOS, 2008).

Exemplo disso é o que aconteceu em São Torpes, no Porto de Sines, que lançou, numa primeira fase (2004), o Molhe Leste, o TXXI e o terminal de Gás e numa segunda fase (2011) a sua extensão. Com esta exploração, verificaram-se múltiplos impactes negativos para o *surf*, nomeadamente a perda do *surf spot* tubular ‘Kirra’ e a diminuição da altura da ondulação no extremo Noroeste da praia onde se situa o *surf spot* ‘Molhe’ (Surftotal, 2015a).

Segundo Bicudo e Horta (2009), as construções recentes na costa portuguesa têm interferido com a qualidade das ondas e consequentemente com o *surf*. No quadro 5.3 encontra-se sistematizado uma lista, segundo a SOS (2008), algumas das ondas de alta qualidade danificadas no século XXI, por obras costeiras na costa portuguesa.

Quadro 5.3: Locais afetados pelos impactes antropológicos

Região	Surf Spot	Ano	Qualidade da onda	Construção
Açores	Rabo de Peixe	2000	Grande e longa	Porto de Pesca
Madeira	Lugar de Baixo	2001	Tubular e longa	Paredão para a Marina
Lisboa	Santo Amaro de Oeiras	2003	Tubular e longa	Cais para a alimentação da praia
Madeira	(Ponta Jardim) Jardim do Mar	2005	Grande e longa	Paredão para proteção da costa
Lisboa	Carcavelos	2005	Tubular	Esporão
Madeira	Ponta Delgada	2005	Longa e grande	Piscina/quebra-mar
Porto	Cabedelo do Porto	2006	Tubular	Paredão para proteção da costa

Fonte: Elaboração própria com base em Bicudo e Horta (2009a) e SOS (2008)

Apesar de Matosinhos não estar incluído nesta lista, é importante ter em consideração que qualquer interferência antropogénica na zona costeira poderá inviabilizar o desenvolvimento do *surf* e consequentemente a sustentabilidade do seu turismo. É assim importante incluir o impacte das obras antrópicas no turismo de *surf*. Todavia tal facto ainda não acontece. A título de exemplo, em Matosinhos no estudo de impacte ambiental do novo Terminal de Cruzeiros de Leixões (Proman & Agri.Pro.Ambiente, 2008) não foi tido em conta a diminuição eventual da qualidade das ondas. De facto, no relatório não-técnico relativa às

obras marítimas do terminal de cruzeiro do Porto de Leixões de 2008 não existe nenhuma pesquisa relacionada com esta problemática sendo o estudo vocacionado somente para outros tipos de impactes nomeadamente: a qualidade da água e do ar, geológicos, clima, comunidade aquática, paisagem, socioeconómicos, património e ecossistema terrestre.

5.9 Impactes do turismo de *surf*

O turismo de *surf* não é considerado um turismo de massa (Lazarow et al., 2009; Reis, 2015), sendo referenciado como um turismo sustentável (Buckley, 2002a, 2002b; Lazarow et al., 2009; Ponting, 2008; Ponting & O'brian, 2014; Reis & Jorge, 2012). Está direcionado para um nicho de mercado específico sendo conotado como ambientalmente sustentável, porque depende dos recursos naturais, mar e ondas, para a sua sobrevivência e porque quem gosta desta modalidade sofre as consequências se a água estiver contaminada (Butt, 2010; Lazarow et al., 2009; Mach, 2014; Martin, 2013; Martin & Assenov, 2008a, 2008b; Reis & Jorge, 2012). Como afirmam Reis e Jorge (2012, p. 2), os fãs desta modalidade representam uma forma de subcultura “cujo estilo de vida inclui um profundo respeito pela natureza e meio ambiente”. Opinião semelhante é partilhada por Pedro Martins de Lima que afirma que o *surf* é “o desporto mais saudável, [...], assim como o mais ecológico” (Lusa, 2012), O *surf* acarreta portanto um profundo respeito pela natureza e pelo meio ambiente (Lazarow et al., 2009; Reis, & Jorge, 2012), dado que os *surfistas* apresentam especificamente um conjunto de valores prioritários atribuídos às ondas que *surfam*, o que os incentiva a preservar a praia e o mar (Butt, 2010; Lazarow et al., 2009; Martin & Assenov, 2008a, 2008b; Reis & Jorge, 2012). Por isso, a consciencialização por parte dos *surfistas*, da necessidade de proteger o ambiente, tem crescido significativamente ao longo dos tempos, sendo a criação de cada vez mais organizações, como por exemplo a “*Surfrider Foundation*”, a “*Save the Waves,*” *Waves for development*”, “*Greensurf*” ou a “*Save Our Spit*”, dedicadas a esta causa um bom exemplo dessa sensibilização (Mach, 2014; Martin, 2013; Martin & Assenov, 2008a, 2008b).

A sua reputação de turismo sustentável provem ainda de ser um desporto distribuído por todo o país e praticado em “época baixa” (Lopes, 2009; Lopes & Soares, 2009) diminuindo a sazonalidade, o que promove a distribuição mais equitativa dos lucros pelos concelhos do litoral e permite uma diluição do uso do recurso natural por vários meses, não

sobrecarregando a capacidade de carga das zonas costeiras (Lopes, 2009). Opinião partilhada por Reis e Jorge (2012), que acrescentam o facto de esta subcultura estar a crescer e com isso trazer mais pessoas com diferentes perfis para a modalidade permitindo a sua expansão e por isso, a sustentabilidade económica. Consequentemente, ao contribuir para reduzir a sazonalidade e desenvolver ao longo de todo o ano diferentes negócios, possibilita um desenvolvimento mais equilibrado das regiões.

Apesar destes factos este tipo de turismo não está isento de responsabilidades, no que se refere aos impactes ambientais e sociais que provocam num destino turístico e nas suas zonas costeiras (Buckley, 2002a; Martin, 2013; O'Brian & Ponting, 2013; Ponting & O'Brian, 2014; Ponting, McDonald, & Wearing, 2005; Ponting & O'Brian, 2015; Tantamjarik, 2004). De facto, a rápida expansão desta modalidade, aumenta o número de interessados e consequentemente a expansão de negócios baseados, muitos deles, no crescimento rápido da indústria (Tantamjarik, 2004). Conforme Tantamjarik (2004) e Mach (2014), esta expansão pode provocar um consumo desregrado do recurso natural sendo, como defende Robinson (2004) ou Moniz (2006), um dos problemas que agrava os impactes do turismo em geral e que coloca em causa a sustentabilidade. Reforçando esta ideia, Moniz (2016, p. 179) menciona que “o crescimento descontrolado do turismo, com vista à obtenção de benefícios económicos a curto prazo, provoca impactes negativos, que podem prejudicar o ambiente e a sociedade e destruir os recursos em que assenta a própria atividade turística”.

Deste modo, tanto as comunidades receptoras de turismo, como os empresários e as entidades públicas dos destinos turísticos ligados ao *surf* respondem a esta expansão, criando infraestruturas que vão artificializar os locais e causar impactes ambientais e sociais que provocam a diminuição da atratividade desses locais surgindo a questão sobre se de facto o turismo de *surf* é sustentável (Figura 5.3). O'Brian & Ponting (2013, p. 159) referem em relação a este assunto que com a expansão do “turismo de *surf* comercial pelo mundo [...], os desafios da sustentabilidade são particularmente importantes”.

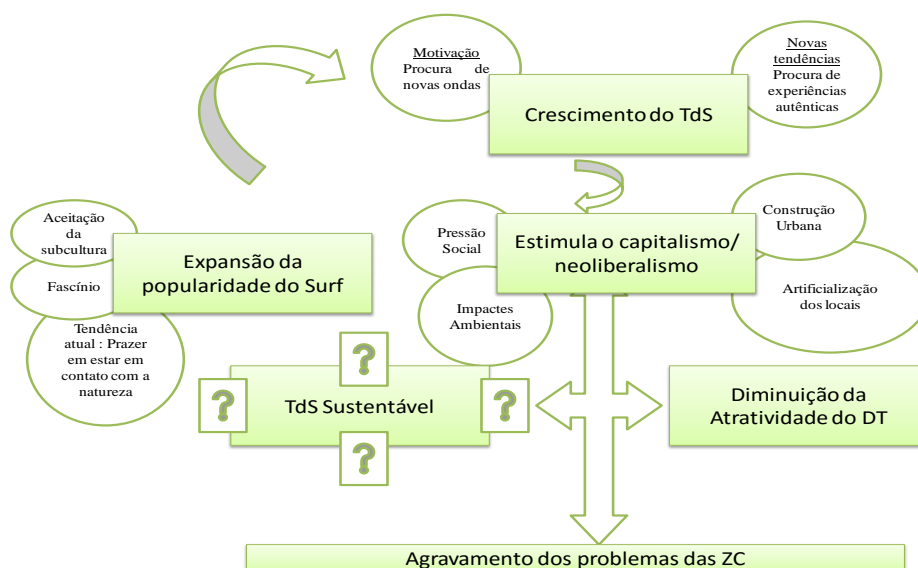


Figura 5.3: Crescimento do *surf* e suas consequências

Fonte: Elaboração própria com base em Mach, 2014, O’Brian & Ponting (2013), Ponting, et al., 2005, Ponting & O’Brian (2015) e Tantamjarik (2004)

Vários autores, como Mach (2014), Martin (2013) e Tantamjarick (2004), referem, portanto, que o turismo de *surf* pode ter impactes quer positivos quer negativos (Figura 5.4).

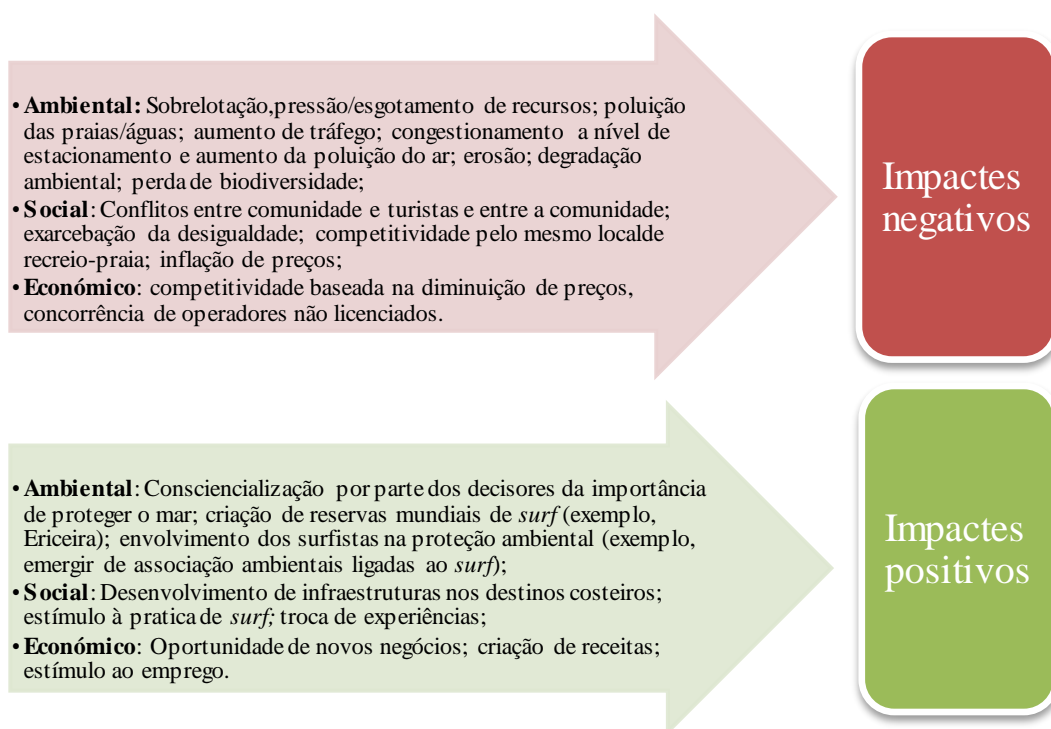


Figura 5.4: Impactes positivos e negativos do turismo de *surf*

Fonte: Barilotti (2002, citado por Tantamjarick (2004), Buckley (2002 a, 2002b), Cabeleira (2011), Dolnicar & Fluker (2003a, 2003b), Lopes (2008), Martin (2013) e Tantamjarik (2004)

Assim, este tipo de turismo, a nível negativo, pode levar a um deletério do equilíbrio ecológico (degradação ambiental, erosão, esgotamento de recursos, perda de biodiversidade por ocupação de áreas para infraestruturas para satisfazer as necessidades dos turistas e *surfistas*, poluição aquática e terrestre etc.), a impactos sociais (exacerbação da desigualdade na comunidade, conflitos entre a comunidade local e os turistas), e a um benefício económico não equitativo (Bariolotti, 2002, citado por Tantanjarick, 2004; Mach, 2014).

Contudo, os efeitos nefastos associados a este tipo de turismo são sobretudo provocados se houver um inexistente/ineficaz planeamento (O'Brian & Ponting, 2013; Mach, 2014) pois, como mencionam O'Brian e Ponting (2013, p. 158) no seu estudo sobre os impactes do *surf* em países em vias de desenvolvimento, “uma gestão deficiente do turismo de *surf* em alguns destinos resultou em impactos negativos significativos sobre as comunidades de acolhimento”. A importância do planeamento é então fundamental para alcançar um turismo mais sustentável, já referenciada no capítulo 4 e que será agora mais detalhada no âmbito do turismo de *surf*.

5.10 Planeamento sustentável do turismo de *surf*

É importante refletir sobre o planeamento e desenvolvimento direcionado para o turismo de *surf*. Em primeiro lugar é importante definir o que é um turismo de *surf* sustentável. Assim, segundo Ponting e O'Brian, (2015, p. 100), este turismo é sustentável quando “as necessidades de turistas de *surf* são atendidas e ao mesmo tempo, quando se respeita o bem-estar social, cultural, económico e ecológico atual e futuro da população local”. Por isso, só faz sentido falar num turismo de *surf* sustentável se este para além de satisfazer as motivações e necessidades dos turistas, contribuir também para a proteção/preservação ambiental e ao mesmo tempo se trazer qualidade de vida, bem-estar e riqueza para as populações locais (Reis & Jorge, 2012).

Para que tal aconteça é necessário que quem delineia os destinos turísticos seja capaz de planear estrategicamente o setor do turismo, incorporando os princípios inerentes ao desenvolvimento e turismo sustentável nessa estratégia (Buckley, 2002a; Ponting, 2001; Reis & Jorge, 2012), pois um planeamento turístico sem acautelar esses princípios provoca o agravamento dos impactes negativos exercidos pelo turismo nas zonas costeiras (Buckley, 2002a, 2002b; Ponting et al., 2005; Ponting & O'Brian, 2014; Ponting & O'Brian, 2015). O

planeamento formal permite ter em conta os limites do crescimento contribuindo para melhoria da qualidade de vida da população (garantia de um salário digno, condições de trabalho razoáveis e seguros) e a proteção dos recursos naturais (Mach, 2014; Ponting & O'Brian, 2014). É assim importante uma gestão cuidada, pois como refere Moniz (2006, p. 124), “a oferta de um produto turístico sustentável depende largamente do planeamento e da gestão, para que nenhuma das componentes do destino turístico se sobreponha às outras”.

Neste contexto, é crucial uma gestão proactiva e eficiente da “capacidade de carga recreativa”²⁴, identificando os limites, reconhecendo e regulando o número de visitantes que podem estar num local, uma vez que se este for ultrapassado, existem impactes ambientais e sociais graves que podem colocar em causa o local como um destino atrativo para o *surf* (Mach, 2014; Martin & Assenov, 2008a; Martin & Assenov, 2008b; Ponting et al., 2005; Ponting & O'Brian, 2014; Ponting & O'Brian, 2015). Contudo, essa limitação do acesso a um recurso comum não é fácil de implementar e é muitas vezes impopular entre os *surfistas*, não sendo uma política prioritária por parte dos agentes políticos, pois pode interferir com as crenças políticas voltadas para o liberalismo e pode ser uma medida económica impopular (Mach, 2014). Porém, para atuar sobre a limitação desse crescimento desmesurado é necessário alterar um paradigma mais profundo e enraizado na cultura económica

²⁴ Capacidade de carga recreativa: “nível de utilização [...] que um recurso natural pode sustentar sem que haja um grau inaceitável de deterioração do caráter e qualidade do recurso ou o uso desse recurso” (Phillips, 1992, citado por Davis & Tisdell, 1995, p. 34). É de notar a interrelação que existe entre a superlotação que provoca o ultrapassar do limite da “capacidade de carga recreativa” e os danos ambientais uma vez que, a superlotação compromete a qualidade ambiental e o esgotamento de recursos, tendo como consequência o comprometimento da própria experiência turística desportiva particularmente se for a natureza o elemento central desse tipo de turismo desportivo, como é o caso do turismo de *surf* (Martin & Assenov, 2008a, 2008b). Um dos impactes mais visíveis deste tipo de turismo é o excesso de surfistas dentro de água que provoca o declínio na experiência de recreio e reduz a atratividade do destino, uma vez que isso suscita a diminuição da capacidade de um recurso de ser usufruído pelo decréscimo do número de ondas possíveis que são surfadas pelos amantes deste desporto (Buckley, 2002 a, 2002b; O'Brian & Ponting, 2013; Ponting & O'Brian, 2014). Tal facto deriva da motivação que os surfistas têm para escolher um local que tenha não só ondas perfeitas mas também ondas desertas (Dolnicar & Fluker, 2003a, 2003b). Por isso, a nível do turismo de *surf* a “capacidade de carga recreativa” deve ser definida numa base social, e basicamente significa “a resposta dos surfistas a uma aglomeração dentro de água e o destino turístico de *surf* deve planear de forma a manter o número dentro de determinados limites” (Buckley, 2002b, p. 430) para que a capacidade de carga recreativa não seja ultrapassada. Esta “capacidade de carga recreativa” pode ser mensurada através do rácio entre o número de ondas que o surfista não consegue surfar devido a outro que lhe retira ou condiciona a onda, contra o número de ondas que o surfista realmente consegue surfar (Buckley, 2002b, p. 428). Contudo, segundo este autor, esta medida pode ser condicionada por vários fatores que interferem nesse rácio, entre eles, as condições de maré e do vento, a habilidade individual do surfista e o sistema de prioridade utilizado para determinar quem fica com cada onda.

contemporânea ocidental – a abordagem económica neoliberal ²⁵ (Ponting et al., 2005; Mach, 2014; Ponting & O’Brian, 2014; Ponting & O’Brian, 2015). Esta questão enquadra-se na visão do relatório de Brundtland (WCED, 1987), uma vez que segundo este, só é possível tornar praticável o desenvolvimento sustentável se for alterada a qualidade do crescimento económico, menos dependente da utilização excessiva dos recursos e mais equitativo nos seus impactes e benefícios. Especificando para o turismo, a economia neoliberal tem sido bastante criticada por limitar o desenvolvimento de outros modelos alternativas de turismo (Mach, 2014; Ponting & O’Brian, 2014; Wearing & Ponting, 2009; Scheyvens, 2011).

Ponting et al. (2005) referem que o turismo de *surf* está intimamente ligado a este paradigma neoliberal dos locais das suas pesquisas, o que impede o comportamento cooperativo entre os concorrentes. Tal paradigma leva a uma acérrima competição entre os *stakeholders*, o que origina um crescimento sem restrições do mercado, políticas de baixo preço (Ponting & O’Brian, 2015) e conseqüentemente uma sobrelotação gerando impactes significativos sobre o ambiente e sobre a comunidade e em última análise impactes económicos, pois os locais deixam de ser atraentes aos olhos dos turistas de *surf* (Buckley, 2002 a, 2002b; Mach, 2014; Ponting et al., 2005). É preciso pensar em novos paradigmas que estejam mais de acordo com toda a envolvência do conceito de desenvolvimento sustentável (Lazarow et al., 2009; Mach, 2014; O’Brian & Ponting, 2013; Ponting & O’Brian, 2014; Ponting & O’Brian, 2015), é preciso pensar e agir não nos moldes de competição mas nos moldes da cooperação (Lazarow et al., 2009; O’Brian & Ponting, 2013). Opinião semelhante apresentam Miller e Hadley (2005, citado por Lazarow et al., 2009, p. 156), quando referem que “os resultados positivos do turismo costeiro dependem da bem-sucedida colaboração dos vários tipos de intervenientes do turismo”.

Para além da necessidade no planeamento de incorporar os limites de crescimento é necessário incluir e facilitar a integração das comunidades de acolhimento como parceiros do planeamento a médio e longo prazo (Andereck & Vogt, 2000; Buckley, 2002b; Mach,

²⁵Abordagem económica neoliberal: refere-se ao desenvolvimento centrado no lucro rápido que procura a maximização do lucro sem incluir os moradores nos seus benefícios levando a que estes suportem apenas o peso dos custos sociais e ambientais desse desenvolvimento. “O resultado do desenvolvimento de um modelo neoliberal com a sua inerente falta de planeamento formal para explicar os limites ao crescimento foram os motivos encontrados para os impactes negativos sociais e ambientais em vários locais ao redor do mundo pesquisados por Ponting et al. (2005), Ponting & O’Brien (2014) e Tantamjarik (2004)” (Mach, 2014, p. 50).

2014; Moniz, 2006; O’Brian & Ponting, 2013; Ponting et al, 2005; Ponting & O’ Brian, 2014). Em relação a este assunto, Andereck e Vogt (2000, p. 27) referem que “sem o suporte da comunidade é difícil desenvolver uma indústria de turismo de *surf* na comunidade”, e O’Brian e Ponting (2013, p. 161), reforçam que a “prontidão das comunidades de acolhimento para partilhar os recursos locais com os turistas é um determinante crítico de sucesso para o desenvolvimento de um turismo sustentável”. Também é necessário que a envolvência das populações locais se faça com a integração deste desporto na cultura local (O’Brian & Ponting, 2013; Ponting et al., 2005), como menciona O’Brian e Ponting (2013, p. 168), é necessário “investir na criação de planos para incutir o desporto de *surf* na comunidade local”.

Na figura 5.5 são demonstrados os pré-requisitos, segundo Ponting et al. (2005) e O’Brian & Ponting (2013), para que o turismo de *surf* seja sustentável.

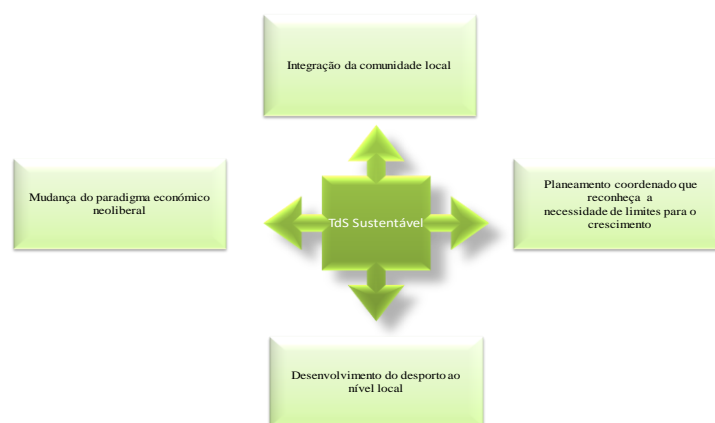


Figura 5.5: Pré-requisito para um turismo de *surf* sustentável

Fonte: Elaboração própria com base em O’Brian & Ponting (2013), Ponting et al. (2005) e Ponting & O’Brian (2014)

De igual forma, o *surf* é uma atividade que deve ser planeada de forma mais abrangente, numa perspetiva territorial de *cluster* (Coelho, 2011; Reis & Jorge, 2012) uma vez que se assim concebida e estruturada “pode contribuir para uma estratégia de desenvolvimento, valorização dos recursos humanos e ambientais e que contribuem para a sustentabilidade das economias regionais / locais” (Reis & Jorge, 2012, p. 8). Esta agregação de atividades, defendida para o turismo em geral, influencia a produtividade e estimula a competitividade

e uma vez que se inspiram e se fundamentam no associativismo, são consideradas referências para o desenvolvimento sustentável (Beni, 2013). Como refere (Beni, 2013, p. 23), com o *cluster* elimina-se “o clima de desconfiança, descrença e discórdia, entre as empresas envolvidas, [...] certamente evidenciará um ganho coletivo na solução de resultados comuns”, permitindo aos territórios construir-se numa base sólida de cooperação e criando vantagem comparativa e competitiva, estimulando um desenvolvimento mais sustentado da região.

É assim fundamental no planeamento desenvolver um conjunto de atividades que extravasam a indústria e o turismo de *surf*, articulando este com outros *clusters*²⁶ de um território como o da saúde, da gastronomia, do desporto e de atividades ligadas ao bem-estar (Coelho, 2011), formando um *hypercluster*²⁷ que suscite assim um crescimento sustentado não só de uma indústria em particular mas de num conjunto de fileiras, permitindo o desenvolvimento coeso de uma região.

Para além desta cooperação entre empresas de vários ramos é necessário ainda que no planeamento haja um envolvimento de todos num contexto de cooperação e parceria de forma a garantir a consistência, a competitividade e a sustentabilidade de um destino turístico de *surf* (Buckley, 2002b; Cabeleira, 2011; Ponting et al., 2005; Tantamjarik, 2004). Esta cooperação e parceria deve ser realizada entre o setor público e privado e as organizações não-governamentais, e cada um destes *stakeholders* tem um papel fundamental no alcance desse objetivo (Cabeleira, 2011; Tantamjarik, 2004). Segundo Cabeleira (2011), o setor público local tem a função de implementar as políticas nacionais, o setor privado deve providenciar serviços baseados nos pilares da sustentabilidade, tendo um papel fundamental no desenvolvimento e comercialização do produto turístico e na educação promovendo comportamentos sustentáveis. As organizações têm um papel fundamental na proteção

²⁶ *Cluster*: “é constituído por um conjunto de atores – empresas, centros de investigação, entidades de interface, facilitadores, etc. – cuja atividade se organiza em torno de um conjunto de sectores com fortes relações económicas e tecnológicas e que, pela interação dos seus membros, gera um potencial de inovação e desenvolvimento que separadamente esses membros não poderiam ambicionar ter” (Lopes, 2009, p. 105).

²⁷ *Hypercluster*: “conjunto de *clusters* que, não tendo necessariamente todos entre si relações de intercâmbio económico ou tecnológico estreitas, existem em torno da exploração de um mesmo recurso ou de um mesmo património de grande dimensão e que suporta uma grande variedade de funções” (Lopes, 2009, p. 105).

ambiental através da criação de programas de educação e formação (Cabeleira, 2011; Tantamjarik, 2004).

Em síntese, para que o turismo de *surf* seja sustentável e contribua para o desenvolvimento harmonioso de um destino turístico é necessário no planeamento envolver todos os elementos anteriormente descritos consagrando assim a possibilidade de tornar mais sustentável e competitivo um destino turístico de *surf*.

5.11 Síntese e conclusões

Ao longo dos tempos, o *surf* tem fascinado cada vez mais um maior número de praticantes e torna-se atualmente uma modalidade importante que cativa patrocinadores e decisores políticos. A importância desta expansão ocorre por múltiplos fatores, sendo que a forte imagem de uma subcultura com um estilo de vida saudável e feliz que o *surf* proporciona, está entre os fatores mais relevantes.

Os *surfistas* e todos os amantes deste estilo de vida buscam incessantemente novas ondas, novas experiências e, portanto, são intrinsecamente constantes buscadores viajantes. Esta particularidade faz com que o *surf* tenha uma relação estreita e simbiótica com o turismo.

Rotular este produto num produto turístico mais vasto, não tem tido consenso por parte dos estudiosos, pois alguns catalogam como subproduto do turismo desportivo, do turismo natural e outros ainda colocam-no como parte do turismo náutico. Apesar desta diversidade de opiniões, existe a noção que é um tipo de turismo sustentável ligado à zona costeira e que o desenvolvimento sustentável do território litoral depende também do planeamento e crescimento sustentável deste tipo de turismo.

Contudo, a sua grande expansão aliada à sobre-exploração dos recursos naturais, pode subjugar este tipo de turismo a uma visão puramente economicista, o que desequilibra os restantes pilares do conceito de desenvolvimento sustentável. De facto, se apenas for tido em conta o lucro como único valor importante, pode provocar o ultrapassar da capacidade de carga, levando a distúrbios ambientais, originar conflitos sociais, desequilíbrio da

distribuição dos dividendos e destruturação da cultura local. Na realidade, este tipo de turismo tem impactes que não diferem muito dos provocados pelo turismo em geral.

Assim, enquanto nicho de mercado, para que o turismo de *surf* seja sustentável e não coloque em déficit qualquer uma das suas vertentes é necessária uma mudança do paradigma voltado para a competitividade desregada para um paradigma que reforce a cooperação, o conhecimento/consideração profundo dos valores, da cultura e do clima social da população local e o respeito pelo recurso natural. Igualmente importante é o planeamento turístico que deve ser rigoroso e sensível aos princípios e pilares da sustentabilidade enquadrado na visão ampla de turismo sustentável. Como tal, deve defender um papel mais proactivo da população de acolhimento, permitindo a transparência dos resultados e facultando oportunidades de diálogo, deve incorporar na sua fundamentação os limites do crescimento, as necessidades da comunidade e o respeito da natureza *per si*. Em síntese, para que o produto turístico de *surf* se desenvolva de forma mais sustentável é fundamental um planeamento rigoroso que permita reduzir os impactes inerentes a esta atividade económica e possibilite potencializar os seus benefícios. Ainda acresce que o planeamento deve estimular a cooperação e interligação entre as diversas atividades englobadas no setor do turismo e estimular a parceria e a cooperação entre o setor privado e público.

III – INVESTIGAÇÃO EMPÍRICA

6 Capítulo 6 – Metodologia da investigação

6.1 Introdução

A primeira parte da dissertação, a revisão de literatura, permitiu traçar um quadro teórico e delinear as linhas orientadoras para a elaboração dos objetivos do estudo. Após esta componente teórica urge agora estruturar a metodologia que permite responder às questões de partida e alcançar os objetivos traçados para este trabalho através de uma componente prática. Neste contexto, este capítulo pretende contextualizar e fundamentar esta componente prática estando decomposto em quatro secções principais. Começa com a introdução (secção 6.1), que apresenta a estrutura de todo o capítulo, seguidamente referem-se os objetivos gerais e específicos que se pretendem alcançar com esta investigação (secção 6.2). Na secção 6.3 descreve-se a metodologia utilizada para a recolha empírica dos dados secundários e primários, a qual se divide em duas fases, sendo detalhadas a seleção dos *stakeholders* a inquirir e a definição da amostra. Apresenta-se, ainda, os instrumentos de recolha de dados, bem como a sua estrutura e objetivos, assim como a justificação para cada questão levantada. Posteriormente passa-se à descrição para cada fase do tratamento da informação recolhida, e finalmente faz-se uma avaliação crítica da metodologia. O final do capítulo termina com a conclusão (secção 6.4).

6.2 Objetivos da investigação

O estudo de caso²⁸ deste trabalho recaiu sobre o concelho costeiro de Matosinhos, local que tem vindo a apostar no turismo de *surf* como atividade económica de relevo. Contudo, este crescimento evidente do turismo de *surf* neste território pode colocar em causa a sustentabilidade do destino turístico visto que este pode não ser a primeira preocupação dos decisores, planeadores e empresários locais. A agravar esta situação existe pouco conhecimento sobre este turismo e sobre os seus impactes no concelho. É portanto fundamental recolher dados e monitorizar este produto turístico de forma a limar, se

²⁸ Estudo de caso: “modelo de análise intensiva de uma situação particular (caso). [...] permite a recolha de informação diversificada a respeito da situação em análise, viabilizando o seu conhecimento e caracterização” (Pardal & Lopes, 2011, p. 33) e “sob condições limitadas, possibilita generalizações empíricas” (Pardal & Lopes, 2011, p. 19).

necessário, as arestas que podem estar a condicionar o crescimento do turismo de *surf* segundo os princípios da sustentabilidade.

O objetivo principal deste presente trabalho é assim recolher informação que permita aos planeadores, decisores e empresários que desenvolvem este produto turístico ter dados pertinentes para limarem arestas no sentido de desenvolver este produto de uma forma mais sustentável. Para alcançar este objetivo procura-se perceber se o turismo de *surf* está a ser um motor de desenvolvimento sustentável em Matosinhos (objetivo secundário) através da recolha de informação sobre como está a ser planeado/desenvolvido este produto turístico e se o turismo de *surf* tem sido uma ferramenta para o desenvolvimento sustentável (satisfação/impactes/proteção dos recursos naturais, culturais e construídos). Procura-se ainda com este trabalho, recolher e compilar opiniões de diversos *stakeholders* de maneira a sintetizar recomendações sobre como desenvolver sustentavelmente o turismo de maneira a preservar o equilíbrio das dimensões basilares do conceito e evitar os impactes mais nefastos que podem originar desequilíbrios nas zonas costeiras (objetivo secundário).

Foi realizado igualmente uma pesquisa sobre Matosinhos como destino turístico em geral e como destino turístico de *surf* para que os dados recolhidos contribuíssem para uma melhor perceção sobre os pontos fortes e fracos da região. Foi ainda efetuado uma pesquisa sobre o perfil dos turistas de *surf* que visitam o concelho pois o estudo deste *stakeholder* permite orientar com mais sucesso as questões-chave deste grupo como referido no tópico 5.6. Esquemáticamente pode-se dividir em três grandes grupos os objetivos (Quadro 6.1).

Quadro 6.1: Objetivos da dissertação

Objetivo principal	
Recolher e fornecer informação que permita aos planeadores, decisores e empresários que desenvolvem este turismo de <i>surf</i> ter dados pertinentes para limarem arestas no sentido de desenvolver este produto de uma forma mais sustentável.	
Objetivos secundários	Como alcançar
1. Perceber se o turismo de <i>surf</i> está a ser um motor de desenvolvimento sustentável em Matosinhos.	Identificação das políticas de desenvolvimento. Identificação da forma como está a ser planeado e se está de acordo com a noção de GIZC. Identificação dos impactes (atuais e potenciais)
2. Caracterizar o destino turístico de Matosinhos e traçar o perfil dos visitantes.	Recolha de informação sobre o perfil dos visitantes e sobre o destino turístico de Matosinhos no geral e especificamente como destino de <i>surf</i> .
3. Identificar estratégias de desenvolvimento sustentável do turismo de <i>surf</i> .	Recolha de opinião de vários <i>stakeholders</i> .

Fonte: Elaboração própria

Pretende-se, assim, com este presente trabalho contribuir, com uma peça fundamental no planeamento e desenvolvimento de produtos turísticos – recolha de informação eficaz – para que o turismo de *surf* tenha um papel fundamental na proteção das zonas costeiras e no desenvolvimento sustentável do destino turístico de Matosinhos.

6.3 Recolha e análise de dados

A metodologia utilizada para a recolha de dados foi desenvolvida em várias fases e centrou-se em dois tipos de recolha: os dados secundários e os dados primários, que para além de colmatarem a insuficiência de alguns dados secundários contribuíram para recolher informação sobre os objetivos delineados.

A primeira fase (Fase I) consistiu na recolha de dados secundários com o propósito obter informação sobre Matosinhos, a sua zona costeira e o turismo. As restantes duas fases (Fase II e Fase III) são baseadas na recolha de dados primários, sendo aplicado duas metodologias: a qualitativa e a quantitativa. A figura 6.1. sintetiza as etapas do estudo empírico, os métodos, os instrumentos de recolha de dados e os objetivos centrais.

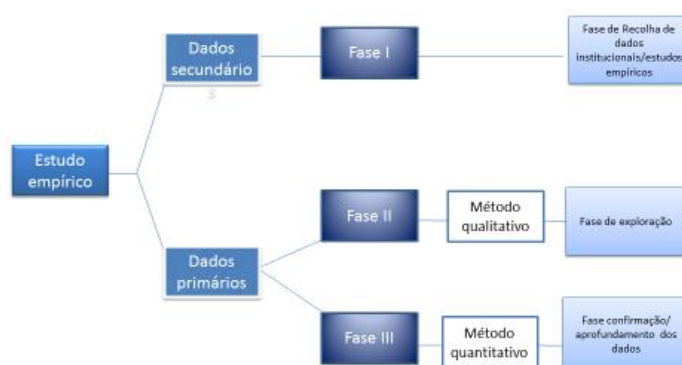


Figura 6.1: Etapas do estudo empírico
Fonte: Elaboração própria

6.3.1 Fase I – dados secundários

Após a revisão da literatura realizada na primeira parte do trabalho, houve a necessidade de obter dados secundários mais concretos sobre o concelho de Matosinhos a nível da caracterização biofísica, a nível de indicadores socioeconómicos e ambientais, e também em

relação ao sistema turístico existente e sobre o turismo de *surf* como um turismo sustentável. Na recolha dos dados houve a preocupação de abranger dados num horizonte temporal mais ampliado (média 15 anos), com o intuito de analisar a evolução de Matosinhos nas vertentes descritas anteriormente, uma vez que uma análise temporal mais vasta permite uma leitura mais eficaz do contexto evolutivo do local.

Foram utilizados para esse fim os dados estatísticos oficiais disponibilizados pela Área Metropolitana do Porto (AMP), Instituto Nacional de Estatística (INE) – nomeadamente o Anuário Estatístico da Região Norte de 2000 a 2013, e os Censos 2001 e 2011 –, PORDATA, Turismo do Porto e Norte de Portugal (TPNP, 2014), assim como pesquisa bibliográfica sobre estudos de casos, de pendor mais empírico, que abordavam dados atuais sobre as características biofísicas da zona costeira de Matosinhos e os problemas ambientais deste território, colmatando as informações parcas sobre estes dados. Foram ainda analisados para completar os dados anteriores os documentos fornecidos pela Câmara Municipal de Matosinhos, nomeadamente a Carta Educativa do concelho de Matosinhos (CM-Matosinhos & Fundação Manuel Leão [FML], 2006), “Matosinhos, mar, movimento, cultura. Revista do Senhor de Matosinhos” (CM-Matosinhos, 2014), “Conocer Matosinhos- ferias, fiestas y romarías. Matosinhos” (CM-Matosinhos, 2004) e “Matosinhos, mar, movimento, cultura. Revista do Senhor de Matosinhos” (CM-Matosinhos, 2014),

Foi tido ainda em conta os seguintes documentos INAG, 2007 relativamente às alterações ao POOC Caminha-Espinho; dados fornecidos pelo Centro Regional de Excelência Porto [CREP] sobre a biodiversidade da AMP; dados disponibilizados pela Agência Portuguesa do Ambiente (APA) sobre a qualidade da água bem como o *site* da CM-Matosinhos sobre o concelho (história, caracterização biofísica, localização geográfica, freguesias, caracterização das praias do concelho de Matosinhos, rios e ribeiras, património histórico, parque de capismo de Angeiras, qualidade, monitorização e temperatura da água, fauna e flora da zona litoral de Matosinhos, indicadores da ocupação do solo), Bandeira Azul, 2015 e *Quercus*, 2015b.

Uma das limitações encontradas relativamente aos dados sobre o turismo de *surf* em Matosinhos é que a preocupação sobre esta atividade turística é recente, o que condiciona a obtenção de dados secundários institucionais sobre este produto turístico. Assim, a recolha destes dados não é suficiente para alcançar os objetivos traçados para o presente trabalho, tornando-se necessário recolher informação primária, descrita seguidamente.

6.3.2 Fase II e III – dados primários

A recolha de dados primários foi realizada com base na metodologia qualitativa e quantitativa. Na fase II do estudo empírico foi utilizado a metodologia qualitativa tendo como objetivo obter informação pormenorizada, a partir de entrevistas a *stakeholders*-chave, relativamente ao desenvolvimento e planeamento do turismo de *surf*, as potencialidades e fraquezas do destino bem como dados relativos a este tipo de turismo. Durante esta fase, essencialmente exploratória, procura-se perceber primeiramente como está a ser delineado o produto turístico e se está a ser desenvolvido e planeado de acordo com as práticas de um turismo sustentável. É portanto uma fase que pretende sobretudo clarificar os alicerces que fundamentam este tipo de turismo em Matosinhos: o seu planeamento, desenvolvimento e operacionalização.

Pretende-se ainda recolher opiniões sobre a melhor forma de alcançar um turismo de *surf* que respeite os princípios e os pilares da sustentabilidade.

Na fase III, de carácter quantitativo procura-se uma compreensão dos impactes sentidos atualmente relativamente ao turismo de *surf* segundo a perspetiva de sustentabilidade. É uma fase confirmatória utilizando uma amostra representativa de outros *stakeholders* que são afetados direta e indiretamente pela forma como está a ser delineado e planeado o turismo de *surf*.

Seguidamente serão analisadas as duas fases e estes dois métodos de recolha de dados de uma forma mais pormenorizada.

6.3.3 Fase II

6.3.3.1 Delimitação da população e amostra

Para a seleção da população foi necessário primeiramente identificar todos os *stakeholders* que direta ou indiretamente estão envolvidos na indústria do turismo de *surf*. Assim, segundo Buckley (2002a), são quatro os grupos interligados de partes interessadas que influenciam o papel do turismo de *surf* no desenvolvimento sustentável nomeadamente os *surfistas* (incluindo os turistas que praticam esta modalidade), operadores/empresas turísticas (oferta turística), residentes locais e as instituições do estado. Segundo Research (2013, citado por Moniz, 2006) deve incluir-se ainda as organizações sem fins lucrativos como intervenientes importantes. Assim, de uma forma geral, os *stakeholders* mais evidentes são os *surfistas*,

quer os locais quer os turistas domésticos/internacionais, bem como os seus acompanhantes que trazem dinheiro para as empresas locais e desenvolvem a economia costeira de forma direta (e.g. gastos no aluguer de pranchas) e indireta (e.g. as compras de provisões e gasolina), as empresas turísticas no geral e as empresas turísticas dedicadas à modalidade, como, por exemplo, os *surf hostels* ou empresas de animação turísticas; outras empresas que diretamente são influenciadas por esta indústria, nomeadamente as lojas de *surf*, as lojas de roupa e acessórios associados a marcas de *surf*, lojas de aluguer de prancha, ou indiretamente como restaurantes e bares, etc. Outros *stakeholders* que influenciam quer direta quer indiretamente são a câmara, a nível político e a nível de planeamento, a população local pela relação entre o seu papel de contribuição para o bem-estar dos turistas (papel ativo) e o seu papel de recetora da contribuição dos turistas (papel passivo-ativo) e as ONGAs ligadas à preservação/conservação da natureza.

A partir da análise dos objetivos desta segunda fase optou-se por selecionar desta panóplia de *stakeholders* alguns grupos apenas. Esta seleção deriva dos motivos explicados seguidamente.

O que se pretende nesta segunda fase é ter um conhecimento profundo de como está a ser desenvolvido e planeado o turismo de *surf* em Matosinhos. Tem ainda o intuito de recolher informação sobre os turistas e o turismo de *surf* assim como recolher opiniões sobre a melhor forma de desenvolver este produto numa perspetiva de sustentabilidade. Portanto a seleção recaiu primeiramente sobre as empresas turísticas especificamente vocacionadas para a modalidade e que têm na sua componente estratégica a animação turística²⁹ – as empresas de animação turística³⁰. Esta priorização pareceu ser a opção mais viável, pois estas empresas têm uma visão mais abrangente e detalhada do turismo de *surf*.

Uma outra razão para este filtro prendeu-se com o facto de estas empresas serem de empresários que são também *surfistas* e que portanto têm uma visão alargada não só como empresários mas como praticantes da modalidade, tendo uma opinião pessoal sobre quais os melhores *spots* do concelho e quais as dificuldades e as atratividades encontradas nesses

²⁹ Animação turística é o conjunto de atividades que se traduzem na ocupação de tempos livres dos turistas e visitantes, permitindo a diversificação integrada da oferta turística contribuindo para a divulgação do património material e imaterial da região onde se integra (Portaria 520/2009 de 14 de Maio, artigo 4º, alínea c).

³⁰ Empresas de animação turística: empresas que organizam atividades lúdicas, recreativas, desportivas ou culturais destinadas predominantemente a turistas, mediante remuneração. Exemplo: passeios de bicicleta; pedestrianismo/ caminhada; instalações e equipamentos de apoio à prática de *surf*, vela, mergulho, alpinismo, parapente, kartódromos, atividades de enoturismo, entre outras (TP, 2013a, p. 5).

locais, recolhendo assim dados essenciais para alcançar o objetivo secundário delineado (objetivo 2). Pensou-se ainda nas empresas de alojamento turístico³¹ ligado a esta modalidade – os *hostels* –, sendo duas no total em 2015 (em Abril de 2016 passaram a ser três), porém não se enquadravam em todos os componentes que se pretendiam realizar, nomeadamente a componente de indicadores ligados à modalidade por parte dos locais. A exclusão dessas empresas foi ainda reforçada pelo facto de um dos ser de um dos donos de uma empresa de animação turística, o que permite pela entrevista à empresa turística chegar a conclusões gerais.

Uma vez que se pretendia informação específica sobre Matosinhos e o trabalho em rede desta atividade turística optou-se por apenas recolher informação das empresas sediadas no concelho. Foi assim realizado um inventário das empresas de *surf* que realizam atividades turísticas chegando a um universo de nove escolas como demonstrado no anexo I. Deste número obteve-se um total de oito entrevistas. A entrevista a uma das escolas não foi realizada pois após várias tentativas de marcação a desistência do dono nos próprios dias da entrevista, inviabilizou a sua realização.

De igual modo procura-se recolher informação de quem delinea estrategicamente o turismo. Por conseguinte, a Câmara Municipal, por ter um papel central no planeamento e desenvolvimento do *surf* foi outro *stakeholder* escolhido. Deste *stakeholder* pretendeu-se recolher informação mais detalhada sobre a dinâmica turística do município, sobre o turismo de *surf* na atualidade, as estratégias para o desenvolvimento sustentável do concelho correlacionando com o turismo de *surf* e estratégias futuras para este tipo de turismo. Pretendeu-se ainda obter informação sobre os incentivos dados aos empresários bem como perceber a importância que este organismo institucional dá à participação e envolvimento dos outros *stakeholders*, peça fundamental num planeamento turístico.

Visto que na revisão da literatura (secção 5.9) faz-se referência à importante relação entre o turismo de *surf* e o ambiente, e segundo Martin (2013, p. 24) identifica-se um défice de comunicação “entre a indústria do turismo e aqueles que procuram preservar o ambiente natural onde as atividades turísticas tomam lugar”, pretende-se também integrar nesta recolha de informação, *stakeholders* ligados à defesa do ambiente – ONGA – com o intuito de quebrar este procedimento e “dar voz” a estas entidades permitindo que contribuíssem

³¹ Alojamento turístico: de acordo com a Organização Mundial de Turismo (OMT) e EUROSTAT são todas as instalações que, de modo regular ou ocasional, fornecem dormidas ou estadas aos turistas (Cunha & Abrantes, 2013, p. 176).

também com a sua experiência para fornecer opiniões sobre a melhor forma de desenvolver de forma sustentável o turismo de *surf*. Neste contexto foram selecionadas as seguintes ONGA: uma orientada para o ambiente mas também para a modalidade em estudo (*Surfrider Foundation*³²) e outra mais abrangente (*Quercus*³³). Esta última foi selecionada uma vez que esteve presente na discussão pública efetuada aquando da alteração ao POOC Caminha-Espinho que decorreu entre o dia 11 de dezembro de 2006 e 26 de janeiro de 2007 (INAG, 2007) e deu um contributo mais aprofundado sobre os problemas associados com este tipo de turismo e o ambiente. Destas duas associações, como anteriormente referido, pretendeu-se por um lado recolher opinião de como deve ser desenvolvido este tipo de turismo de forma a contribuir para o desenvolvimento sustentável e por outro, fazer uma comparação do que é o ideal e do que é a realidade em Matosinhos.

Para alcançar estes propósitos, recorreu-se à amostragem que é considerada uma “pequena representação do universo da investigação” (Pardal & Lopes, 2011, p.54), delimitando da oferta turística em Matosinhos, as empresas vocacionadas com atividades turísticas para a modalidade em estudo, a entidade pública – Câmara Municipal de Matosinhos e as ONGA. Assim, o tipo de amostragem escolhido foi a amostragem não probabilística por conveniência ou intencional³⁴. Este tipo de amostragem está “centrada em indivíduos ou grupo portadores de um ou vários atributos que possam contribuir para o desenvolvimento de uma teoria” (Pardal & Lopes, 2011, p.64).

Como referem Reis e Moreira (1993, p. 129), trata-se de uma amostra que se baseia “na premissa de que certos tipos de respondentes têm uma maior disponibilidade, ou se encontram mais acessíveis para responder ao inquérito”, podendo ainda ser adotado quando

³² *Surfrider Foundation*: Organização não-governamental fundada em 1984 (Tantanjarik, 2004) que tem como visão manter as praias abertas a todos, promover o desenvolvimento costeiro inteligente de forma a evitar impactos nessas regiões, proteger o oceano e os lugares costeiras antes de serem ameaçados, assegurar que a água é limpa para *surf* e nadar e as praias são livre de lixo plástico. A sua missão é dedicada à proteção dos oceanos, ondas e praias do mundo inteiro através de uma rede ativista poderosa (*Surfriders Foundation*, 2015)

³³ *Quercus*: Organização não-governamental de ambiente portuguesa criada a 31 de outubro de 1985 com o intuito de contribuir para a conservação da natureza e dos recursos naturais, para a defesa do ambiente em geral, sempre numa perspetiva de desenvolvimento sustentável. Incluindo nas suas múltiplas áreas temáticas de intervenção, além da conservação da natureza e da biodiversidade, a energia, a água, os resíduos, as alterações climáticas, as florestas, o consumo sustentável, a responsabilidade ambiental, entre outras (Quercus, 2015a).

³⁴ Amostragem não probabilística por conveniência ou intencional: são “aquelas cujos fundamentos de seleção não dependem de construções estatísticas, embora a elas algumas modalidades possam recorrer, mas sim, e essencialmente, do juízo do investigador[...] não garante a todos os elementos da população de integrarem a amostra e que, assim acontecendo, não possibilita a determinação da margem de erro daquela” (Pardal & Lopes, 2011, p.63) “[...]baseia-se na premissa de que certo tipo de respondentes têm uma maior disponibilidade (Reis & Moreira, 1993, p.129) ou “se pensa conhecerem melhor a situação” (Reis e Moreira, 1993, p.129)

se pretende seleccionar “aqueles que se pensa conhecerem melhor a situação”. Apesar de neste tipo de amostragem “não se poder falar em representatividade, frequentemente é possível evitar um enviesamento sistemático” Reis e & Moreira, (1993, p. 129), opinião partilhada por VanderStoep e Johnston, (2009, p. 27), que mencionam que menciona que a desvantagem deste tipo de amostragem é a “falta de representatividade da população geral”. A escolha deste tipo de amostragem dependeu assim dos objetivos traçados sendo que, para tal, a representatividade e a quantidade da amostra mesma assumiu uma menor importância sendo, segundo a nossa perspectiva, a amostra focalizada, seleccionando responsáveis passíveis de maximizar o desenvolvimento das questões colocadas, a melhor estratégia a adotar.

6.3.3.2 Instrumento de recolha de dados primários

Seguidamente definiram-se os instrumentos de recolha de dados primários para esta segunda fase. No que se refere às empresas turísticas e devido aos objetivos da investigação que abarcam e pretendem aprofundamento de várias vertentes, bem como às características da população a ser estudada (fortemente conhecedora das problemáticas em estudo mas em número reduzido), foi necessário seleccionar um instrumento de pesquisa capaz de ser cirúrgico, para se conseguir recolher informações concretas e detalhadas sobre os dados pretendidos e ao mesmo tempo ser amplo, para abarcar todas as informações que satisfizessem os objetivos delineados. Neste contexto, optou-se por construir um inquérito por entrevista semiestruturada com questões abertas e fechadas. Pretendeu-se desta forma recolher opiniões mais globais e ao mesmo tempo recolher informação de dados mais específicos sobretudo no que se refere aos indicadores ambientais e tecnológicos.

De igual forma foi escolhido o mesmo instrumento de inquérito, a entrevista semiestruturada, com perguntas abertas, ao representante do turismo da Câmara Municipal de Matosinhos e às ONGA.

A escolha por este tipo de recolha de dados é utilizada pois esta permite recolher informação de dados próprios que ainda não estão ao dispor (Albarello, Digneffe, Hiernaux, Maroy, Ruquoy & Saint-Georges, 1997), fundamental para este trabalho, pois as informações relativas ao turismo de *surf* em Matosinhos são poucas ou mesmo inexistentes. Igualmente a escolha deste tipo de instrumento deve-se ao facto de nos objetivos delineados para este trabalho se pretender, nesta primeira fase, recolher um volume acentuado de informação e

opiniões detalhadas sobre as percepções e interpretações da amostra. Neste contexto as entrevistas possibilitaram a obtenção de uma informação mais rica e pormenorizada (Flick, 2013; Pardal & Lopes, 2011) sendo que no caso escolhido de entrevista semiestruturada essa informação é mais facilmente expressa pois não há tanta rigidez de guião (Flick, 2013; Moreira, 1994; Pardal & Lopes, 2011), permitindo portanto o aprofundamento da informação requerida, através de um fluir livre do discurso do entrevistado (Pardal & Lopes, 2011). Numa entrevista semiestruturada isso é obtido pois “o questionamento vai surgindo de modo tão natural quanto possível, com precisão e sentido de oportunidade” (Pardal & Lopes, 2011, p.87). Assim o facto da escolha da entrevista, no que se refere ao tipo de estrutura, ter sido a semiestruturada que no fundo é “uma variante – compromisso entre a diretividade e a não-diretividade” (Pardal & Lopes, 2011, p.86), permitiu adaptar e acrescentar perguntas ao longo da conversação de acordo com o fluir da entrevista, para aprofundar e melhor elucidar algumas respostas dos entrevistados, o que permite alcançar com maior sucesso, do nosso ponto de vista, os objetivos pretendidos.

Adicionalmente recorreu-se nesta fase exploratória a outro método qualitativo – a observação direta científica³⁵ – para inventariar as praias referidas nas entrevistas como *spots* ideias para a prática da modalidade, com o objetivo de aprofundar a caracterização dos locais, de realizar o levantamento das infraestruturas existentes e recolher informação sobre a qualidade ambiental dos locais.

Procura-se assim através deste método enriquecer e aprofundar os dados fornecidos durante as entrevistas visto que “não há ciência sem observação, nem estudo científico sem um observador” (Pardal & Lopes, 2011, p.71)

Em suma, nesta fase II os instrumentos de dados escolhidos foram a observação e o inquérito por entrevista semiestruturada ou semi-dirigida.

6.3.3.3 Estrutura da entrevista e seus objetivos

- a) Inquérito por entrevista às empresas turísticas da modalidade

Os objetivos da investigação traçados para este tipo de *stakeholder* são os seguintes:

- Perceber se o turismo de *surf* está a ser desenvolvido como um produto turístico sustentável;

³⁵ Observação direta científica: considerada a mais antiga técnica de recolha de dados (Pardal & Lopes, 2011) tem como função “produzir informação requerida pela(s) hipótese(s) de trabalho e prescrita pelos indicadores” (Pardal & Lopes, 2011, p.72)

- Perceber os impactes do comportamento dos empresários a nível de desenvolvimento sustentável;
- Recolher informação que permita ao turismo de *surf* ser desenvolvido de forma sustentável a médio e longo prazo;
- Perceber que tipo de produtos turísticos permitem enriquecer este tipo de turismo, de acordo com as necessidades percecionadas por estes *stakeholders*;
- Conhecer a opinião e as expectativas dos empresários relativamente ao desenvolvimento do turismo de *surf* em Matosinhos;
- Verificar o nível de conhecimento e de adesão a práticas de sustentabilidade dos empresários;
- Percecionar as motivações e os obstáculos sentidos pelos empresários na implementação dessas práticas;
- Recolher informação sobre dados relativos aos turistas de *surf*;
- Recolher opinião sobre as potencialidades e fraquezas do destino de Matosinhos em geral e em particular como destino de *surf*;
- Recolher dados sobre os principais *spots* para a prática de *surf* no concelho;
- Recolher informação sobre se Matosinhos tem características diferenciadoras que lhe permita adquirir uma vantagem comparativa face aos demais destinos perto;
- Recolher informação sobre as dificuldades sentidas pelos empresários que limitem o crescimento do turismo de *surf*;

Assim, para alcançar estes objetivos o guião de entrevista às empresas turísticas ligadas ao *surf* da região de Matosinhos foi estruturado em seis grandes grupos temáticos tendo por finalidade responder a um aspeto concreto da investigação proposta:

- (i) Opinião sobre o destino turístico tanto no geral, como destino turístico vocacionado para o *surf* em Matosinhos (objetivo 2). Recolher informação sobre os turistas de *surf* e sobre o que pensam deste destino de *surf* (objetivo 2);
- (ii) Como está a ser desenvolvido o produto turístico utilizando para isso os indicadores económicos e institucionais (objetivo 1);
- (iii) Indicadores socioculturais (objetivo 1)
- (iv) Indicadores ambientais e tecnológicos (objetivo 1)
- (v) Contributos para o desenvolvimento sustentável do turismo de *surf* (objetivo 3)
- (vi) Dados sobre a empresa

A construção deste inquérito por entrevista foi baseada no guião para empresas da Comissão Europeia (CE, 2013) adaptado para entrevista, tendo sido ainda efetuadas adaptações às particularidades do produto turístico de *surf*. Igualmente foi utilizado o guião desenvolvido por Moniz (2006), na sua tese de doutoramento, as componentes de um destino mencionadas por Buhalis (2000) no tópico 5.3 bem como o quadro com os atributos de um destino de Reis (2012) adaptado à realidade do tema em estudo. Para a construção das questões da sustentabilidade utilizou-se, como ponto de partida, o conjunto de indicadores identificados na secção 3.4. Neste sentido, e com o intuito de averiguar qual o papel que o turismo de *surf* tem tido para o desenvolvimento sustentável de Matosinhos, foram selecionados e adaptados aos objetivos pretendidos, ao método de recolha e análise de dados, um conjunto de indicadores de desenvolvimento sustentável (Quadro 6.2).

Quadro 6.2: Indicadores utilizados para averiguar o papel que o turismo de *surf* sustentável tem para o desenvolvimento sustentável em Matosinhos

Dimensão	Indicadores	Autores
Económica	Crescimento do emprego no turismo	Choi & Sirakaya 2006; Roberts & Tribe, 2008
	Qualidade e sustentabilidade dos empregos	CE, 2013; Roberts & Tribe, 2008
Ambiental	Sazonalidade	Choi & Sirakaya, 2006
	Comportamento ambiental (reciclagem, reutilização, redução do consumo)	Almeida & Abranja, 2009; CE, 2013 Choi & Sirakaya, 2006; Moniz, 2006; Roberts & Tribe, 2008
	Infraestruturas antropológicas	Martin & Assenov, 2014
	“Capacidade de carga recreativa” (sobrelocação)	Martin & Assenov, 2014
	Participação ativa na proteção, conservação do ambiente	CE, 2013
	Nível de conhecimento e de adesão a práticas de sustentabilidade (políticas ambientais-instrumentos voluntários: certificações, rótulos ecológicos)	CE, 2013; Moniz, 2006; The Travel Foundation, 2015
Socio-culturais	Envolvimento da comunidade com o <i>surf</i>	O ‘Brian & Ponting, 2013
	Promoção da herança patrimonial do concelho	Almeida & Abranja, 2009; Choi & Sirakaya, 2006; Roberts & Tribe, 2008
	Empregos para a comunidade	Choi & Sirakaya, 2006
Institucional	Integração de todos os <i>stakeholders</i>	Choi & Sirakaya, 2006;
	Criação de parcerias	Choi & Sirakaya, 2006
Tecnologia	Monitorização e promoção da informação turística	Choi & Sirakaya, 2006
	Coleta de dados precisos	Choi & Sirakaya, 2006
	Eficiência energética	Choi & Sirakaya, 2006; Roberts & Tribe, 2008

Fonte: Elaboração própria

A estrutura do guião facilitou o enquadramento temático das respostas das pessoas selecionadas possibilitando uma subsequente análise mais eficaz. A estrutura da entrevista encontra-se detalhada no anexo II.

b) Inquérito por entrevista à Câmara Municipal de Matosinhos

A construção deste inquérito por entrevista foi estruturado de modo a alcançar os seguintes objetivos:

- Perceber se existe um planeamento para este tipo de turismo;
- Apurar se este tipo de turismo está a ser planeado de acordo com as práticas de desenvolvimento sustentável;
- Percecionar quais as dificuldades existentes na implementação das estratégias ao nível do turismo de *surf*;
- Recolher dados sobre o turismo de *surf*;
- Perceber a perspetiva da Câmara sobre a evolução do turismo de *surf*;
- Apurar políticas existentes para proteção e melhoria do património natural, sobretudo no que se refere às praias e ao mar;
- Identificar o papel da instituição para estimular uma bem-sucedida participação e cooperação entre todos os intervenientes;
- Perceber qual o papel da Câmara para estimular a cultura do *surf* no concelho;
- Identificar quais os produtos percecionados pela Câmara como importantes para enriquecer o produto turístico de *surf*;
- Recolher informação sobre as infraestruturas construídas com a finalidade de desenvolver o turismo de *surf* que podem ter impactes ambientais e sociais;
- Compreender qual é o comportamento desta instituição face ao incentivo de estimular boas práticas ambientais das empresas;
- Identificar que tipo de instrumentos voluntários são fundamentais para a Câmara e que tipo de instrumentos existem atualmente orientados para o turismo de *surf*;
- Identificar a importância dada ao ultrapassar da capacidade de carga recreativa.
- Recolher informação sobre infraestruturas antrópicas que podem condicionar a qualidade das ondas de Matosinhos.

Assim, esta recolha de dados foi estruturada em quatro partes, sendo as questões que constituem cada grupo mais detalhadas no anexo III:

- (i) Turismo de *surf* em Matosinhos – dados e impactes percecionados;
- (ii) Planeamento, políticas e estratégias;
- (iii) Cooperação e participação;
- (iv) Comportamento face aos princípios da sustentabilidade.

c) Organizações Não-Governamentais

Por último, na entrevista semiestruturada ao *Surfrider Foundation* e à *Quercus* pretende-se alcançar os seguintes propósitos:

- Apurar informação sobre os contributos e os impactes que o turismo de *surf* provoca nos destinos costeiros orientado para o caso de Matosinhos (objetivo 1);
- Recolher opiniões de como reduzir os efeitos mais nefastos (objetivo 3);
- Averiguar as infraestruturas que sendo necessárias para satisfazer as necessidades dos turistas podem criar impactes significativos nas zonas costeiras (objetivo 1);
- Recolher informação sobre a participação das associações no planeamento do turismo de *surf* e o seu envolvimento em programas de educação e sensibilização ambiental para os turistas (objetivo 1);
- Recolher informação sobre que estratégias implementar para que este tipo de turismo consiga contribuir para o desenvolvimento sustentável da região (objetivo 3).

Para atingir esses objetivos foram delineadas 13 questões abertas (Anexo IV) de forma a permitir aos entrevistados uma maior liberdade de opinião com o objetivo de recolher de maneira pormenorizada as informações pretendidas. Apesar de haver um guião e objetivos bem definidos, as perguntas não possuíam uma sequência rígida sendo colocadas à medida que os assuntos eram abordados e havia necessidade de aprofundar mais alguns temas.

6.3.3.4 Administração do inquérito por entrevista

Após delinear os objetivos e de ter escolhido a amostra seguiu-se a fase de contacto com as pessoas seleccionadas. É preciso ter cuidado com esta fase pois segundo Albarello, et al. (1997, p. 105), “não é raro encontrar nas pessoas contactadas uma reticência na aceitação da entrevista. Comunicar opiniões ou informações sobre um assunto pode parecer uma operação delicada”. Assim, primeiramente foram realizados contactos telefónicos, com a

finalidade de selecionar, de entre as empresas ligadas ao *surf*, aquelas que também estavam ligadas ao turismo, uma vez que essa era a triagem pretendida como foi descrito anteriormente. Durante esse contacto foi apresentada a autora do trabalho, explicado qual o interesse de estudo, o motivo pelo qual tinham sido escolhidos, bem como a finalidade da entrevista. Após este primeiro contacto, a três dos elementos selecionados, foram ainda enviados *e-mails* que detalhavam as informações citadas anteriormente, uma vez que os responsáveis pelas empresas não se encontravam nas instalações, tendo respondido por esta via apenas um. Após este segundo contacto, procedeu-se à visita direta às empresas em falta com o objetivo de marcar uma entrevista, seguindo a apresentação nos mesmos moldes referenciados anteriormente. Dessas, apenas uma estava com loja aberta, sendo registado o dia e hora escolhido pelo responsável. A última empresa foi novamente contactada por telefone estabelecendo-se o contacto após três tentativas. Contudo, após sucessivas desmarcações e remarcações, foi colocada de parte. Relativamente à entidade pública esse contacto foi realizado por terceiros e posteriormente agendado sendo a entrevista realizada na própria Câmara Municipal.

Em relação à *Quercus*, seguiram-se os mesmos moldes, tendo sido contactada primeiramente por telefone e posteriormente realizado a entrevista nas instalações da *Quercus* Porto na cidade da Maia- Quinta da Gruta. No caso da *Surfrider Foundation*, primeiramente foi enviada uma mensagem de *facebook* (esta organização não tem contacto telefónico). Não tendo sido obtida resposta foi realizado um contacto direto no dia 20 de setembro, aquando da participação da discente no evento “Limpeza da Praia Internacional”, cuja organização coube à *Surfrider Foundation* em conjunto com a *Sealife Aquarium – Portugal* (Figura 6.2) e com a escola de *surf* do Porto *Flower Power Surf School*.



Figura 6.2: *Flyer* e foto dos participantes do evento
Fonte: *Sealife Aquarium Portugal*, 2015

O inquérito por entrevista a todos os *stakeholders* foi realizado entre agosto e setembro de 2015 pessoalmente, uma vez que por um lado, desta forma se consegue dar uma maior ênfase a algumas questões relevantes que ganham importância para o entrevistado, permitindo um aprofundamento de algumas questões e por outro, porque permite recolher informação não-verbal que contribuiu para enriquecer os dados. Com o intuito de facilitar a análise dos dados, todas as entrevistas foram gravadas, tendo sido pedido autorização prévia, aos diferentes entrevistados, para o seu registo.

O uso de gravação áudio foi ponderado visto que pode condicionar um comportamento menos natural por parte do entrevistado e limitar as opiniões por receio ou desconforto (Flick, 2013). Para contornar este aspeto menos positivo, e tendo em conta a ética de uma recolha de dados, foram utilizadas três estratégias, uma que assegura, no início da entrevista a confidencialidade e anonimato das mesmas, outra que informa o entrevistado da opção de desligar o gravador durante a entrevista (Moreira, 1994), o que veio a acontecer por duas vezes nos *stakeholders* inquiridos, aquando de perguntas que suscitaram respostas mais aprofundadas de novos negócios e quando foi pedido a confidencialidade de dados por entidades governamentais. A terceira estratégia foca-se no posicionamento tático do gravador lateralmente ao entrevistado, com a aceitação prévia da localização, com o intuito de ser menos visível e assim conseguir que o entrevistado se esqueça do “gravador e que a conversa decorra de forma “natural”, mesmo em pontos mais incómodos” (Flick, 2013, p.170) como é o caso, por exemplo, nas entrevistas realizadas aos agentes da oferta particularmente questões ligadas às relações com as entidades públicas e ao volume de negócios. Assim, a opção pela gravação foi utilizada, uma vez que para além de facilitar a análise dos dados, “torna o registo dos dados independentemente das perspetivas - tanto do investigador como dos sujeitos em estudo” (Flick, 2013, p.170) contribui também para uma recolha mais pormenorizada das informações, pois permite a acumulação mais abundante de dados (Hopf, 1985 citado por Flick, 2013; Moreira, 1994), possibilitando assim uma recolha de dados mais rica, e ao mesmo tempo mais fiável e necessária para a investigação em curso. Moreira (1994, p. 142) refere, citando Irving e Mckenzie (1988), a esse respeito que “a qualidade das respostas tende a tornar-se nas revistas gravadas mais factual e a possibilidade de influenciar as respostas – o comumente chamado ‘pôr as palavras na boca do entrevistado’ – reduz-se drasticamente”.

6.3.3.5 Tratamento da informação

Após a fase de recolha de dados passou-se ao tratamento dos mesmos. Assim, os dados dos inquéritos por entrevistas foram examinados utilizando a análise de conteúdo das entrevistas. Apesar de haver várias *nuances* na definição da análise de conteúdo (White & Marsh, 2006), esta pode ser definida, segundo Berelson (1952, citado por Bardin, 2014, p. 20), como “uma técnica de investigação que tem por finalidade a descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto da comunicação”. Pode-se então referir que esta técnica é uma técnica de pesquisa (Campos, 2004) e um instrumento científico (Pardal & Lopes, 2011; White & Marsh, 2006) que estuda a comunicação no âmbito de diferentes linguagens, verbal e visual podendo, se o estudo necessitar, analisar os próprios registos sonoros (Albarelo, et al, 1997; Pardal & Lopes, 2011). Como referem Pardal e Lopes (2011, p. 93), “a análise de conteúdo pretende desvendar aquilo que “se esconde” por detrás de signos, linguísticos ou visuais - na tessitura de um registo”.

Destas definições pode-se concluir que a análise de conteúdo é um instrumento científico que se caracteriza por um conjunto de técnicas de análise que examina a comunicação nas suas múltiplas vertentes desde a linguística tradicional até à interpretação do sentido das palavras (hermenêutica) com o objetivo de compreender e desvendar o sentido da comunicação expressa.

Contudo, esta análise do conteúdo da comunicação geral tem que ter um equilíbrio para preservar a sua credibilidade pois, como refere Campos (2004, p. 613), esta:

não deve ser extremamente vinculada ao texto ou à técnica, num formalismo excessivo, que prejudique a criatividade e a capacidade intuitiva do pesquisador [...], nem tão subjetiva, levando-se a impor as suas próprias ideias ou valores, no qual o texto passe a funcionar meramente como confirmador dessas.

Assim, é importante seguir uma sistematização para assegurar que toda a informação recolhida pelo método de entrevista vai ser analisada de uma forma coerente. Neste contexto, e após análise de vários artigos referentes a esta problemática, escolheu-se a fundamentação de Bardin da análise de conteúdo (Figura 6.3) para analisar os dados recolhidos para esta dissertação. Esta escolha adveio não só da sua importância, uma vez que muitos dos artigos a ela fazem referência mas também pela praticabilidade da sua sistematização.

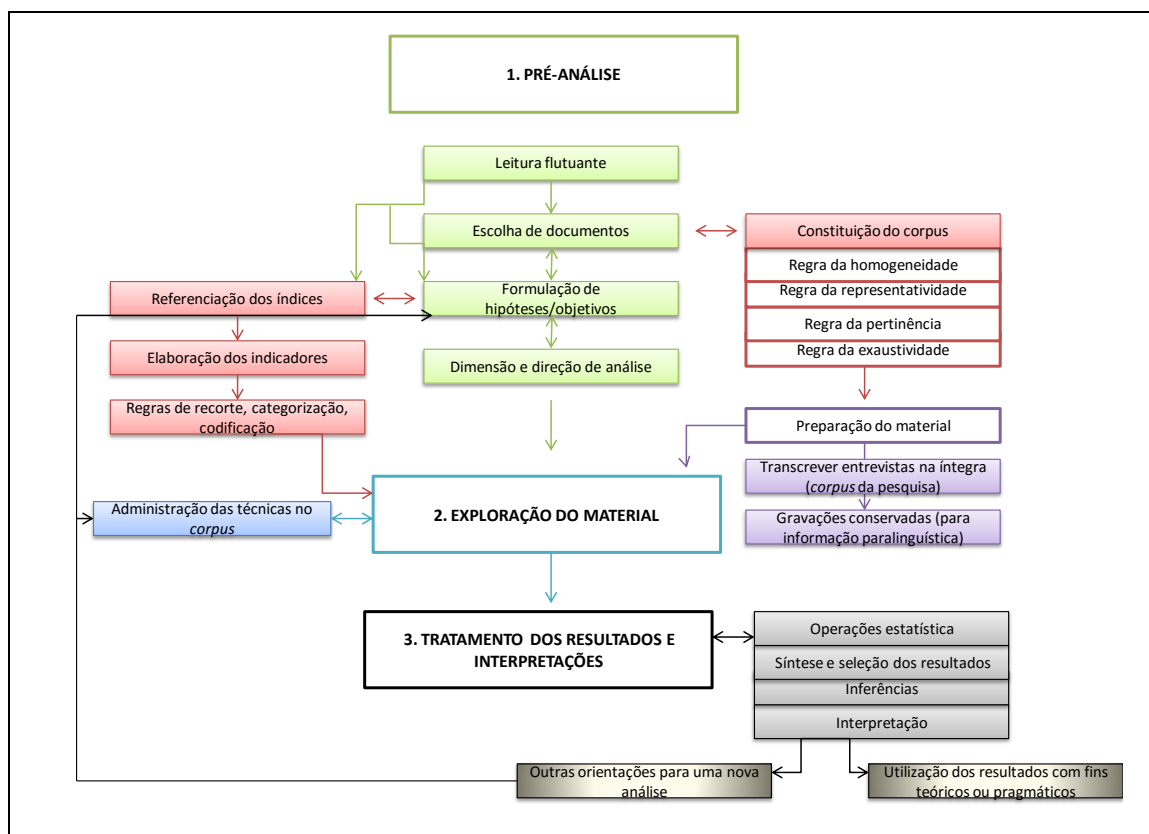


Figura 6.3: Desenvolvimento de uma análise de conteúdo

Fonte: Adaptado de Bardin, 2014

A imagem anterior mostra que a autora divide em três fases a análise de conteúdo, nomeadamente:

1. Pré-análise: fase da organização propriamente dita, implica três subfases, que não se sucedem obrigatoriamente segundo uma ordem cronológica, sendo estas fases a:
 - a) Escolha de documentos a serem submetidos à análise: para tal faz-se primeiramente uma leitura “flutuante” para estabelecer contacto com os documentos analisados recolhendo impressões e orientações com o “intuito de apreender e organizar de forma não estruturada aspectos importantes para as próximas fases da análise” (Campos, 2004, p. 613) Seguidamente escolhe-se “o universo dos documentos suscetíveis de fornecer informação sobre o problema levantado” e estando o universo demarcado, ou seja, após a escolha dos documentos sobre os quais se vai efetuar a análise, procede-se à constituição de um *corpus*³⁶.

³⁶ *Corpus*: conjunto dos documentos tidos em conta para serem submetidos aos procedimentos analíticos. A sua constituição implica aplicar determinadas regras sendo as principais: regra da exaustividade - não se pode

- b) Formulação das hipóteses e dos objetivos: as hipóteses são “uma afirmação provisória que nos propomos verificar” (Bardin, 2014, p. 124) e os objetivos são “a finalidade geral a que nos propomos” (Bardin, 2014, p. 124), não sendo contudo obrigatório ter-se como guia *um corpus* de hipóteses, para se proceder à análise (Bardin, 2014);
- c) Elaboração de indicadores que fundamentem a interpretação final: se os textos forem considerados uma manifestação que contém índices “que a análise vai fazer falar” (Bardin, 2014, p. 126), sendo o índice, por exemplo, “a menção explícita de um tema numa mensagem”, o trabalho preparatório será o da escolha destes e a sua organização sistemática em indicadores (Bardin, 2014).

Antes da análise propriamente dita, o material deve ser preparado e “no caso de dados de entrevistas, uma parte importante deste processo é registar o que foi dito e transcreve-lo” (Flick, 2013, p. 169). Relativamente a este assunto, Bardin (2014, p. 126) detalha que as “entrevistas gravadas devem ser transmitidas na íntegra, as gravações conservadas, os artigos da imprensa recortados, as respostas a questões abertas são anotadas em fichas, etc.”. Nesta fase deve-se incluir os suportes materiais que facilitem a manipulação da análise (Bardin, 2014) sendo que “no caso de entrevistas [...] a sua reunião constituirá o *corpus* da pesquisa” (Câmara, 2013, p. 183).

2. Exploração do material: considerada a análise sistemática das decisões tomadas o que implica que as diferentes operações da pré-análise sejam convenientemente concluídas. Consiste em “operações de codificação, decomposição ou enumeração, em função das regras previamente formuladas” (Bardin, 2014, p. 127). Como detalha Câmara (2013, p. 185), é nesta fase que “são escolhidas as unidades de codificação, adotando-se os seguintes procedimentos de codificação (que compreende a escolha de unidades de registro – recorte; a seleção de regras de contagem – enumeração – e a escolha de categorias -classificação e agregação - rubricas ou classes que reúnem

deixar de fora qualquer um dos elementos por esta ou aquela razão, como por exemplo, dificuldade de acesso. Esta regra é completada pela de não-seletividade; regra da representatividade – pode-se utilizar a análise de uma amostra desde que o material a isso se preste e desde que a amostra for uma parte representativa do universo inicial. Neste caso, os resultados obtidos para a amostra serão generalizados ao todo; regra da homogeneidade – os documentos retidos devem obedecer a critérios precisos de escolha e não apresente demasiada singularidade fora destes critérios; regra da pertinência – os documentos retidos devem ser adequados de modo a corresponderem ao objetivo delineado (Bardin, 2014).

um grupo de elementos (unidades de registro) em razão de características comuns), classificação [semântico (temas, no exemplo dado), sintático, léxico – agrupar pelo sentido das palavras; expressivo – agrupar as perturbações da linguagem tais como perplexidade, hesitação, embaraço, outras, da escrita, etc...] e categorização (que permite reunir maior número de informações à custa de uma esquematização e assim correlacionar classes de acontecimentos para ordená-los)”. No que se refere à codificação, segundo Bardin (2014, p. 129), a codificação “corresponde a uma transformação – efetuada segundo regras específicas – dos dados em bruto do texto, transformação esta que, [...] permite atingir uma representação do conteúdo, ou da sua expressão”. Pode ser realizada segundo três escolhas, no caso de uma análise quantitativa e categorial (Bardin, 2014):

- I. O recorte: escolha das unidades de registo (unidades perceptíveis ou semânticas) que “corresponde ao segmento de conteúdo a considerar como unidade de base, visando a categorização e a contagem frequencial” (Bardin, 2014, p. 130) e de contexto. No que se refere à primeira a título de exemplo as mais utilizadas são a *palavra* (unidade perceptível); o *tema* (unidade semântica) que, segundo Bardin (2014, p. 131) é a “unidade de significação que se liberta naturalmente de um texto analisado segundo certos critérios relativamente à teoria que serve de guia à leitura”; o *objeto/referente* que são os “temas-eixo, em redor dos quais o discurso se organiza”; o *personagem* (unidade perceptível) utilizando como unidade de registo o ator ou actante dos documentos em análise; o *acontecimento* (unidade semântica) ou o próprio *documento* (unidade perceptível), “desde que possa ser caracterizado globalmente” (Bardin, 2014, pp. 131-132). No que se refere à segunda esta serve de “unidade de compreensão para codificar a unidade de registo e corresponde ao segmento da mensagem, cujas dimensões [...] são ótimas para que se possa compreender a significação exata da unidade de registo” (Bardin, 2014, p. 133);
- II. A enumeração: escolha das regras de contagem que pode ser desde a *frequência*; a *frequência ponderada*; a *presença ou ausência* de elementos, a *intensidade*; a *direção*; a *escala* ou a *ordem*. Uma vez que a análise de conteúdo desta dissertação é qualitativa não se fundamenta tanto na

frequência de aparição de determinados elementos da mensagem mas sim “recorre a indicadores não frequentiais suscetíveis de permitir inferência (Bardin, 2014, p. 140) e portanto a enumeração não será desenvolvida, somente referenciada;

III. A classificação e agregação: escolha de categorias.

No que se refere às categorias, “não é uma etapa de toda e qualquer análise de conteúdo. A maioria dos procedimentos de análise organiza-se, no entanto, em redor de um processo de categorização” (Bardin, 2014, p. 145). Sendo para a autora “uma operação de classificação de elementos constitutivos de um conjunto por diferenciação e, seguidamente, por reagrupamento segundo o género (analogia), com os critérios previamente definidos” (Bardin, 2014, p. 145), tendo como principal objetivo “fornecer, por condensação, uma representação simplificada dos dados em bruto” (Bardin, 2014, pp. 146-147). O critério de categorização pode ser semântico (categorias temáticas), sintático (verbos, os adjetivos), léxicos (classificação das palavras segundo o seu sentido) ou expressivo (por exemplo, categorias que classificam as diversas perturbações da linguagem) (Bardin, 2014). Implica duas etapas, o inventário (isolar os elementos) e a classificação (repartir os elementos) e devem conter certas qualidades como a exclusão mútua – cada elemento não pode existir em mais de que uma categoria. Esta qualidade pode no entanto ser colocada em causa, com a “condição de se adaptar o código de maneira a que não existam ambiguidades no momento dos cálculos” (Bardin, 2014, pp. 147-148); a homogeneidade – num mesmo conjunto categorial só se pode funcionar com um registo e com uma dimensão de análise (Bardin, 2014, p. 148), ou seja, para definir uma categoria, é preciso haver só uma dimensão na análise (Câmara, 2013, p. 186); a pertinência – as categorias devem estar adaptadas ao tipo de material de análise selecionado devendo refletir as intenções da investigação; objetividade e fidelidade – é importante que as diferentes partes do mesmo material que pertencem à mesma grelha categorial sejam codificados da mesma maneira a fim de evitar distorções provocadas pela subjetividade dos codificadores. Finalmente, a produtividade – que é uma qualidade pragmática e implica que um conjunto de categorias só são produtivas se fornecerem resultados férteis quer “em índices de inferências, em hipóteses novas e em dados exatos” (Bardin, 2014, p. 148).

3. Tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação: nesta fase os “resultados em bruto são tratados de maneira a serem significativamente (“falantes”)” (Bardin, 2014, p. 127), procurando tornar os resultados “significativos e válidos” (Câmara, 2016, p. 188). Implica essencialmente operações estatísticas simples ou mais complexas sendo que para obter “um maior rigor esses resultados devem ser submetidos a provas estatísticas, assim como a testes de validação” (Bardin, 2014, p. 127). Com os resultados obtidos o pesquisador pode, como refere Bardin (2014, pp. 127-128), “propor inferências e adiantar interpretações a propósito dos objetivos previstos, ou que digam respeito a outras descobertas inesperadas [...] podem servir de base a uma outra análise disposta em torno de novas dimensões teóricas, ou praticada graças a técnicas diferentes”. Segundo Câmara (2013, p. 189), estas “interpretações a que levam as inferências serão sempre no sentido de buscar o que se esconde sob a aparente realidade [...], o que querem dizer, em profundidade, certas afirmações, aparentemente superficiais”. Nesta fase de interpretação dos dados, que é uma fase descritiva e analítica (Kastenholz, Lima, & Sousa, 2012) é necessário retornar aos marcos teóricos, pois eles servem de base uma vez que é esta relação entre os dados obtidos e a fundamentação teórica que dará sentido à interpretação (Câmara, 2013; Kastenholz et al., 2012).

Após a escolha da sistematologia, outra questão foi colocada, se “vai escrever-se tudo quanto foi dito pelo entrevistado” (Moreira, 1994, p. 141). Neste contexto, e sendo “a transcrição um passo fundamental a sua interpretação” (Flick, 2013, p. 174) pode ser escolhida a transcrição integral, que “permite todos os tipos de análise [...] não se perde dados que mais tarde podem revelar um significado importante” (Moreira, 1994, p. 141) ou a transcrição seletiva que tem como vantagem não ser tão exaustiva como a anterior (Moreira, 1994). A opção tomada foi a primeira, apesar da “sua exigência de trabalho e elevado dispêndio de tempo” (Moreira, 1994, p. 143), não só pelas vantagens referidas anteriormente, que contribuem para recolher aprofundadamente todas as informações necessárias, mas também pelo número de entrevistas realizadas, que sendo menos de 30, é a escolha mais acertada (Moreira, 2014).

Finalmente, encerra-se este ponto com as questões relacionadas com utilização de programas de computador para preparar e organizar os dados. Essa gestão foi realizada com a utilização do programa *Excel*, sendo que apesar de haver aplicações informáticas mais estruturadas,

como por exemplo *Web Quantitive Data Analysis* (WebQDA), a escolha pelo programa referenciado anteriormente deveu-se à estrutura da própria metodologia da dissertação. Neste contexto, a amostra era sensivelmente pequena e o programa *Excel*, apesar de simples, tornou-se praticável e eficiente na organização dos dados.

6.3.3.6 Avaliação crítica da metodologia qualitativa

Apesar de se considerar a escolha desta metodologia para a segunda fase mais conveniente, é importante tecer algumas reflexões de natureza crítica sobre a mesma, com o intuito de avaliar as opções mais e menos positivas que foram tomadas para a recolha de dados desta investigação.

Assim, e de acordo com fundamentação apresentada neste capítulo, bem como os resultados alcançados e apresentados seguidamente no próximo capítulo, os aspetos positivos das opções escolhidas quer a nível de recolha e análise de dados, quer a nível de amostragem são:

- O turismo de *surf* em Matosinhos é ainda recente o que é revelado pelo número reduzido de oferta turística especificamente dedicada a esta modalidade, assim uma recolha de dados quantitativos não se justificaria por essa mesma limitação. Seria irrisório quantificar um número tão parco de agentes;
- A presente investigação na fase II é muito específica pois refere-se ao turismo de *surf* em particular assim, utilizar e alargar a outras atividades turísticas que não as vocacionadas para esta modalidade não vai ao encontro dos objetivos traçados e não enriquece, do ponto de vista de investigação, os resultados pois criaria uma dispersão inútil sem praticabilidade relevante.
- A recolha de dados por entrevista permite, uma vez que existe pouco ou nenhum tipo de informação institucional ligada ao turismo de *surf* em Matosinhos, recolher dados mais profundos daqueles que mais estão envolvidos na dinâmica do planeamento e desenvolvimento deste tipo de turismo. Assim a escolha por estes *stakeholders* tem o intuito de adquirir informação de quem está “*in loco*” a planear (entidades públicas) e a desenvolver este tipo de turismo (oferta turística especializada).
- Se o que se pretende é averiguar se o desenvolvimento do turismo de *surf* na região está a ser realizado de uma perspetiva de sustentabilidade, as entrevistas, porque

permitem uma recolha de informação mais rica e detalhada de quem vivencia tal facto, é um método eficiente para alcançar o que se pretende.

- A escolha de entrevistas realizadas “*in vivo*” com recurso a gravação permite a observação direta e uma análise do discurso de cada *stakeholder* mais rica e detalhada fornecendo dados complementares de análise. Os silêncios, as falhas lógicas (ilogismos³⁷) de discurso como aconteceu em algumas entrevistas no que se refere a comportamentos ambientais, ou a recorrência³⁸ de opiniões-chave adicionadas a gestos mais vigorosos que demonstraram a importância do assunto tratado para o entrevistado como é o caso da qualidade ambiental, ou ausência desta qualidade, foram componentes que ocorreram em algumas entrevistas e que a observação direta e a gravação conseguiu captar mais do que seria esperado se utilizasse a memória ou a recolha de dados somente com o instrumento clássico de notas de campo (Flick, 2013). Tal facto está de acordo com a opinião de Bardin (2003, citado por Pardal & Lopes, 2011, p. 98), que considera que a análise de uma comunicação não se deve limitar ao seu “conteúdo” devendo-se penetrar no “continente”. Ao ser realizada, a confluência de todas estas análises de comunicação permite um enriquecimento dos dados a analisar (Albarello et al., 1997; Bardin, 2014; Pardal & Lopes, 2011). Segundo Albarello et al. (1997, p. 157), isso reflete a análise de conteúdo pois “o conteúdo não são nem textos nem discursos. São ‘o que existe dentro’”.
- A escolha da utilização da análise de conteúdo permite enriquecer a investigação com resultados confiáveis pois é uma análise com passos sequenciais com vista a alcançar esse fim (Pardal & Lopes, 2011).

Contudo, estas opções têm também aspetos menos positivos que devem ser referenciados a bem de uma investigação que se pretenda rigorosa, assim os aspetos a considerar são:

- A revisão da literatura revela a necessidade de entender os impactes do turismo de *surf* para a comunidade local e a sua perceção, bem como participação no envolvimento do planeamento estratégico do turismo de *surf*, a bem da aplicação do

³⁷ Ilogismos ou falhas lógicas de discurso: são perdas de domínio do discurso indicadores de “uma necessidade de justificação de um comportamento pessoal ou de um juízo em contradição com a situação atual” (Bardin, 2014, p. 227).

³⁸ Recorrências: repetições de um mesmo tema ou da mesma palavra em contextos diferentes que podem ser um indicador de importância (a insistência de um tema pode revelar o investimento psicológico da pessoa nesse tema), de ambivalência (se o tema surge a despropósito) ou de denegação (regressar incessantemente ao mesmo assunto pode ser o desejo de nos convenceremos de uma ideia) (Bardin, 2014).

conceito de desenvolvimento e turismo sustentável. Esta necessidade foi atenuada pelo facto de nas entrevistas aos agentes da oferta turística de *surf*, ter havido uma recolha de dados sobre indicadores que estavam dirigidos aos pilares económicos, culturais e sociais da população em questão. Contudo, é necessário aprofundar mais o tema e recolher dados da fonte direta, ou seja, da comunidade local pois é crucial ter dados representativos só alcançados através de uma análise quantitativa.

- De igual forma a informação recolhida assenta na autoperceção das empresas turísticas associadas ao *surf* sobre o perfil dos turistas e os dados do turismo de *surf*, o que conduz a uma visão mais limitada. Apesar de noutros artigos científicos se registarem outros exemplos que seguiram a mesma abordagem (e.g. O'Brian & Ponting, 2013), parece que num contexto de defesa do conceito de desenvolvimento sustentável e turismo sustentável a perceção dos turistas seriam dados fundamentais que permitiriam contribuir para reforçar a informação necessária sobre o turismo e turistas de *surf* e ao mesmo tempo recolher informação sobre os comportamentos numa perspetiva ambiental e social que estes turistas têm e que pode condicionar o pilar ambiental e social.
- A análise de conteúdo sendo uma análise qualitativa está impregnada por uma determinada subjetividade, como referido anteriormente. Como mencionam Pardal e Lopes (2011, p. 94), esta tendo como “suporte cognitivo a interpretação, move-se num espaço movediço, entre o rigor da objetividade, que se pretende científico, e a leitura subjetiva”. Tal facto coloca em sobreaviso a forma de análise de dados. Assim, para minimizar a subjetividade e para reduzir a preocupação com a segurança dos dados recolhidos durante as entrevistas, foi utilizado e seguido criteriosamente as etapas que incluem a análise de conteúdo de Bardin.
- Por fim, há a realçar que os artigos científicos lidos sobre recolha e análise de dados fazem referência ao enriquecimento da interligação entre abordagem qualitativa e quantitativa como forma de complementar e enriquecer um estudo científico visto que nenhum dos métodos é considerado superior (Flick, 2013). Neste contexto tem havido uma tendência de crescimento no “sentido da assunção da complementaridade investigativa entre ambas”, como referem Pardal e Lopes (2011, p. 26), pois ambas ao complementar-se diminuem as suas desvantagens (Flick, 2013; Kastenholz et al., 2012; Pardal & Lopes, 2011), sendo a triangulação entre a

investigação qualitativa e quantitativa uma forma de combinar os métodos, tem vindo a ser cada vez mais desenvolvida no campo científico (Flick, 2013). Como refere Flick (2013, p. 270), relativamente à vantagem desta interligação, “as perspetivas metodológicas diferentes complementam-se no estudo de um assunto, e isso é concebido como forma de compensar as fraquezas e dos pontos cegos de cada um dos métodos.”

Assim, apesar de globalmente a análise qualitativa permitir uma maior riqueza “ao nível de uma compreensão profunda e detalhada de fenómenos complexos e subjetivos” (Kastenholz et al., 2012, p. 16), o que vai ao encontro, no fundo, daquilo que se pretende para esta fase II – perceber a fundo como está a ser delineado e planeado o turismo de *surf*, bem como que papel tem como catalisador para o desenvolvimento sustentável de Matosinhos –, ela tem limitações que é preciso colmatar através de uma análise quantitativa que permita confirmar as informações recolhidas por este método bem como aprofundar alguns dados. Consequentemente, seguiu-se para uma fase quantitativa capaz de completar as lacunas percecionadas durante a primeira e segunda fase do estudo empírico.

6.3.4 Fase III

A terceira fase do estudo empírico pretende confirmar e aprofundar dados e ao mesmo tempo recolher opinião sobre o melhor caminho para que o turismo de *surf* seja sustentável. Ou seja, depois de perceber como os planeadores e decisores estão a orientar este tipo de turismo é essencial ir mais fundo na questão e perceber que tipo de impactes estão a ser atualmente percecionados quer a nível social, económico e ambiental por diferentes *stakeholders*.

6.3.4.1 Delimitação da população e amostra

A revisão da literatura revela que a eficácia do planeamento depende não só da integração dos interesses de todos os envolvidos mas também a sua participação e cooperação. Assim, torna-se necessário perceber de outros *stakeholders* quais os impactes, opiniões mas também quais as necessidades relativamente a este tipo de turismo.

Como referido anteriormente na secção 6.3.3.1 existem vários intervenientes fundamentais envolvidos na indústria do *surf* que devem ser tidos em conta para que este tipo de turismo tenha um impacte positivo no desenvolvimento sustentável da região. A revisão da literatura revela também que a eficácia do planeamento depende não só da integração dos interesses

de todos os envolvidos mas também a sua participação e cooperação. Três desses *stakeholders* já foram mencionados na secção anterior. Porém, quando se pretende que um produto turístico seja sustentável é fundamental identificar as perceções, opiniões e expectativas que este produto cria nos restantes intervenientes.

Os restantes *stakeholders* mencionados foram assim incluídos neste estudo empírico nesta fase III nomeadamente:

- Agentes da oferta turística, nomeadamente restauração/bares, alojamento de várias tipologias e animação turística (ver anexo V). Considerou-se como universo do estudo o número de agentes da oferta turística em atividade que estejam sediados nas limitações impostas pela definição de zona costeira (ver secção 2.2), mais especificamente os que estão enquadrados até 2 km, a partir da linha da costa. Relativamente às empresas de animação turística o âmbito de recolha de dados foi mais alargado visto não haver uma concentração suficiente na limitação imposta pelo conceito de zona costeira.
- Comunidade local: A revisão da literatura revela que os residentes são um dos *stakeholders* mais importantes quando se pretende desenvolver um turismo de *surf* sustentável (Buckley, 2002b; Ponting et al, 2005; O'Brian & Ponting, 2013; Ponting & O' Brian, 2014; Tantamjarik, 2004). A sua importância para o planeamento estratégico turístico que se pretenda sustentável é ainda referenciado por autores, como Henrique (2003) e Manning (1999). Como expõe o Turismo de Portugal (2012, p. 49) relativamente à importância para o turismo deste *stakeholder*, “o papel das comunidades locais no desenvolvimento e consolidação da imagem turística do destino e o impacto que causam na satisfação do turista, fazem deste agente um ponto focal de intervenção. Por outro lado, o seu envolvimento no turismo contribui para o enriquecimento da experiência dos turistas proporcionando-lhes, nas suas estadas, uma animação única e autenticidade diferenciadora”. Portanto é fundamental identificar quais as perceções que este *stakeholder* tem e que impactes sentem em relação a este tipo de turismo. A escolha centrou-se na comunidade local que usufrui das praias de Matosinhos, direcionando os inquéritos para os que utilizam as praias consideradas ideais para a prática da modalidade.
- Turistas de *surf*: os turistas pelo seu papel fundamental como catalisadores.

Seguindo o plano de amostragem, recomendado em Reis & Moreira, 1993, foi determinado primeiramente o nível de extensão geográfica em que o processo de amostragem seria conduzido. De facto determinar uma amostra é fundamental pois não é prático nem realista estudar todos os membros de uma população (VanderStoep & Johnston, 2009). Assim, como referido a nível do *stakeholder* agentes da oferta o nível geográfico foi delimitado pela definição de zona costeira. Relativamente à comunidade ela foi definida segundo a escolha dos inquiridos utilizarem as praias onde se pratica o *surf*. No que diz respeito aos turistas estes foram escolhidos segundo os dados fornecidos pelos entrevistados que indicaram os alojamentos que tinham parceria ou recolheram de forma direta os questionários. Em seguida, a delimitação da população em estudo nesta fase teve por base a necessidade de uma maior representatividade com o intuito de generalizar os resultados obtidos compeliu para a escolha da amostragem aleatória ou probabilística³⁹. Assim, procura-se através desta escolha, evitar enviesamento e conseguir resultados que permitam a generalização, que são duas das vantagens deste tipo de amostragem (Pardal & Lopes, 2011; Reis & Moreira, 1993), pois como referem Pardal e Lopes (2011, p. 56), este tipo de amostragem “é o único procedimento que viabiliza a determinação da margem de erro de uma generalização.

6.3.4.2 Instrumento de recolha de dados

Visto que na fase III o que se pretende é confirmar e aprofundar dados é fundamental definir os instrumentos de recolha de dados primários que vão ao encontro destes propósitos. Para os agentes da oferta, turistas e residentes a escolha recaiu sobre o inquérito por questionário. A escolha por este tipo de recolha de dados é fundamentada pela necessidade de garantir nesta fase que a comparabilidade das respostas de todos os inquiridos é assegurada, vantagem fundamental deste tipo de inquérito (Ghiglione & Matalon, 2001).

6.3.4.3 Estrutura dos questionários e seus objetivos

- a) Agentes da oferta turística (alojamento/restauração/empresas de animação turística e recreativas)

³⁹ Amostragem aleatória ou probabilística: “é aquela que, recorrendo ao acaso, permite que cada um dos elementos do universo tenha probabilidade igual de integrar a amostra” (Pardal e Lopes, 2011, p.56) e envolve “a escolha de um determinado número de participantes em relação ao número total de possíveis participantes no quadro de amostragem” (VanderStoep & Johnston, 2009, p. 29).

Na fase II, foi realizada a recolha de dados especificamente vocacionada para os agentes da oferta turística que tinham como negócio central a modalidade do *surf*.

Por conseguinte, os objetivos da investigação traçados para este *stakeholder* são os seguintes:

- Apurar a opinião destes empresários respeitante ao desenvolvimento do turismo de *surf* em Matosinhos;
- Recolher opiniões sobre como desenvolver de forma mais sustentável o turismo de *surf* em Matosinhos;
- Perceber qual impacte económico deste tipo de turismo para as empresas;
- Verificar se o crescimento turístico do *surf* em Matosinhos tem repercussão a nível da empregabilidade e da qualidade desses empregos na empresa;
- Identificar parcerias entre as empresas turísticas ligadas ao *surf* e este *stakeholder*;
- Identificar se as empresas têm conhecimento sobre as estratégias de desenvolvimento deste produto;
- Apurar se têm participado no planeamento turístico de *surf*.

Para este fim foi concebido um inquérito por questionário dividido em quatro partes (Anexo VI) baseado nos questionários da CE (2013). Na primeira parte procura-se recolher informação sobre a perceção que estes *stakeholders* têm sobre o turismo de *surf* e compilar opiniões sobre a melhor maneira de o desenvolver sustentavelmente. Esta primeira parte contém três perguntas, sendo que uma delas é aberta.

A segunda parte é composta por três questões fechadas com o intuito de apurar os impactes económicos e sociais que este produto turístico origina.

A terceira parte é referente à participação, conhecimento e envolvência deste *stakeholder* no planeamento turístico de *surf* bem como à identificação das parcerias existentes.

Numa quarta parte recolhem-se os dados gerais.

b) Comunidade

A necessidade de incluir a comunidade no centro do conceito de sustentabilidade ligada ao turismo, já mencionado anteriormente, advém do “reconhecimento de que o turismo exerce impactos positivos e negativos sobre as comunidades locais e que, por isso, a gestão e planeamento deste sector exige o conhecimento do modo como o desenvolvimento do turismo se processa ao nível local” (Monjardino, 2009, p. 1377).

Assim, com esta parte do trabalho empírico ambiciona-se, de uma maneira geral, recolher as percepções e a satisfação destes *stakeholders* em relação ao papel e aos impactes que este turismo tem no destino, de maneira a obter informação útil que sirva de apoio para todos os agentes envolvidos quer no desenvolvimento quer no planeamento do turismo de *surf* no concelho. Pretende-se assim, através da recolha de opiniões, perceber os impactes e os contributos sentidos pela comunidade para apurar em que medida este produto turístico tem contribuído realmente para a melhoria da qualidade de vida da comunidade, visto que “a insatisfação da população local poderá ser um indício de um desenvolvimento turístico que não vai ao encontro dos interesses dessa população” (Direção Regional de Estatística da Madeira [DRE-Madeira], 2006, p. 73). Consequentemente, pretende-se:

- Recolher a opinião e as expectativas dos residentes relativamente ao desenvolvimento do turismo de *surf* em Matosinhos;
- Apurar as percepções dos residentes relativamente aos impactes ambientais, económicos e socioculturais do turismo no concelho;
- Identificar o grau de satisfação da comunidade face a este tipo de turismo;
- Perceber se o ultrapassar da capacidade de carga recreativa, identificada na fase II, é percecionado como fator limitador da qualidade de vida da comunidade;
- Recolher opinião dos residentes sobre o futuro do turismo de *surf* no território em estudo;
- Perceber se a comunidade tem um papel interventivo no planeamento deste tipo de turismo;
- Perceber se a modalidade é praticada pelos residentes pois só com a integração da modalidade na cultura da comunidade local é que se pode garantir um turismo de *surf* sustentável.

Nesta recolha de dados empíricos também se agregam os surfistas pertencentes à comunidade local. Assim, ainda se pretende alcançar os seguintes objetivos:

- Recolher informação sobre os melhores *spots* de Matosinhos;
- Identificar as potencialidades e fraquezas do destino turístico de *surf* de Matosinhos;
- Recolher informação sobre as características que tornam este destino turístico ímpar.

A primeira parte incluiu um conjunto de questões relativas à opinião sobre o desenvolvimento do turismo de *surf* em Matosinhos, o grau de satisfação e os impactes percecionados em relação a este turismo, bem como a procura de informação sobre a pressão

que a afluência turística ligada ao *surf* exerce sobre a população. Para tal foi construído um quadro baseado e adaptado dos indicadores da CE (2013), da DRE-Madeira (2006), assim como nos inquéritos de Kastenholz et al. (2014), Moniz (2006) e OMT (2001). Foi utilizado a escala de avaliação de *Likert*. No final é feita uma última questão sobre a ligação e a experiência do inquirido com a modalidade visto que a aceitação das populações locais relativamente ao *surf* só é possível com a integração deste desporto na cultura local (O'Brian & Ponting, 2013; Ponting et al., 2005). O guião do questionário encontra-se no Anexo VII). Na segunda parte procura-se obter informação sobre o Matosinhos enquanto destino turístico de *surf*. Foram elaboradas questões abertas e fechadas. A primeira e a terceira pergunta são questões abertas com o intuito de recolher informação confirmatória sobre os melhores *spots* de *surf* no concelho e confirmar quais as características ímpares do destino de *surf* Matosinhos. A segunda e a quarta questão são fechadas e pretende-se, articulando com a informação recolhida na fase II aos empresários, confirmar os destinos em Portugal concorrentes e recolher dados sobre as potencialidades e fraquezas do destino de *surf* Matosinhos, respetivamente. Este último quadro foi baseado em Dolnicar e Fluker (2003a, 2003b), Lazarow et al., (2009); Lopes (2008); Ponting (2009); Ramos (2014), Rebelo e Carvalhinho (2013), Reis e Jorge (2012); SRae (2009) e Value of the waves (2015). Na terceira e última parte procurou-se obter informações sobre a caracterização sociodemográfica da amostra, nomeadamente: o género, a idade, o estado civil, freguesia de residência, o nível de escolaridade, situação profissional. As últimas questões pretendem identificar quais as praias de Matosinhos mais frequentadas pelos inquiridos e a sua frequência.

c) Turistas

A este *stakeholder* procura-se identificar quais os comportamentos face à comunidade local, quais as preocupações ambientais com o destino turístico, se exigem aos agentes da oferta turística um comportamento mais sensível para com o ambiente bem como apurar as atividades realizadas no local que possam ter impactes no destino.

Consequentemente o estudo empírico deste *stakeholder* pretende:

- Apurar o nível de satisfação relativamente à visita;
- Perceber se há intenção de voltar e recomendar o destino de *surf* de Matosinhos;

- Identificar quais os atributos que Matosinhos possui capaz de aumentar ou diminuir a sua atratividade tanto como destino em geral como destino de *surf*;
- Apurar as atividades e comportamentos ambientais e sociais que podem causar impactes no destino;
- Apurar os impactes económicos que geram estes turistas;
- Confirmar dados sobre o perfil dos turistas recolhidos durante a segunda fase e aprofundar esses dados.

Para a elaboração do inquérito por questionário aos turistas de *surf* foram utilizados partes dos inquéritos fornecidos por CE (2013), DRE-Madeira (2006), Eberlein (2011), Kastenzholz et al. (2014), Moniz (2006) e OMT (WTO, 2001), adaptados ao enfoque dos objetivos pretendidos e às especificidades do turismo de *surf*. O inquérito está dividido em cinco partes com perguntas maioritariamente fechadas existindo apenas duas abertas (Anexo VIII-versão inglesa/ Anexo IX – versão francesa).

Na primeira parte procura-se recolher dados sobre a satisfação e fidelização ao destino turístico de Matosinhos. São realizadas quatro perguntas todas fechadas à exceção de uma parte da primeira pergunta onde se pretende recolher mais dados.

A segunda parte é dedicada à recolha de informação sobre os impactes económicos dos turistas e engloba três perguntas fechadas sendo que uma delas inclui uma pergunta aberta para especificar a resposta.

Com a terceira parte procura-se recolher informação sobre o destino turístico de Matosinhos em geral e no particular. Os quadros colocados neste grupo são iguais aos utilizados nas entrevistas aos empresários na fase II e aos questionários para os residentes na fase III pois têm como objetivo confirmar, aprofundar e comparar a informação recolhida. No final é realizada uma última questão também com resposta fechada para verificar os conflitos existentes no destino que podem diminuir a atratividade de Matosinhos como destino turístico de *surf* (Ponting et al., 2005; Ponting & O'Brian, 2014; Ponting & O'Brian, 2015).

Na quarta parte procura-se recolher informação sobre comportamentos ambientais e sociais que possam ter efeitos sobre o destino através de quatro questões fechadas

Por fim, na quinta e última parte, procura-se recolher informação sobre o perfil do turista visto que estabelecer as características predominantes destes, permite uma melhor orientação para o sector turístico (DRE-Madeira, 2006).

6.3.4.4 Administração dos instrumentos de inquirição

A aplicação do questionário decorreu entre março e maio de 2016.

Foi realizado um inventário para recolher informação sobre a oferta turística pretendida para a fase III através da exploração direta no terreno e nos *sites*/motores de busca na *internet*, utilizando as palavras: “alojamentos locais em Matosinhos”, residenciais, hostels, pensões, “bares/restaurantes alusivos ao *surf*” e “empresas de animação turística Matosinhos”. A aplicação do questionário foi realizada presencialmente nos estabelecimentos mencionados à exceção de dez (um por correio eletrónico e nove por telefone).

Relativamente aos turistas, decidiu-se implementar o questionário nas escolas de *surf* e nos *hostels*. Porém a obtenção da informação nos *Hostels* foi mais difícil pois nem todos se mostraram disponíveis para a realização de inquérito, mostrando apenas um deles vontade de colaborar. Foi assim planeado uma segunda via, através de questionário *online* que foi partilhado pelo *Oporto surf Guide* mas que obteve pouca adesão. O questionário aos turistas foi aplicado em duas línguas (inglês e francês), visto, segundo os dados recolhidos pela fase II, serem essas as línguas mais utilizadas pelos turistas que vão a Matosinhos para *surf*.

Os residentes foram abordados em locais públicos, nomeadamente nas marginais de Matosinhos, Leça da Palmeira até Cabo do Mundo, nas ruas adjacentes bem como nas lojas de comércio local, espaço *Ahimsa*, loja de terapias, espaço de yoga em Leça e por correio eletrónico. O inquérito por questionário à comunidade foi aplicado a uma amostra da população com 15 ou mais anos de idade. Foi implementado através de inquérito direto pela investigadora à exceção da recolha de dados *online* e nos espaços acima mencionados onde foi aplicado por colaboradores que previamente tiveram formação sobre o processo de implementação de inquéritos por questionário.

6.3.4.5 Tratamento da informação

Todos os dados recolhidos referentes aos restantes *stakeholders* foram tratados com o *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) (versão 20.0), recorrendo a diversas técnicas estatísticas: análise exploratória dos dados, a estatística descritiva e ainda a estatística inferencial. Para tal foram utilizados quadros de distribuição de frequências, representações gráficas, cruzamentos, medidas de associação (Qui-Quadrado) e testes não paramétricos.

6.3.4.6 Avaliação crítica da fase III

Tal como foi realizado na fase II é fundamental desenvolver algumas observações sobre esta fase, com o propósito de apurar as opções tomadas que foram mais e menos positivas para o alcance dos objetivos pretendidos.

Assim, os aspetos mais positivos na fase III são:

- Pelo facto dos questionários terem sido realizados de forma direta à oferta turística traduziu-se numa maior facilidade em perceber as opiniões e dificuldades sentidas por estes stakeholders no território em estudo. Esta situação contribuiu também com uma recolha mais rica de dados visto que muita informação foi passada como conversa que foi registada como notas de estudo;
- A utilização dos inquéritos por questionários permite uma representatividade maior e conclusões mais exatas;
- Esta fase permitiu também recolher os dados de outros stakeholders que são fundamentais para o desenvolvimento de um produto turístico que almeje ser sustentável.

Contudo, apresentou algumas limitações que serão seguidamente mencionadas:

- O facto de se pretender neste estudo abordar as várias perspetivas e tendo como limite o tempo disponível e os recursos humanos condicionou a recolha direta por parte da investigadora de todos os questionários (turistas, comunidade). Tal situação levou a um menor controle e conseqüentemente uma percentagem de questionários não válidos por falta de alguns dados que seria evitado se fosse realizado com a presença direta da mesma;
- A altura do ano da administração dos questionários, nomeadamente fora da época balnear especificamente no caso dos turistas, não é a mais adequado uma vez que houve menos oportunidades de recolha de inquéritos. Esta situação condicionou também a percepção sobre uma questão fundamental que posteriormente será mencionada;
- É assim relevante mencionar a importância de alargar o período de administração dos inquéritos à época balnear visto esta apresentar algumas particularidades que podem alterar algumas percepções nomeadamente a sobrelotação. Esta situação será posteriormente analisada nas conclusões e recomendações;

- O método escolhido sobretudo no caso da população/turistas não permite uma recolha de opiniões mais profundas pois como apresenta perguntas de resposta fechada condiciona esse tipo de recolha.

6.4 Síntese e conclusões

Este capítulo desenvolve a metodologia da investigação, criando uma interligação entre a primeira parte da dissertação, de investigação teórica - a revisão da literatura - e a segunda parte, referente à pesquisa empírica. Após apresentação das questões base, dos objetivos e da missão que se delineou para este presente trabalho foi delineada e justificada a abordagem utilizada para o estudo empírico que está dividido em três fases. A primeira está orientada para a recolha de dados secundários. Já a segunda e terceira fase estão centradas na recolha de dados primários utilizando para esse fim duas metodologias- qualitativa e quantitativa – que são utilizadas de acordo com os objetivos traçados. Para se prosseguir com a explicação dessas duas fases dividiu-se em várias etapas que detalham os procedimentos metodológicos adotados nomeadamente a escolha da unidade em estudo, o instrumento de recolha de dados, a forma de administração e tratamento bem como a apreciação crítica da metodologia geral utilizada neste presente trabalho, evidenciando os aspectos mais e menos positivos com o intuito de retirar ilações sobre a opção metodológica. Ainda neste capítulo são pormenorizadas as questões de investigação nas duas fases. Detalhando um pouco mais, na segunda fase, de natureza qualitativa, foi utilizado na recolha de dados inquérito por entrevista semiestruturadas pois permitem o desenvolvimento das opiniões de forma mais detalhada e livre. Posteriormente foram analisadas essas entrevistas, em que a escolha de análise recaiu sobre a análise de conteúdo seguindo a sistematização criada por Bardin. Ainda nesta fase apresentou-se mais um instrumento de recolha de dados – a observação direta com o objetivo de confirmar dados sobretudo a nível de *spots* para surfar e características ds destino de Matosinhos. Já na terceira fase, de natureza quantitativa, os instrumentos de recolha foi o inquérito por questionário (comunidade, empresários e turistas).

Os capítulos seguintes serão dedicados à apresentação, análise e interpretação dos dados bem como a discussão dos resultados, com vista à obtenção de respostas aos objetivos delineados.

Com excelentes vias de comunicação (anexo X) está limitado a norte pelo município de Vila do Conde, a nordeste pela Maia, a sul pelo Porto e a oeste pelo Oceano Atlântico (Figura 7.2), e é considerado uma das maiores cidades do distrito (CM-Matosinhos, 2015b).

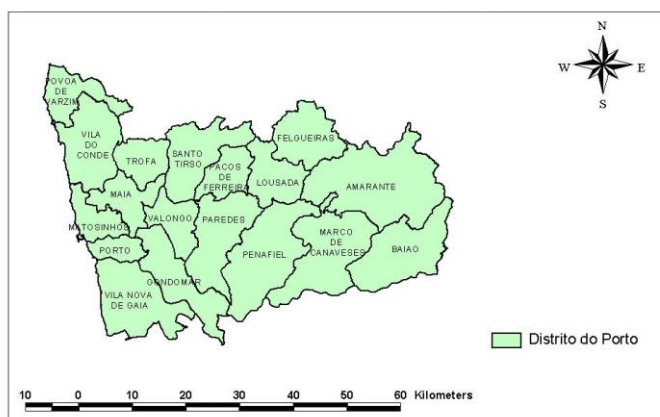


Figura 7.2: Limites do concelho de Matosinhos
Fonte: Instituto Geográfico Português (2007)

Faz parte, desde 2005 (CM-Matosinhos & FML, 2006), da área metropolitana do Porto (AMP) (AMP, 2015; Infopédia, 2015b), que agrega atualmente 17 municípios, numa área aproximada de 1.900 km², com uma população residente a rondar 1.700.000 habitantes (AMP, 2015; CREP, 2010), a que corresponde uma densidade populacional média de 1.021 habitantes/ km² (CREP, 2010). Matosinhos abrange uma extensão de cerca de 62,42 km², o que perfaz, a nível territorial, 3,05% da área metropolitana do Porto, 0,29% da região Norte e 0,06% do território nacional (AMP, 2015) (ver anexo XI para dados aprofundados sobre a estrutura e dinâmica demográfica).

Tem um perímetro de 59 km e um comprimento máximo tanto de norte-sul como de este-oeste de 11 km sendo que a sua altitude varia entre os 0 metros (mínima) e os 132 metros (máxima) (Instituto Nacional de Estatística [INE], 2014). Engloba geograficamente, segundo o novo mapa administrativo do território, quatro freguesias (CM-Matosinhos, 2015b) (Figura 7.3) e integra duas cidades: Matosinhos e S. Mamede de Infesta (CM-Matosinhos & FML, 2006).



Figura 7.3: Atuais freguesias do concelho de Matosinhos
Fonte: CM-Matosinhos (2015b)

Território de clima temperado (anexo XII) apresenta uma faixa litoral com aproximadamente 11 km, rochosa de persistentes nevoeiros (CM-Matosinhos, 2015d). É banhada pelo Oceano Atlântico com 16 praias identificadas como águas balneares (CM-Matosinhos, 2015d), muitas vezes agitadas, de areia fina, manifestando uma intensa pressão urbana (Reis, 2010). A história de Matosinhos dilui-se com o mar ao longo dos séculos e a ligação das gentes de Matosinhos com este encontra-se espalhada pela História de Portugal (anexo XIII).

A AMP, onde se insere Matosinhos, apresenta uma riqueza faunística e florística que contribui para a valorização do seu património natural (ICETA, 2004). Porém é uma região que apresenta uma “elevada fragmentação dos seus habitats devido ao crescimento acentuado e desordenado dos perímetros urbanos, ao aumento da rede viária e ao incumprimento das normas de tratamento de esgotos industriais, entre outros, que se registaram nas últimas décadas” (ICETA, 2004, p26). O litoral de Matosinhos apresenta um areal quase sempre extenso com uma elevada biodiversidade botânica e de fauna (Ribeiro, 2011) encontrando-se na sua costeira os dois únicos endemismos lusitanos da flora do Noroeste de Portugal nomeadamente a *Coincya johnstonii* e a *Jasione maritima var. sabularia* (CREP, 2010; ICETA, 2004; Ribeiro, 2011). Da consciencialização que a zona costeira de Matosinhos encontra-se atualmente sobre grande pressão e da sua elevada importância em termos económicos e de biodiversidade, tem havido esforços para a sua preservação. Nesse sentido, a presença de instrumentos políticos para requalificação das praias (Bandeira Azul) e a proteção das dunas tem sido um dos esforços mais visíveis em

Matosinhos sendo a construção de cercas e passadiços fundamentais para a conservação das espécies endémicas existentes nas zonas costeiras (Instituto da Conservação da Natureza [ICN], 2007; Ribeiro, 2011). A qualidade ambiental é assim um elemento fundamental para preservar estas regiões e encontra-se detalhado no anexo XIV.

7.3 Caracterização turística geral do concelho

7.3.1 Procura turística

A caracterização do concelho a nível desta atividade económica foi realizada pelo lado da procura e pelo lado da oferta turística. Esta informação é indispensável para perceber onde o turismo de *surf* está integrado visto que esta pesquisa permite identificar como está a ser desenvolvido o sector do turismo em Matosinhos. Seguidamente, serão apresentados os dados sobre a economia ligada à modalidade no território analisado.

Todavia, uma vez que alguns dados não se encontram disponíveis para o concelho de Matosinhos, os indicadores selecionados para a procura turística estão referenciados seguidamente:

- Entrada de hóspedes nos estabelecimentos hoteleiros;
- Número de hóspedes por país de proveniência;
- Dormidas nos estabelecimentos hoteleiros;
- Dormidas, por país de proveniência;
- Estada média dos turistas nos estabelecimentos hoteleiros;
- Taxa líquida de ocupação-cama.

No que diz respeito à entrada de hóspedes pode-se constatar que há uma evolução crescente mas que esta não é constante ao longo dos anos uma vez que entre 2003 e 2006 houve uma instabilidade no crescimento do nº de hóspedes e só a partir de 2007 é que esse crescimento foi constante, havendo contudo uma ligeira descida em 2012, como demonstrado na Figura 7.4.

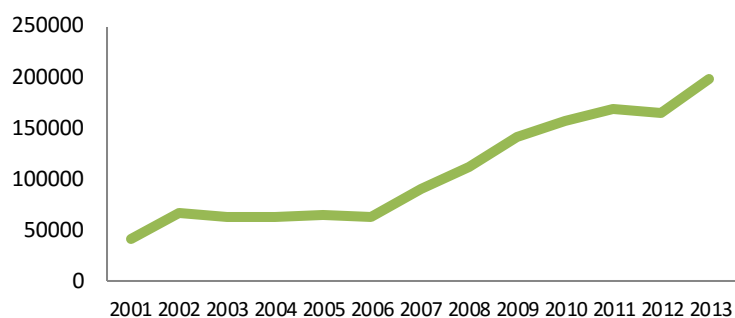


Figura 7.4: Evolução do número de hóspedes nos estabelecimentos hoteleiros em Matosinhos
Fonte: INE (2015)

O número de dormidas nos estabelecimentos hoteleiros em Matosinhos tem aumentado consistentemente a partir de 2007 apenas quebrado no ano de 2012 muito provavelmente por causa da queda de entradas de hóspedes que ocorreu nesse ano, como referido anteriormente. Há ainda a salientar que entre 2002 e 2006 o crescimento do número de dormidas não é constante como demonstra a figura 7.5.

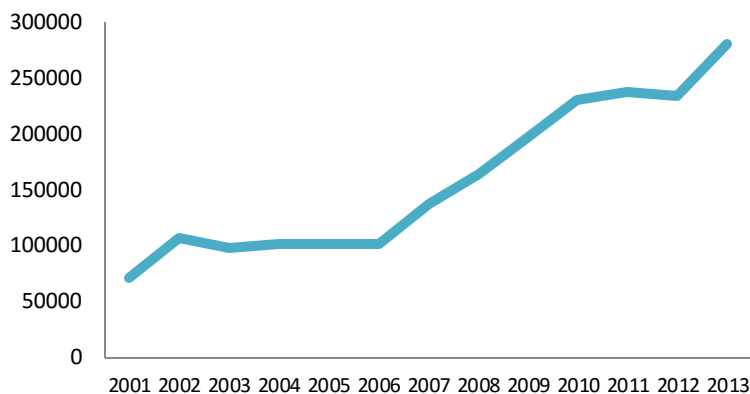


Figura 7.5: Evolução do número de dormidas nos estabelecimentos turísticos em Matosinhos
Fonte: INE (2015)

Relativamente aos turistas (Figura 7.6) eles são predominantemente nacionais sendo que o ano de 2008 foi o que teve menos turistas estrangeiros e 2010 o que registou um número mais significativo de hóspedes estrangeiros. No entanto, e apesar de em 2010 se ter verificado um aumento de turistas estrangeiros, nos anos seguintes verificou-se uma ligeira quebra na entrada de turistas estrangeiros.

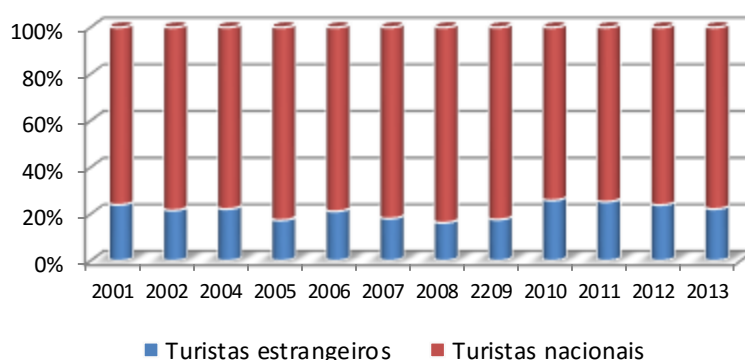


Figura 7.6: Proporção de turistas estrangeiros e nacionais em Matosinhos
 Fonte: INE (2015)

O número de hóspedes nos estabelecimentos turísticos de Matosinhos (Figura 7.7) tem sofrido também oscilações mas apresenta-se numa linha ascendente notoriamente mais sentida para os turistas nacionais do que para os turistas internacionais. Os dados revelam ainda que houve uma quebra sentida nessa linha ascendente no ano de 2012 muito provavelmente devido à crise mundial mas que 2013 revela uma recuperação.

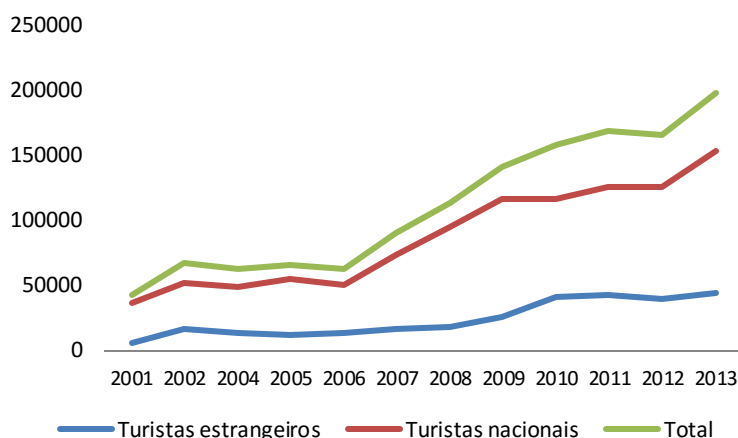


Figura 7.7: Nº de turistas estrangeiros/nacionais nos estabelecimentos hoteleiros em Matosinhos
 Fonte: INE (2001 a 2013 e 2015)

Fazendo uma análise mais pormenorizada do número de entrada de hóspedes entre 2001 e 2013, segundo o país de residência, verifica-se que a maioria provém de França, Espanha e Alemanha, apesar a nível de percentagem de turistas espanhóis ter vindo a diminuir comparativamente com os demais. Os dados revelam ainda considerável o número de turistas italianos e ingleses, sendo bem notório a diversificação e o aumento do número de outros turistas estrangeiros no território de Matosinhos, como verificado pela figura 7.8.

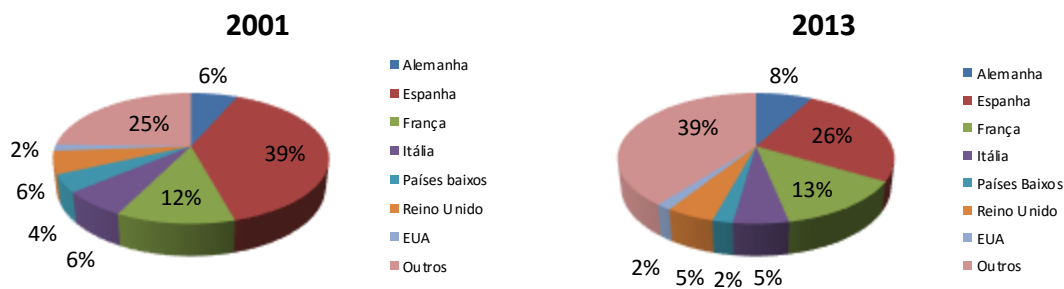


Figura 7.8: Nacionalidades dos hóspedes estrangeiros nos estabelecimentos turísticos de Matosinhos
 Fonte: INE (2001 a 2013)

No que se refere à estada média ⁴⁰(Figura 7.9), pode referir-se que ela é praticamente constante ao longo dos anos pesquisados de 2001 a 2013 (2002 e 2003 não tem valor atribuído à estada média dos hóspedes estrangeiros) sendo que a estada média dos hóspedes estrangeiros é superior à estada média total o que indica que os turistas estrangeiros permanecem mais tempo nos estabelecimentos turísticos que os turistas nacionais.

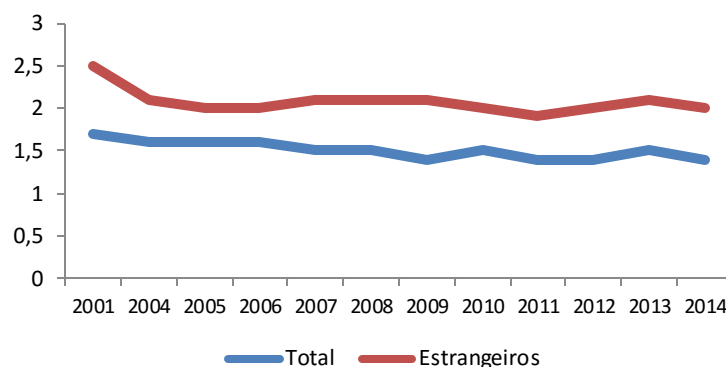


Figura 7.9: Estada média total e dos turistas estrangeiros nos estabelecimentos de Matosinhos
 Fonte: INE (2014) e PORDATA (2015)

Relativamente à taxa de ocupação-cama nos estabelecimentos hoteleiros (Quadro 7.1) os anos estudados foram divididos em dois mediante serem dados da taxa bruta de ocupação-

⁴⁰ Estada média no estabelecimento: Relação entre o número de dormidas e o número de hóspedes que deram origem a essas dormidas, no período de referência, na perspectiva da oferta (INE, 2015).

cama⁴¹ (anos 2002 a 2005) ou taxa líquida de ocupação-cama ⁴²(anos 2006 a 2013). O ano estuda de 2001 não apresenta dados relativamente a nenhum destes indicadores.

Quadro 7.1: Taxa de ocupação-cama nos estabelecimentos hoteleiros de Matosinhos

Anos	Taxa de ocupação (%)
2013 ¹⁾	46,2
2012 ¹⁾	40,8
2011 ¹⁾	40,1
2010 ¹⁾	41,8
2009 ¹⁾	41,3
2008 ¹⁾	47,6
2007 ¹⁾	40,9
2006 ¹⁾	32,1
2005 ²⁾	33,2
2004 ²⁾	33,9
2003 ²⁾	33,1
2002 ²⁾	39,9

Fonte: INE (2015)

Legenda: ¹⁾ Taxa de ocupação líquida; ²⁾ Taxa de ocupação bruta

Os dados revelam que a capacidade média não tem sido constante ao longo dos anos em estudo uma vez que no ano de 2009 houve uma diminuição acentuada desses valores só voltando a crescer a partir de 2011. Se compararmos os dados anteriores de Matosinhos com os dados da região do grande Porto, Norte e Portugal relativamente aos anos 2002 (taxa bruta da ocupação-cama) e 2013 (taxa líquida da ocupação-cama), (Figura 7.10) pode-se constatar que Matosinhos tem a taxa bruta de ocupação-cama superior à da média de todas as regiões excetuando a do país e a taxa líquida superior a todas as regiões.

⁴¹ Taxa bruta de ocupação-cama: Relação entre o número de dormidas e o número de camas existentes no período de referência, considerando como duas as camas de casal. Este indicador permite avaliar a capacidade média de alojamento durante o período de referência (TP, 2008).

⁴² Taxa líquida de ocupação-cama: Este indicador permite avaliar a capacidade média de alojamento durante o período de referência. Este indicador permite avaliar a capacidade média de alojamento durante o período de referência (TP, 2008).

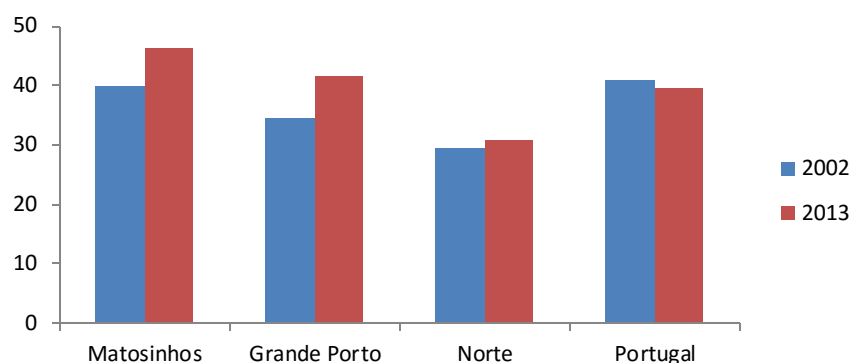


Figura 7.10: Taxas líquida e bruta da ocupação-cama (2002 e 2013)

Fonte: INE (2015)

Há ainda a referir que o norte de Portugal apresenta a mais baixa taxa líquida e bruta de ocupação – cama e tirando o grande Porto, Matosinhos tem crescido mais do que as restantes regiões no que se refere à taxa líquida de ocupação-cama.

Relativamente à proporção de dormidas entre julho e setembro (taxa de sazonalidade⁴³) (Figura 7.11) os dados revelam que não tem sido constante a evolução sendo que os anos onde se pode considerar um aumento maior de dormidas nos meses em estudo são 2005, 2009 e 2013 o que revela uma maior sazonalidade nesses anos.

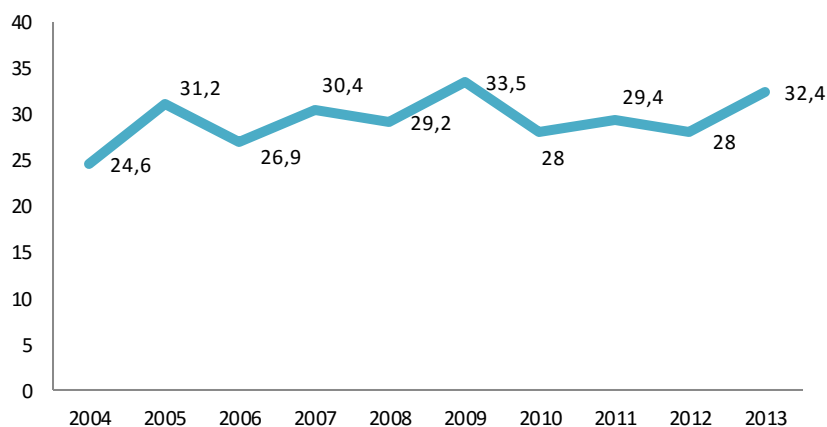


Figura 7.11: Taxa de sazonalidade de Matosinhos

Fonte: INE (2004 a 2013)

Contudo, se compararmos os anos de 2004 e 2013 entre Matosinhos e as regiões Portugal, norte e grande Porto (Figura 7.12), os dados revelam que Matosinhos apresenta nos anos

⁴³ Taxa de sazonalidade: Indicador que permite avaliar o peso relativo da procura turística nos meses de maior procura, relativamente ao total anual, medido através do número de dormidas nos meios de alojamento recenseados (INE, 2015). A taxa da sazonalidade é calculada com base no número de dormidas nos meses de julho, agosto e setembro sobre o número de dormidas totais no ano (TP, 2012, p.73).

estudados sempre uma proporção de dormidas entre Julho e Setembro inferior às restantes regiões estudadas, revelando assim que tem o turismo na região não se concentra tanto, comparativamente às outras regiões, nos meses de Verão.

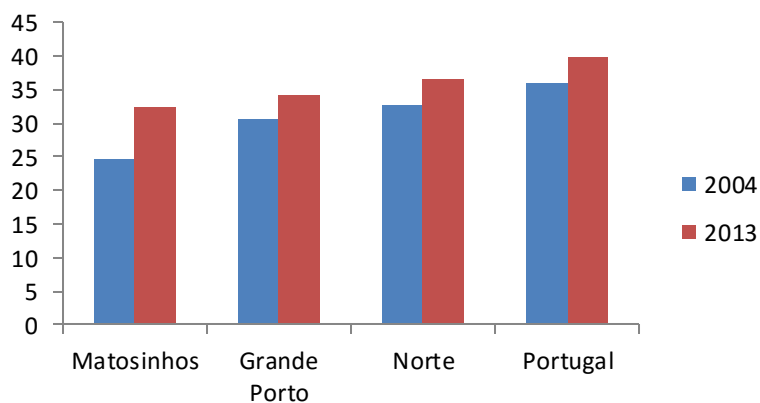


Figura 7.12: Proporção de dormidas nos meses de julho-setembro entre diferentes regiões
Fonte: INE (2004, 2013)

7.3.2 Oferta turística

Foram pesquisados os seguintes indicadores:

- Empreendimentos turísticos existentes e evolução do seu número;
- Capacidade de alojamento dos empreendimentos turísticos e de número de quartos.

Relativamente ao primeiro indicador, pode constatar-se, pelo quadro que se encontra no anexo XV, que houve um crescimento entre os anos de 2002 para 2013, devido ao aumento do número de hotéis que subiu de três em 2002 para 11 em 2013. Este crescimento porém não foi igual para todos os tipos de estabelecimentos, uma vez que diminuiu o número de motéis e estalagens, mantendo-se inalteráveis os restantes estabelecimentos hoteleiros.

O mesmo quadro do anexo XV releva que em termos de capacidade de alojamento verificou-se um aumento considerável unicamente nos hotéis, uma vez que dos restantes tipos de alojamento somente as pensões aumentaram essa capacidade, embora muito ligeira, todas as restantes tiveram quedas acentuadas até se anularem. No que se refere aos quartos, apesar dos dados recolhidos serem insuficientes uma vez que não existe dados para alguns anos, pode-se mencionar que apesar das variações estes subiram, após uma queda em 2012 sendo que mais uma vez foram os hotéis que contribuíram para o aumento do número de quartos. Há ainda a registar nesta categoria o parque de campismo de duas estrelas em Angeiras –

Lavra, com a seguinte capacidade: 12 *Bungalows*, 6 Tendas de Aluguer e Autocaravanas não estando contudo contabilizadas a capacidade de alojamento em nenhum documento oficial (CM-Matosinhos,2015h).

Se compararmos Matosinhos com a região Norte, pode constatar-se pela Figura 7.13 que este apresenta uma capacidade de alojamento superior à maioria dos restantes territórios, à exceção do concelho de Porto que tem uma capacidade de alojamento superior a 10.000.

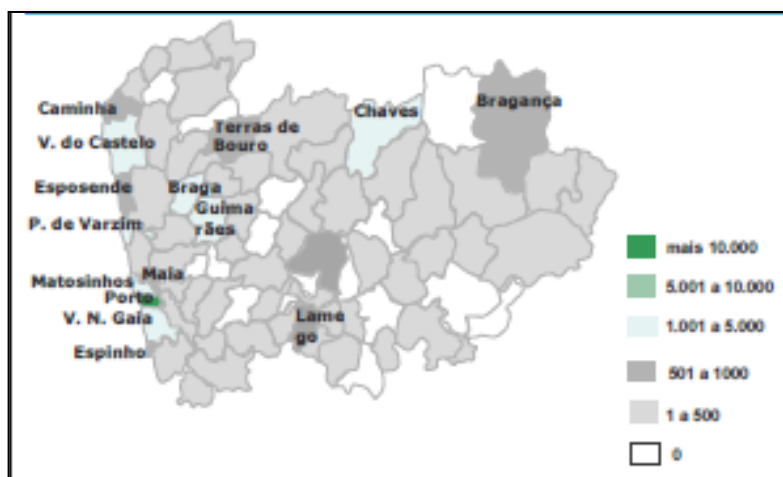


Figura 7.13: Capacidade de alojamento (camas), em estabelecimentos hoteleiros, aldeamentos, apartamentos turísticos e outros na região Norte de Portugal
 Fonte: Turismo do Porto e Norte de Portugal [TPNP] (2014)

7.4 Surf em Matosinhos

Não é fácil recolher informação sobre o início do *surf* especificamente em Matosinhos. A sua história emaranha-se com a própria história da região remontando ao final da década de 20 do século passado as primeiras referências à modalidade na região (Cinamateca Digital Portuguesa, 2015; UPmagazine, 2012) aquando do filme “Aspetos de Leça da Palmeira, Matosinhos e Leixões” dos serviços cinematográficos do Exército de 1927 (Cinamateca Digital Portuguesa, 2015). Neste é revelado praticantes de *surf* na praia de Leça da Palmeira o que leva a concluir que já nessa época se fazia *surf* em Matosinhos e pode por em causa a história do próprio *surf* em Portugal uma vez que os documentos até agora recolhidos remontavam ao início dos anos 50 a introdução desta modalidade no país (UPmagazine, 2012).

Sem dados concretos a comprovar, este filme revela 12 surfistas em Leça no final dos anos 20, praticando *bellyboard*, com uma “alaia”, um tipo primitivo de prancha de *surf* (UPmagazine, 2012). Os surfistas do filme terão sido provavelmente jovens pertencentes à

comunidade britânica de Leça, uma vez que esta zona era considerada à época uma sofisticada estância de Verão para as famílias inglesas com negócios na Invicta (UP *magazine*,2012). Outro argumento para justificar que os indivíduos do filme são britânicos é que esta nação, já conhecia naquela época a modalidade de *surf*, melhor a *bellyboarding*, havendo no Canal da Mancha em 1923 já um club de *surf* – o *Island Surf Club* fundado por Nigel Oxenden (UP *magazine*,2012). Não existem porém muitos mais dados sobre a história do *surf* em Matosinhos parecendo que esta modalidade mergulha no desconhecido durante épocas.

A pesquisa volta a interligar o *surf* com Matosinhos em 1994 uma vez que nesse ano surge a primeira escola de *surf* – Aterro *Beach* em Leça da Palmeira tendo como fundadores João Diogo, Silvério Canto Moniz e Henrique Marinho Leite. A história do *surf* em Matosinhos interliga-se também com o dinamismo de quem o pratica sendo que em 1995 foi fundada por João Diogo a *mobile school* que tinha como objetivo ajudar os alunos a aprender em vários *spots*. Seguem-se anos de expansão de espaços ligados ao *surf* desde lojas de roupa e equipamentos, até atividades e programas onde se inclui, a título de exemplo, o programa de João Diogo, em 2005, “*SurfEduca*” em parceria com a associação do Porto dos pais e amigos do cidadão com deficiência mental - APPACDM, especialmente planeado para crianças com necessidades especiais. O dinamismo característico dos empresários de *surf* em Matosinhos é demonstrado pela rápida expansão da utilização da *internet* como forma de divulgação internacional, pelo aumento dos patrocínios como o caso da Sumol à escola Aterro *Beach* que passou a ser a *Sumol Surf School* e pela melhoria das condições das escolas de *surf*. Neste contexto de grande dinamismo a economia do *surf* em Matosinhos tem sofrido uma expansão enorme nos últimos anos como será seguidamente descrito.

A economia do *surf* (Quadro 7.2) não inclui somente o turismo de *surf*, na realidade quando se refere a esta economia está-se a incluir uma diversidade de atividades económicas que direta ou indiretamente estão interligadas com a modalidade.

Quadro 7.2: Atividades económicas em Matosinhos ligadas ao *surf*

Atividade económica	Quantidade
<i>Surfshop</i> (roupas e equipamentos)	7
Fábricas de prancha ecológicas de <i>skate</i> e <i>surf</i>	1
Escolas de <i>surf</i>	12 (oficiais) Nota:doc-anexos trabalho
<i>Surfcamps</i>	Associadas à escola
<i>Surf Hostels</i>	3 (<i>surf hostels</i>)
Lojas de importação/exportação de pranchas	1
Lojas para restaurar fatos de <i>surf</i>	1
Centro de alto rendimento	0
Lojas de aluguer de equipamentos	9 + escolas de <i>surf</i>
Galerias de arte ligadas ao <i>surf</i>	1
Restaurantes alusivos ao <i>surf</i>	3

Fonte: Elaboração própria com base em CM-Matosinhos (2015), nas entrevistas *surfmarket*, no dia internacional do *surf* e aos empresários do ramo

Há também a ressaltar que as escolas de *surf*, como empresas de animação turística fornecem ainda múltiplas atividades como *surftrip*, *surftours*, *surfcamps* (não localizado em Matosinhos), *surf city breaks*, etc. que dinamizam a região norte de Portugal, tendo Matosinhos um papel menor nos benefícios recolhidos, como posteriormente será detalhado, uma vez que a maioria das atividades estão orientadas para o Porto e arredores.

Importante ainda referir que Matosinhos tem apostado cada vez mais no desenvolvimento de eventos ligados às modalidades associadas aos desportos aquáticos sobretudo os eventos desportivos como é o caso do *surfmarket* e o festival de filmes sobre o *surf* – *SALt On Tour* (Figura 7.14). Este último é um festival dedicado à divulgação da cinematografia internacional do *surf*, e foi realizado na marginal de Matosinhos, de 5 e 6 de setembro, tendo como objetivo aliar-se no mesmo fim-de-semana ao *Junior Cup* – campeonato nacional de *surf* esperança (Figura 7.15).



Figura 7.14: Flyer do surf market (esquerda), flyer da mostra de cinema (direita)

Fonte: Surftotal (2015b, 2015c)



Figura 7.15: Flyer do campeonato nacional surf esperanças

Fonte: Beachcam, (2015a)

Este campeonato ditou uma viragem na cooperação entre duas câmaras - Matosinhos e Porto. Esta nova sinergia é bem-vinda pelos empresários do ramo, como posteriormente será detalhado, uma vez que a aposta em eventos destes géneros aliados com o concelho vizinho é, segundo a opinião da maioria dos entrevistados, um fator crucial para o desenvolvimento

do *surf* e do turismo a si associado. No ano de 2016 essa sinergia ganhou forma e operacionalizou-se em vários eventos e campeonatos organizados em conjunto pelas duas Câmaras em parceria com algumas escolas de *surf* e a Oporto *surf* guide (Figura 7.16).



Figura 7.16: Circuito de *surf* do norte- prova regional (cima); Liga Moche-liga nacional de *surf* (centro); 1º surfmarket de 2016 (baixo esquerda), campeonato nacional de Longboard (baixo centro) e 2º *surf*market de 2016 (baixo direita)

Fonte: Elaboração própria

Outros eventos patrocinados pela Câmara de Matosinhos em 2016: “Entra na onda de Matosinhos-batismo de *surf*”; Curso de juízes de *surf* (Federação portuguesa de *surf*) e o “Júnior Cup- campeonato nacional *surf* esperanças sub 18” que vai ser realizado nos dias 15/16 de Outubro de 2016 (Figura 7.17).

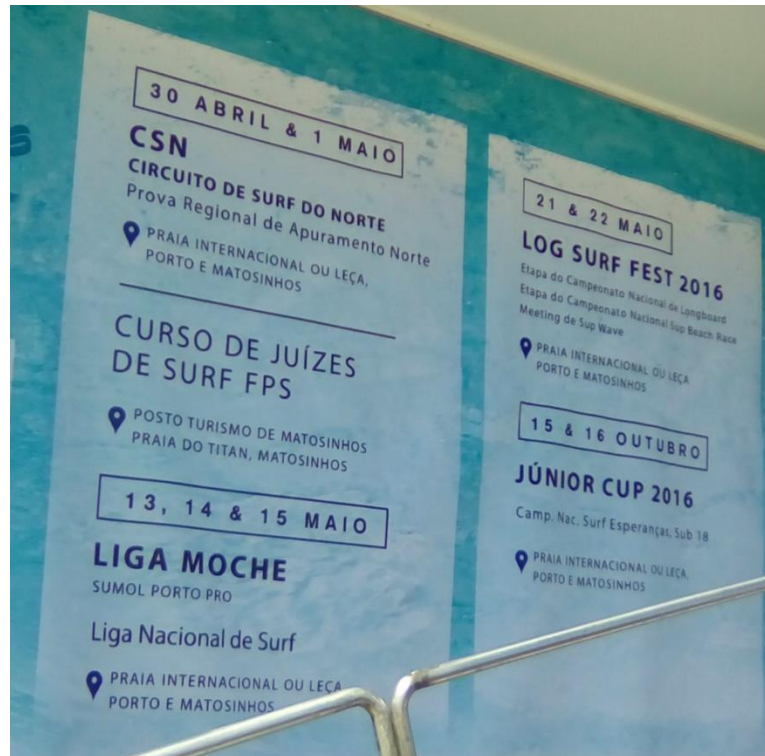


Figura 7.17: Eventos de *surf* em Matosinhos
Fonte: Elaboração própria

7.5 Síntese e conclusões

Com este capítulo pretendeu-se caracterizar o território em estudo quer em termos gerais quer em termos turísticos especificando a economia do *surf* em Matosinhos. Matosinhos apresenta excelentes vias de comunicação o que pode contribuir para a captação de turistas pela facilidade de deslocação ao território. Há uma evolução crescente da entrada de turistas no território nos anos analisados mas este crescimento não é constante. Em termos de crescimento dos empreendimentos turísticos tem havido um aumento sobretudo devido ao número de hotéis que têm surgido no território. Em termos comparativos com a região norte onde se localiza, apresenta uma capacidade de alojamento, à exceção do concelho de Porto, superior que tem vindo a crescer.

O seu litoral com uma faixa aproximada de 11 km apresenta-se fortemente urbanizado contudo contudo, é fonte de uma elevada biodiversidade quer botânica quer de fauna que contribui para a valorização do seu património natural. A sua elevada relevância tem levado as entidades competentes a investir na requalificação das praias e na proteção das dunas. Apesar destes esforços a qualidade ambiental das zonas costeiras de Matosinhos ainda apresentam algumas lacunas que é preciso corrigir.

Matosinhos apresenta um clima temperado, nevoeiros frequentes e um número médio anual de pluviosidade elevada sendo as suas águas são frias, o que pode dificultar a atratividade deste território para o turismo de sol e praia. O seu recurso natural – praia e mar – tem sido aproveitado para a prática de *surf* e a economia de *surf* tem-se desenvolvido significativamente no território. Esse crescimento é visível no aumento de empresas ligadas à modalidade e também pelo crescente fornecimento de novos serviços orientados para esta prática. A aposta em eventos em cooperação com o concelho limítrofe do Porto tem criado sinergias sendo um fator crucial para o desenvolvimento do *surf* no território.

8 Capítulo 8: Apresentação e análise dos resultados

8.1 Introdução

Este capítulo tem como objetivo apresentar e analisar os dados que foram compilados através da recolha de dados primários aos vários intervenientes citados no capítulo 6. Está dividido duas grandes secções fase II (8.2) e fase III (8.3). Estas principais secções estão divididas em vários tópicos nomeadamente na fase II optou-se por integrar os dados recolhidos por entrevistas aos dois *stakeholders* – responsáveis das empresas que oferecem atividades turística relacionada com o *surf* e instituição estatal – em tópicos, nomeadamente perfil dos entrevistados (8.2.1), destino turístico (8.2.2), perfil dos turistas (8.2.3), sustentabilidade (8.2.4) e estratégias futuras para que o turismo de *surf* seja sustentável (8.2.5). Relativamente à fase III esta divide-se em 3 grandes tópicos oferta turística (8.3.1), turistas (8.3.2) e comunidade local/*surfistas* (8.3.3) pois com esta forma de apresentação torna-se mais fácil a visualização dos dados.

8.2 Fase II

8.2.1 Perfil dos entrevistados e das empresas em estudo

Das empresas entrevistadas sete delas estão localizadas em Matosinhos e somente uma em Leça da Palmeira. A mais antiga em funcionamento remonta ao ano de 1994, localizada desde o início na praia de Matosinhos. Mas foi durante a primeira década do século XXI que houve uma expansão deste tipo de empresas, nomeadamente em 2002 (1), 2003 (1), 2004 (1) e 2009 (1). A partir de 2010 foram criadas as restantes empresas, nomeadamente em 2013 (2) e em 2014 (1). Este facto sugere que o turismo de *surf* em Matosinhos está cada vez mais a criar interesse por parte de empreendedores, o que revela a sua importância crescente. Quase todas as empresas desde o início da sua formação integraram o turismo nas suas atividades, à exceção de uma delas que o fez passado três anos após a sua abertura.

Relativamente ao cargo ocupado na empresa pelos entrevistados, observou-se que a maioria (5) eram proprietários, sendo que dois eram diretores técnicos e um dos entrevistados, funcionário da empresa. Antes de trabalharem na empresa três deles eram professores de educação física, sendo que um deles ainda continua a dividir o seu tempo entre esta profissão e a gestão da empresa. Dos restantes, dois eram estudantes, sendo que a funcionária entrevistada ainda continua a estudar. Um outro entrevistado já era dono de uma empresa com as mesmas características mas noutra localidade, sendo ainda horticultor e um dos

entrevistados trabalhava num bar ligado ao *surf* no Aterro. Todos eles estão a trabalhar na empresa desde o início da criação da mesma sendo que um deles, este ano, passou de professor de *surf* a diretor técnico. Dos oito entrevistados quatro são naturais de Matosinhos sendo que um deles é de Leça da Palmeira, os restantes são do Porto (3) e da Póvoa de Varzim (1). Atualmente a maioria vive em Matosinhos (6), os restantes vivem no Porto (2) e na Póvoa de Varzim (1).

No que diz respeito formação há a realçar que a maioria apresenta uma escolaridade com formação superior (5), sendo que um deles tem mestrado. Destes cinco, três têm licenciaturas ligadas ao desporto e as restantes estão relacionadas com história de arte (1) e segundo a funcionária da empresa entrevistada, os donos dessa empresa têm licenciatura em gestão e *design*. Todos os restantes frequentaram o ensino secundário, concluindo o 12º ano (2) e o 10º ano (1). No que diz respeito à formação em turismo, há a ressaltar que os entrevistados não possuem formação na área, sendo que no entanto um dos diretores técnicos revela que o dono tem formação em turismo e um dos colaboradores da empresa curso superior de hotelaria. A funcionária entrevistada refere que os donos da empresa possuem alguns cursos de formação profissional ligados a esta área.

No ano de 2014 maioria apresentava um volume de negócios até 50.000 euros sendo que apenas uma das empresas ultrapassa essa franquia e encontra-se entre os 50.001 e os 100.000, especificamente 60 mil euros (uma das empresas recusou relevar esta informação). Relativamente ao seu perfil, todos os entrevistados analisados apresentam um comportamento pró-ativo e de resiliência em relação à adaptação necessária para ir ao encontro das necessidades e tendências do mundo atual. Esta conduta é bem visível na evolução, diversificação e inovação dos produtos e serviços oferecidos. No início a maioria das empresas, tirando E4 que inicialmente “*era apenas galeria e venda de material em segunda mão*”, começaram pelo ensino “*primeiro foi o ensino temos uma oferta desde a iniciação à competição*” (E1), “*primeiro começamos pelo ensino do surf*” (E2), “*sim, no início era [...] ensino*” (E6) e “*no início era somente aulas de surf, [...]*” (E7).

Posteriormente, como refere E5, “*com o crescimento do surf e com o turismo de surf a crescer*” e à medida que mais empresas foram criadas e novas tendências foram surgindo houve necessidade de inovar e variar. Citando E2 em relação a esse assunto, “*a necessidade cresce à medida que existe mais empresas deste ramo e à medida que sentimos a necessidade dos nossos clientes e também à medida que a empresa cresce, há mais procura e por isso*

temos que desenvolver mais ofertas [...], desenvolvemos pacotes mais para os turistas e de acordo com as tendências”. A diversificação de produtos é heterogénea sendo que contudo a diversificação na área do desporto é o mais referenciado sobretudo no desporto náutico o SUP Paddle como menciona a título de exemplo E1 “[...] depois em termos de serviços aumentamos no último ano para o Stand Up Paddle, há uma procura crescente e tem aumentado bastante, temos um SUP Center que se dedica só à prática e ensino e aos passeios dentro desta modalidade...aliás tem toda a lógica apostar nisto e o Stand Up é surf”.

De entre as atividades e serviços oferecidos os mais referenciados pelos entrevistados são os *surfcamps* e os aniversários porém, a diversificação não termina nestas atividades sendo que cada escola adaptou-se às necessidades criando outros serviços (Anexo XVI).

O conjunto de todas estas atividades, agregadas às atividades identificadas pelos *websites* das empresas demonstra um tecido empresarial dinâmico e inovador que procura dar resposta e fazer frente a novas tendências e ao meio competitivo onde se movem. Tal facto é vantajoso para o destino, pois como identificado na revisão da literatura esta particularidade é importante como forma de garantir o desenvolvimento sustentável de um destino.

8.2.2 Destino turístico

8.2.2.1 Destino turístico de Matosinhos

O destino turístico Matosinhos foi estudado de uma forma mais geral tendo como objetivo conseguir perceber onde se insere o turismo de *surf* e quais as mais-valias deste destino turístico.

Em seguida são apresentados os resultados alcançados.

Relativamente aos pontos fortes uma das componentes mais mencionadas pela positiva (quase por unanimidade) foi a acessibilidade, pois, como refere E8, “*um ponto positivo para eles (turistas), que eles (turistas) referem muito, é a acessibilidade da praia, [...]. Do centro aqui é muito fácil aqui chegar.*”.

A localização geográfica é também tida como facto importante uma vez que permite colocar o concelho de Matosinhos numa posição estratégica e usufruir dos benefícios de estar tão perto de uma cidade como o Porto. Esta ideia é partilhada por vários entrevistados, como

E2, *“olhe, honestamente uma das coisas que Matosinhos tem de bom é a sua localização geográfica. O facto de estarmos perto do Porto traz-nos turistas”*.

Uma outra componente identificada nesta classificação são os serviços complementares que são considerados como muito bons, tal como observa E5, *“a nível de facilidades de serviços estamos muito bem servidos, não há nada a faltar [...]”*.

A nível de atrações duas são de especial referência, a primeira mais citada (apenas um entrevistado não a mencionou) foi – a gastronomia: *“a nível de gastronomia estamos muito bem é realmente um ponto muito forte daqui e que diferencia Matosinhos, [...]”* (E3). O seu grau de importância é bem patente na opinião fornecida pela Câmara que menciona o produto como diferenciador de Matosinhos: *“[...] gastronomia do peixe, são ofertas turísticas que só Matosinhos é que tem entre as três cidades que constituem a frente atlântica...e vamos apostar seriamente, como temos apostado”*. A segunda, atração, está ligada ao próprio turismo de surf – a praia e o mar. Como menciona E5, *“[...] temos a praia que apesar de tudo é bonita e o mar tem qualidades terapêuticas, cheio de iodo [...] a água do norte que tem muito iodo deveria de ser mais divulgada”*. Estas duas atrações são ainda salientadas durante a entrevista à Câmara, que refere *“[...] nós contratamos um serviço para saber o que é que as pessoas pensavam de Matosinhos[...] e este inquérito foi aplicado em Lisboa, todo o norte de Portugal e Galiza...as pessoas todas falavam, gastronomia, mar, gastronomia, mar [...]”*.

Há ainda a realçar que durante as entrevistas foram salientados outros pontos positivos que, apesar de não fazerem parte das componentes de um destino, revelam-se importantes como mecanismos de diferenciação de um destino nomeadamente a simpatia e a segurança. Relativamente à primeira, quase todos foram unânimes a apontar este elemento como fundamental para a imagem positiva do concelho pois, como revela E3, *“acho que aqui somos bons anfitriões, a nossa simpatia como povo sem dúvida faz com que os turistas queiram regressar. [...] temos aqui imenso pessoal que vem porque o amigo lhe disse que isto é um ambiente bom e friendly”*. A segunda, a segurança em Matosinhos é um elemento sentido como importante para os entrevistados, uma vez que, como explica E4, *“temos aqui também a segurança que [...] é também um ponto a favor porque permite aos turistas sentirem-se seguros e bem”*.

No que diz respeito aos pontos fracos eles estão agrupados sobretudo em cinco grandes categorias sendo o défice em animação noturna o mais referenciado pois, como observa E8, “*depois falhamos muito na animação noturna, eles vão todos para o Porto, [...]*”.

Das opiniões salientadas há a referir ainda que a razão principal apontada para que considerem a animação noturna como um ponto fraco de Matosinhos é a aproximação geográfica do concelho ao Porto que apresenta um leque de escolha com maior diversidade. Outro componente mencionado como fraco é relativo às facilidades é o alojamento que é visto, apesar de ter preços acessíveis e com relativa qualidade, como um alojamento incapaz de fazer face às necessidades dos turistas de *surf*. Como defende E2, “[...] *falta também, apesar de haver pensões e hotéis, um hotel específico para o surf mais junto à praia, acho que era importante [...] era agradável haver um espaço junto à praia que transmitisse a cultura do surf*”.

Apesar de não ser definido como uma das componentes de um destino turístico, há a referir que na opinião dos entrevistados, Matosinhos tem um *handicap* relativamente à promoção da sua imagem, que no fundo, segundo Kotler, Haider e Rein (1993, citado por Rita & Antunes, 2013), é um elemento chave para um destino turístico sustentável. A esse respeito, E2 observa que “*falta divulgação das coisas ligadas ao turismo e à cultura em geral, [...] não tenho conhecimento porque não há divulgação*”.

Por último, apontam como característica negativa, o facto de não haver atividades disponíveis no destino, tal como menciona E7, “*olhe digo-lhe já olhando para o quadro, não acho que Matosinhos tenha produtos diversificados [...]*” sendo que para este empresário o património cultural muito pobre “*olhe aqui este, a nível de património cultural (arquitetónico e histórico) é muito pobre [...]*”. No anexo XVII encontram-se sintetizadas todas as características positivas e negativas mencionadas, bem como o número de entrevistados que a referenciaram.

Durante a entrevista à Câmara Municipal de Matosinhos, foi reforçada a ideia que este destino tem realmente uma mais-valia a nível de localização geográfica e acessibilidade, uma vez que segundo o entrevistado “[...] *nós estamos a...(pausa) alguém que esteja num país da europa central em duas horas e meia consegue sair de casa e estar a surfar, ok? Isto não acontece em lado nenhum. Primeiro é a nossa proximidade ao aeroporto, segundo é a nossa proximidade às praias, [...]*”.

Porém, e uma vez que a pesquisa está direcionada para o *surf* é necessário identificar mais especificamente os pontos fortes e fracos de Matosinhos como destino turístico de *surf*. Para que um destino turístico de *surf* seja considerado apelativo e sustentável é necessário que tenha características atrativas para a prática da modalidade como já mencionado no capítulo 5 e que serão seguidamente detalhadas para o caso de Matosinhos.

8.2.2.2 Destino turístico de *surf*

O destino turístico de *surf* de Matosinhos foi estudado utilizando, dos indicadores de sustentabilidade para o turismo de *surf* de Martin e Assenov (2014), aqueles que mais se adequavam para os objetivos pretendidos. A nível de características positivas pode-se referir que estas são sobretudo cinco e serão seguidamente detalhadas.

Apesar de, como refere E5, “*quanto às ondas depende muito da natureza, se há ondas ou não [...]*”, a diversidade dos tipos de onda é um dos atrativos referenciados e que torna o local ideal para todos os níveis de praticantes, existindo mesmo na praia de Matosinhos vários tipos de ondas no mesmo areal, como explica E4, “*uma coisa boa do concelho em si é ter uma variedade de ondas que permite quase toda a gente surfar*”.

Contudo, para avaliar o valor global de um *surf spot* é necessário para além da diversidade das ondas aliar a consistência das ondas pois, como mencionado no capítulo 5, esta é um fator que interfere nas preferências dos surfistas (Butt, 2010). Se num local houver a possibilidade de se surfar durante quase todo ano, mesmo que as ondas não sejam de qualidade elevada, mas consistente e com ventos marítimos constantes, esse *spot* apresenta uma maior atratividade, pela sua coerência (Butt, 2010). Neste sentido, como verificado no *item* dos pontos fracos a consistência das ondas nos *spots* de Matosinhos é fraca porque as ondas são instáveis, segundo grande parte dos entrevistados. A consistência da onda é influenciada sobretudo pelos ventos como refere E3 “[...] *o nosso problema é sempre o vento, se houver vento não é tão bom para as ondas [...]*”; E4 “[...] *temos uma nortada terrível e isso é desagradável além de estragar as ondas, a nível de consistência [...]*”; e E6 “*a consistência da onda depende da natureza aqui [...], depende dos ventos*”. Neste contexto e uma vez que o norte apresenta caracteristicamente ventos na sua faixa costeira, aliado ao facto de ter fundos de areia, tudo isso origina instabilidade na consistência das ondas.

A variedade dos locais para surfar, existentes em Matosinhos, é também uma das mais-valias deste destino turístico, segundo a opinião dos empresários. Num curto espaço de território é

possível encontrar uma variedade de locais para vários níveis de *surf*, tal como observa E3, “*se juntarmos as praias do outro lado (Leça da Palmeira) temos uma variedade que nos permite ter alunos de vários níveis, não há muitos sítios assim. Quando há ondas muito grandes em Leça, que já não dá para surfar temos Matosinhos, está a entender? No verão, quando aqui não há ondas, dá para ir surfar para Leça, Aterro, o que já dá um equilíbrio para se conseguir surfar mais tempo*”.

Relativamente à segurança (vigilância das praias - presença de nadador-salvador, serviço de primeiros socorros na praia, devidamente assinalado), é outro fator positivo em Matosinhos pois, segundo E4 “*as condições de segurança são boas, não há nada a apontar, temos uma costa vigiada*”.

Existe ainda um quarto ponto considerado positivo numa abordagem geral, como alega E2, “*há escolas com qualidade com criatividade nos seus pacotes turísticos, ainda por cima a preços acessíveis*”. Todavia, este ponto revela-se controverso pois à medida que foi desenvolvida a conversa ele era considerado como um *item* capaz de colocar em causa a sustentabilidade dos negócios ligados ao turismo de *surf*. Assim, apesar de terem referenciado que existem escolas de *surf* com preços apelativos a opinião face a este ponto é levado posteriormente para o lado menos positivo da questão, como revelado por E6, “[...] *isto pode ser visto de duas formas, é bom para os turistas mas a nível de negócio acaba por ser mais desafiante e um pouco perigoso[...]*”. A partilha desse sentimento é notória por quase todos, como sintetizado no anexo XVIII e os motivos da utilização desta estratégia vão sendo revelados como desabafa E5 “[...] *não existe uma cultura de estabilização de preços e muita gente trabalha fora da legalidade, não paga licenças, nem impostos mas têm sites abertos e trabalham com turista, não é justo nós aqui a pagar os impostos e as licenças todas e essa gente como não paga pode reduzir os preços, nós por outro lado também tentamos reduzir os preços...(silêncio) é muito louco!*” . Por sua vez, E8 opina que o motivo pelo qual a situação acontece é porque “[...] *estão muitas escolas aqui e se um baixa os outros têm que ir atrás, por exemplo em Lisboa temos sítios muito dispersos desde Cascais, Ericeira e enquanto aqui estamos quase todos concentrados na mesma praia, e claro que não dá para todos e depois os que não dá para todos tentam ir pela política do preço mais baixo...(pausa) enfim*”.

Para aprofundar e perceber a discrepância existente entre os destinos turísticos de *surf* foi questionado as diferenças de preços em alguns locais, sendo que a informação dada revela que:

E7 “Por exemplo, só para elucidá-la, em França paga-se 35 euros por aulas semelhantes a Matosinhos mas aqui pagam só 15 euros [...]”,

E8 “[...] só para ter uma noção, a nossa aula de *surf* média é 15 euros por pessoa e vai aqui a Espinho já estamos a falar de 35. Se falarmos no resto do país Lisboa tem preços entre 25 a 30, o Algarve nem se fala. A Costa Vicentina onde o mercado é só turismo estamos a falar entre 35 a 40 euros...aí sim dá para viver disso, aliás lá vivem do verão”.

Há ainda a referir que um quinto ponto forte de Matosinhos é a aceitação por parte da comunidade do *surf* sendo que a essa aceitação é ainda acrescentado a cultura de *surf* que está a crescer em Matosinhos, como indica E6: “[...]as pessoas daqui também são recetivas ao *surf*, há uma certa cultura já ligada a isso, vê-se imensa gente que depois do trabalho vai para o mar...(pausa) e acho que é isso”.

Os dados do estudo empírico revelam que Matosinhos apresenta como elementos negativos dois pontos principais que podem fornecer uma imagem menos atrativa do destino para a prática de *surf*.

A primeira é a qualidade ambiental das praias. Este ponto refere-se sobretudo à poluição das praias (areias) que prejudica a estética dos locais onde se pratica o *surf* (Figura 8.1). A esse respeito todos foram unânimes o que revela não só um ponto deveras negativo mas uma preocupação geral com as consequências desta situação para a imagem de Matosinhos e para o *surf* neste destino turístico. Em relação a este assunto E2 refere que “os turistas de *surf* têm bastante cultura, [...] não podemos apresentar uma praia com lixo [...] não é essa a imagem que penso que Matosinhos deve transmitir, de descuido dos seus locais e não é essa, de todo, a imagem que os turistas querem levar, sobretudo com estas características de exigentes, de quererem qualidade não somente de serviços, mas também de paisagem, do ambiente e daquilo que mais gostam que o lugar onde passam mais tempo, a praia e o mar



Figura 8.1: Aspeto da praia de Matosinhos com sujidade (esquerda) e equipamentos de recolha de lixo ineficaz (direita) ano setembro 2015

Fonte: Elaboração própria

Assim, para além de ter sido o mais referenciado, foi aquele que despertou um diálogo persistente e repetitivo ao longo da conversa, voltando este assunto em outras perguntas.

Importante notar que esta opinião é sobretudo reforçada no período não classificado como balnear, como refere a esse respeito E3 *“como no inverno as marés vêm muito cá em cima, trazem muito lixo e fica muito suja a praia [...]”*, E5 *“[...] acaba a época balnear e parece que se abandona isto tudo...olhe que é um erro, [...]”*, E6 *“[...] no inverno ainda existe pouca limpeza e é preciso ter atenção a isso, [...]”* e E8 *“[...] no inverno já nem podemos falar [...]”*. Contudo, uma vez que os turistas que têm curiosidade em relação ao surf vêm também em alturas fora dessa época, este fator revela-se particularmente importante pois a imagem de Matosinhos pode ficar afetada por este problema, como expõe E3 *“com o aumento dos turistas que vêm visitar o Porto, [...] eles vêm durante o ano. Acho que as praias mereciam manutenção nem que seja três a quatro vezes por mês, já era bom [...] e o pessoal mesmo no inverno vai para a praia e eu não estou só a falar nos surfistas mas nos locais e turistas que vêm apreciar o mar. As praias sujam com peixes mortos que depois ficam secos e vê-se as espinhas não é um bom cartão-de-visita”*, E4 *“[...] e não nos podemos esquecer que agora a praia e o mar é mais frequentada pelos surfistas que basta haver boas ondas que eles vêm cá praticar...e nota-se um aumento de turistas aqui no inverno, temos que manter uma imagem boa para eles”*, E5 *“[...] os turistas estão a vir fora também da época balnear...(pausa) eu tenho tido imensos e depois é uma vergonha olhar e ver que não estamos a tratar como devíamos este local”* e E6 *“[...] o turismo está a aumentar e cada vez mais existe procura em meses que não são da época balnear,[...]”*.

O segundo ponto mais salientado é a deficiência em infraestruturas próprias para a prática do surf (balneários, cacifos, limpa-pés, chuveiros) pois, como opina E2, *“[...] precisamos*

de investir mais em infraestruturas e criar condições nas praias que permitam, por exemplo, a quem pratique surf sair da água e passar por água. [...] A nível de infraestruturas para o surf, Matosinhos não apresenta um trabalho positivo”.

Neste ponto há a ressaltar que esta deficiência prejudica, segundo as opiniões dos inquiridos, também as escolas e os restaurantes e cafés da região. Este sentimento é bem patente nas respostas de E3 “[...] pois quem paga um bocado essa fatura são os cafés que as pessoas vão lá e não consomem [...]”, E2 “[...] se o turista não quiser ter aula depois não vem aqui gastar a água que nós pagamos, quer dizer, não tem lógica” e E5 “[...] não são as empresas que devem fornecer isso aos surfistas e turistas de surf que não pagam aulas, só que depois não queremos ser antipáticos e até deixamos, só que somos nós que pagamos isso...e depois ainda vêm os banhistas que também querem”. Por isso, é fundamental criar condições para que quem pratica a modalidade, turistas ou não, tenham uma experiência de qualidade, com conforto e reconheçam o destino como adequado para a prática de surf. Nesse sentido, E2 resume em poucas frases esta necessidade ao referir “*isso é muito importante, disponibilizar água e locais apropriados. No fundo isso também dá qualidade à vivência do surfista num local e isso é fundamental se queremos investir em Matosinhos como um destino turístico de surf de qualidade. A Câmara deve investir nessas infraestruturas para os turistas de surf em geral, dar-lhes condições para que se sintam bem, dar um lugar para se despirem e vestirem sem ser junto a um carro, ou num parque à chuva, [...]”.*

A qualidade da água é outro ponto salientado uma vez que esta é, segundo E1, “[...] também um ponto fraco [...]”. Porém, existe também a noção que este item tem vindo a melhorar ao longo dos anos, como fazem referência E2 “[...] mas está bem melhor que antigamente que houve, penso que um ano interdita mesmo”, E5 “[...] tem vindo a melhorar, nomeadamente a qualidade da água que neste momento está bastante razoável, numa praia que até há pouco tempo tinha qualidade duvidosa da água [...]”, E6 “a qualidade da água tem vindo a melhorar [...]” e E8 “a qualidade da água aqui está muito mas muito melhor, [...] tem vindo a melhorar de ano para ano. As condições não têm nada a ver com que eram antigamente”. Contudo, essa evolução positiva é mais sentida nas praias de Leça do que em Matosinhos, como argumenta E2 “*noutros locais de Matosinhos, por exemplo, no Aterro, a água já apresenta uma boa qualidade, o que é deveras positivo*”, E3 “*qualidade da água em Leça está bem [...]*”, E6 “*tem vindo a melhorar mais para os lados de Leça [...]*”.

Outro ponto referenciado, mas sem grande relevância para os entrevistados, uma vez que é um fator que não se pode alterar, é a temperatura da água. De facto, a temperatura da água, é um dos motivos de atração de um destino turístico. Apesar de esta ser fria, como revela E1 “[...] no geral a temperatura da água em Portugal é fria por isso também é um ponto fraco” ela não é encarada como um motivo limitador para captar turistas que querem *surf*. Tal facto é referenciado por E8 “*temperatura da água, para os turistas é bom para nós nem tanto mas eles não se queixam e até acham que está boa, [...]*” e poderá advir da origem dos turistas que vêm *surf* em Matosinhos, que provêm de países sobretudo da Europa do Norte (o perfil dos turistas será posteriormente detalhado).

O clima do norte é ainda considerado outro ponto fraco que conduz à sazonalidade na região, como revela E6 “*nos pontos maus pode-se referir a instabilidade do clima aqui do norte, [...]*”. Outro ponto salientado como negativo é a sobrelocação. Este ponto vai ser mais detalhado posteriormente mas sendo uma característica considerada pelos entrevistados como negativo é fundamental aqui fazer uma referência pois, tal como menciona E1, “*tem muitos praticantes em determinadas alturas, sobretudo no verão quando vêm turistas e não deixa de ser um ponto fraco*”.

Por fim a consistência das ondas é outra característica negativa de Matosinhos considerada pelos entrevistados: “[...] a nossa praia aqui e toda a da costa desde Aveiro até Viana é tudo areia e então os fundos estão constantemente em mudanças, sobretudo com as tempestades e isso interfere com a consistência das ondas que não é tão constante” (E2). O anexo XIX faz uma síntese dos pontos fortes e fracos do destino turístico de *surf* de Matosinhos, bem como quantifica o número de entrevistados que referem estes *itens*.

8.2.2.3 Spots ideais para *surf* em Matosinhos

A informação recolhida das entrevistas e dos dados *in loco*, através de registo fotográfico, bem como de documentos oficiais revelam que são quatro as praias ideais para *surf*. No anexo XX está sintetizado as praias bem como as características principais, aqui será realizado uma breve descrição.

A praia do Aterro com tipologia tipo III (praia equipada com uso condicionado), Mendes, (2007), tem bandeira azul e bandeira de qualidade de ouro. É uma praia extensa, com cerca de 550 metros de areal, com uma área útil de praia 21.200 m², (Mendes, 2007) e considerada

ideal para a prática de *surf*, *bodyboard* e *windsurf*. Apresenta uma envolvente de vegetação natural que circunda todo o areal, o que a torna num local único (Figura 8.2).

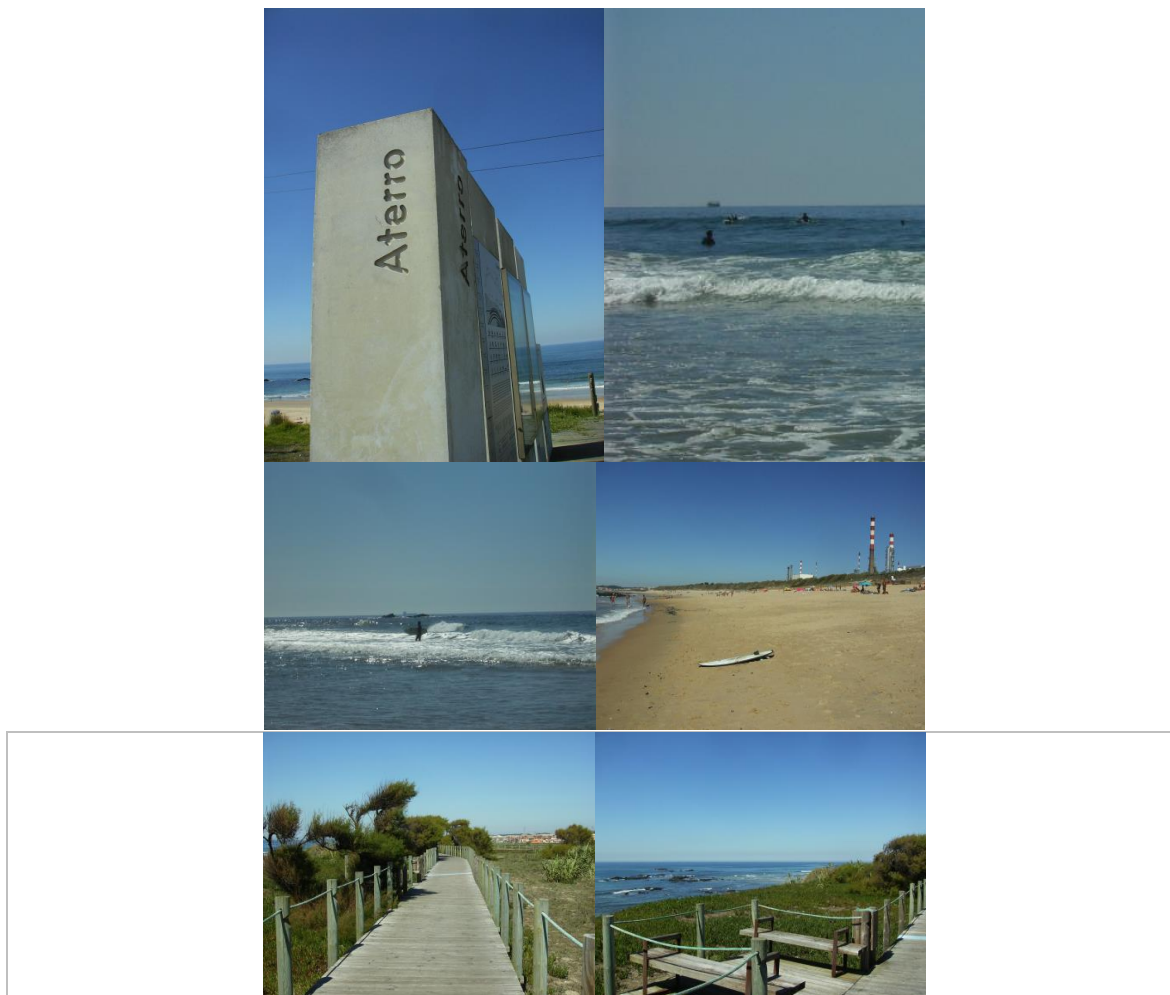


Figura 8.2: Praia do Aterro
Fonte: Elaboração própria

A praia de Leça também apresenta um extenso areal (1110 metros) e tal como a praia do Aterro tem bandeira azul e bandeira de qualidade de ouro. É considerada ideal para a prática de alguns desportos como o *surf* e *bodyboard* ou *windsurf* (Figura 8.3).

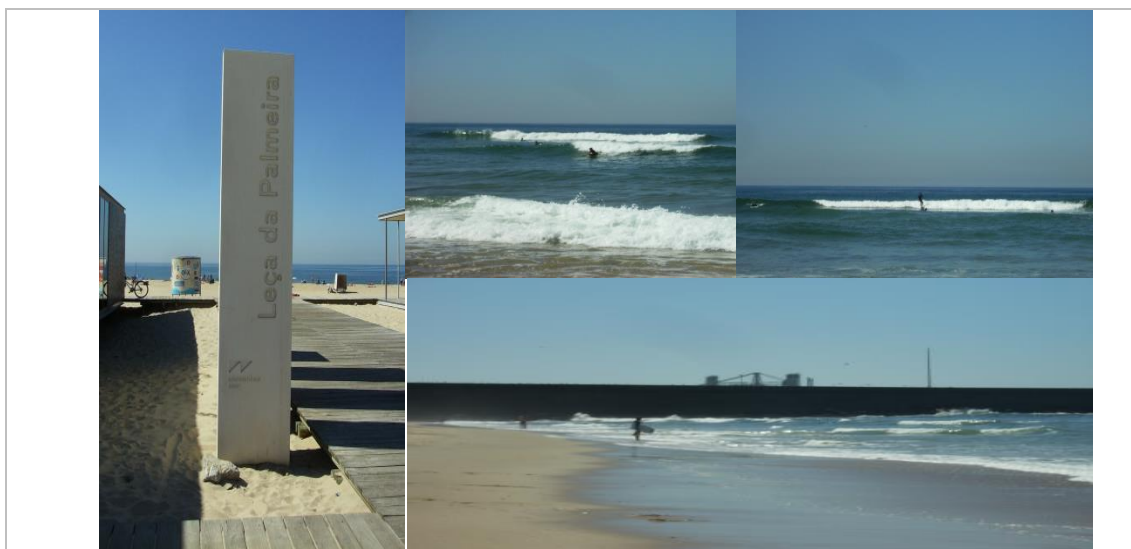


Figura 8.3: Praia de Leça da Palmeira
 Fonte: Elaboração própria

As praias do Aterro e Leça têm a particularidade de o estado do mar ser normalmente agitado, como refere E7 “[...] *um mar mais desafiante*”, o que leva a serem consideradas praias mais adequadas a *surfistas* com alguma experiência, visto que “[...] *são praias com ondas para surfistas mais experientes pois são ondas que temos que ter um maior respeito*” (E8).

Assim, ambas são vistas como praias mais desafiantes e estimulantes para os *surfistas* já com alguma experiência pelas condições que apresentam. Como sintetiza E7, “*Aterro, Leça da Palmeira são melhores pois têm melhor ondulação, [...]*”. Como refere o representante da entidade pública, “[...] *eu conheço já atletas internacionais que vieram surfar [...] foram a Leça [...] e disseram que era muito puxado, são as correntes, são as características do fundo, são as ondas e eles foram contentíssimos embora*”.

A praia de Matosinhos faz contacto com a praia internacional do Porto, sendo a primeira praia de Matosinhos quem vem de sul para norte do concelho. Muitas das vezes quando se refere esta praia inclui-se também a praia do Porto – praia internacional – e mais três praias do concelho nomeadamente, como refere E1 “[...] *toda esta praia de Matosinhos que tem três praias...(pausa) a praia Internacional, São Salvador...aliás tem quatro...a praia Internacional, São Salvador, Passeio Atlântico que é esta onde estamos e a praia do Titã-mais para iniciados*”. É uma praia com uma extensa marginal e muito utilizada pelos

amantes do desporto náutico como o *surf*, *windsurf*, *bodyboard*, *Sup Paddle* vela (Figura 8.4).



Figura 8.4: *Surf*, *Sup Paddle* e vela e na praia de Matosinhos
Fonte: Elaboração própria

O facto de a maioria das escolas estarem situadas ou na praia de Matosinhos ou perto desta praia tem uma razão de ser pois esta é caracterizada por ter um mar sereno, como menciona E4 “o mar de Matosinhos super calminho dá para aprender em segurança [...]” e detalha E7 “sabe que o esporão foi aumentado já há muitos anos e isso alterou, e as ondas ficaram mais pequenas [...]”. É assim uma praia própria para ensino, pois permite aprender em segurança as primeiras manobras e, por isso, onde se encontra a maior parte das escolas de *surf* do concelho sendo que quatro dessas escolas se encontram na própria praia (Figura 8.5).



Figura 8.5: Escolas e ensino de *surf* em Matosinhos

Fonte: Elaboração própria

Encontra-se localizada numa zona fortemente urbanizada, sendo muito procurada no verão, apresentando-se sobrelotada sobretudo na época balnear uma vez que os acessos de metro e rodoviários permitem rapidamente chegar a esta praia. Tem estacionamento difícil no verão e apresenta ainda instalações sanitárias (uma infraestrutura) com balneários que são explorados por um concessionário.

Apesar de existirem infraestruturas nesta praia, elas são consideradas insuficientes assim como as infraestruturas necessárias para o *surf*, como refere E5 “[...] a praia de Matosinhos tem melhores condições para a prática de *surf* e tem menos condições de infraestruturas que outras”(assunto detalhado posteriormente).

A praia de Júlio Marinho (fica na linha do Cabo do Mundo), classificada, segundo Mendes (2007), como tipo III (praia equipada com uso condicionado), apresenta uma área útil de 17.400 m², com qualidade de ouro e bandeira azul. Tem um areal de 560 metros e a particularidade de ter uma fronteira rochosa entre o areal e o mar, o que lhe confere uma beleza única (Figura 8.6).



Figura 8.6: Fronteira rochosa entre o areal e o mar
 Fonte: Elaboração própria

É ainda uma praia considerada com boas condições de infraestruturas (e.g. lava-pés e chuveiros) para a prática de *surf* (Figura 8.7), como refere E5 “[...] *tem melhores condições que esta praia (Matosinhos), tem chuveiros, acesso a deficientes tem tudo e mais alguma coisa, [...]*”.



Figura 8.7: Infraestruturas da praia de Júlio Marinho
 Fonte: Elaboração própria

Excelente para a prática de *surf*, *bodyboard* e *windsurf*, mas como apresenta um estado do mar normalmente agitado e tem fundo de rochas (Figura 8.8), é mais utilizada por *surfistas* já com alguma experiência (intermédios e avançados), pois, como refere E4, esta praia tem ondas “[...] *mais exigentes e desafiantes [...]*”, sendo portanto considerada uma praia de *surf* “[...] *mais para intermédios e avançados*” (E3). Como resume E8,

“[...] só para surfistas experientes, pois tem que se ter um nível de surf já bem razoável e teres muita segurança naquilo que estás a fazer pois cair em areia não é o mesmo que cair em rocha. É uma onda muito boa, uma praia muito boa para surfistas experientes, ok?”.



Figura 8.8: Fundo de rochas e *surfistas* na praia de Júlio Marinho (Cabo do Mundo)
Fonte: Elaboração própria

Neste seguimento, não é considerada uma praia de ensino de *surf* pois, como refere E8, *“Não se consegue dar lá aulas, só se for mesmo pessoas que já sabem surfar, que já estão contigo há algum tempo, não propriamente o turista pelo menos não o turista de surf inexperiente”*. Apesar disso é considerada uma excelente praia para apanhar boas ondas pelos *surfistas* mais experientes e tem a característica de ter uma boa direita, como menciona E5 *“[...] aquilo dá lá uma direitinha fantástica, [...] apanha-se lá boas ondas [...]”*.

8.2.2.4 Matosinhos: características diferenciadoras

Para além de identificar os pontos fortes e fracos de Matosinhos como destino turístico, é fundamental perceber se há e quais são as características que diferenciam Matosinhos dos restantes destinos turísticos. Um destino turístico para ser sustentável tem necessidade de

apostar nas suas características diferenciadoras, ou seja, nas suas características únicas que permitam dar a reconhecer a autenticidade do território (Albuquerque & Martins, 2007; Costa, 2001).

A compilação dos dados relativamente a este assunto revelam que Matosinhos deve apostar numa marca voltada para o ensino de *surf*, uma vez que o seu mar permite em segurança ensinar a modalidade, como refere E5 “*não sei se tem a noção disso mas Matosinhos tem o melhor spot para aprender a fazer surf na Europa*”. O destino de ensino de *surf* Matosinhos pode ainda enriquecer a sua imagem ao referenciar que pode ser realizada durante todo o ano e durante todo o dia independentemente da maré: “*não é qualquer lugar que tem o mar como ginásio como é o caso da praia de Matosinhos, pode-se surfar muitas horas, nem sempre acontece isso nos outros locais, há épocas especiais de grandes ondas, por exemplo ou dependem das marés, dos ventos*” (E1).

Há ainda a acrescentar que este destino pode ainda apostar na particularidade de ter um leque variado de ondas num curto espaço de território, o que permite, a quem pratica a modalidade, enriquecer a sua prática pois pode ter vários tipos de experiências ao *surf*ar diferentes tipos de ondas, como expõe E1, “*Matosinhos [...] permite aprender ou que se preferem praias mais desafiantes podem ir a Leça, isso é uma mais-valia [...]. Matosinhos tem um leque grande de escolha, se alguém quiser aprender temos o mar mais calmo de Matosinhos, se vier com alguém que já saiba, a dois ou três km temos Leça e o Aterro, mais vocacionadas para os alunos intermédios. A calma do mar de Matosinhos e a força do mar na parte de Leça é único, dá para tudo*”. Apesar de se ter identificado características ímpares no turismo de *surf* em Matosinhos, é fundamental ainda identificar quais os destinos que podem competir direta ou indiretamente com o território em estudo. Para conseguir identificar esses destinos foram recolhidas informações dos entrevistados e compilados seguidamente.

8.2.2.5 Destinos em Portugal concorrentes

As principais conclusões retiradas das entrevistas foi que os destinos turísticos de *surf* em Portugal, sobretudo os mais próximos, são tão diferentes e com características distintas de Matosinhos que não são considerados como concorrentes, nem vêm isso como relevante. Mantêm mais uma estratégia de utilizar outros destinos próximos como forma de enriquecer a experiência turística de quem os procura para praticar/aprender a modalidade, e por isso, não se vêm como competidores entre si:

E2 “Pode-se dizer que compete um pouco mas não é relevante [...]. Mesmo a cultura do *surf* é diferente”;

E4 “Espinho tem ondas grandes que para aprender não é tão bom por isso, como concorrente de Matosinhos não o é, [...] normalmente não se vê estes locais próximos como concorrentes mas sim como locais que permite diversificar o tipo de ondas e se aqui não há, noutros locais há, portanto é mais no sentido de enriquecer as oportunidades de *surf* e não de limitar”;

E5 “[...] não como concorrentes diretos pois são muito diferentes [...]”;

E6 “Não é bem concorrentes, [...] num contexto geral somos diferentes” [...] nós não damos muita importância a isso, pois realmente não sentimos como concorrentes. Por exemplo, quando aqui não está muito boa as ondas pegamos em todos e vamos até Espinho, e aqui podia ser um local concorrente mais pela sua proximidade do que tudo o resto mas não se vê como tal, é mais um local para surfar”.

Se pensarmos em Portugal no global, os destinos referenciados como principais concorrentes por ordem decrescente são Peniche, Nazaré, Lisboa/Carcavelos, Costa Vicentina, Ericeira, Arrifana e Sagres, como descrito no anexo XXI. São encarados apenas como destinos que podem ter mais procura pelos turistas por serem conhecidos e que por isso, podem desviar as pesquisas de Matosinhos para esses locais, como expõe E6, “[...] *se virmos sobre um prisma de procura na net [...], pois no fundo as pessoas procuram o que sabem [...]*”. Como sumariza E6 relativamente aos destinos turísticos de *surf* em Portugal, “[...] *há muitos mesmos, mas é tranquilo*”.

8.2.3 Perfil dos turistas

Após a identificação dos pontos fortes/fracos do destino turístico de Matosinhos quer no geral quer especificamente ligado ao *surf* é essencial também aprofundar quem são os turistas que procuram a modalidade de *surf* em Matosinhos dado que conhecer este nicho de mercado é essencial para a definição das estratégias de desenvolvimento do produto.

Segundo os dados recolhidos nesta fase e que posteriormente serão detalhados na fase III, os surfistas que visitam Matosinhos são sobretudo *soft surf tourists* (turistas de *surf* que viajam com o objetivo de surfar embora não seja essa a principal motivação para viajarem) e os *incidental surf tourists* (turistas que têm pouco ou nenhum conhecimento prévio de *surf*, mas enquanto visitam um local tomam a decisão espontânea para participar a atividade). Como refere a esse respeito E2 “*não são profissionais mas sim curiosos à espera de umas boas horas de lazer*”; E6 “*há imensos turistas que têm curiosidade, querem aprender, não vem cá tanto os surfistas profissionais mas os curiosos, aqueles que querem ter uma boa experiência ligada ao mar, que querem passar um bom momento, [...]*”; e E8 “*os turistas*

que vêm aqui são maior parte turistas inexperientes no surf, são iniciantes na modalidade, curiosos que querem aprender e passar um bom momento de lazer”. E1 refere ainda que “[...] a iniciação é o grosso dos surfistas deste mundo pois não os profissionais que estão em maior número, não são os experientes mas os iniciados que existem mais”. Esta opinião é também partilhada pela Câmara Municipal, “[...] porque contrariamente ao que as pessoas julgam a maior parte dos turistas não querem fazer surf, o que os turistas querem é tirar uma fotografia em cima de uma prancha de surf em pé e isso não é fazer surf [...] mas é isso que eles querem levar, ter um batismo do mar e conseguirem eh hh (pausa) estar em pé na prancha”.

A nível de nacionalidade apesar de todos concordarem que existe uma panóplia de nacionalidades, aquelas que se destacam são as europeias, sobretudo do norte e leste, como revela a título de exemplo E1 “[...] são maioritariamente europeus [...]”; E5 “[...] muitos do leste mesmo, [...]” e E8 “[...] mas sem dúvida que a maioria é do norte, das zonas mais frias da Europa, ali a Alemanha, a Holanda”.

Sumarizando os dados, pode observar -se que cinco dos entrevistados fazem referência específica à Europa como a parcela maior de turistas que visitam Matosinhos para praticarem *surf* e, detalhando mais profundamente ao nível dos países, pode verificar-se na Figura 8.9, as nacionalidades mais frequentes.

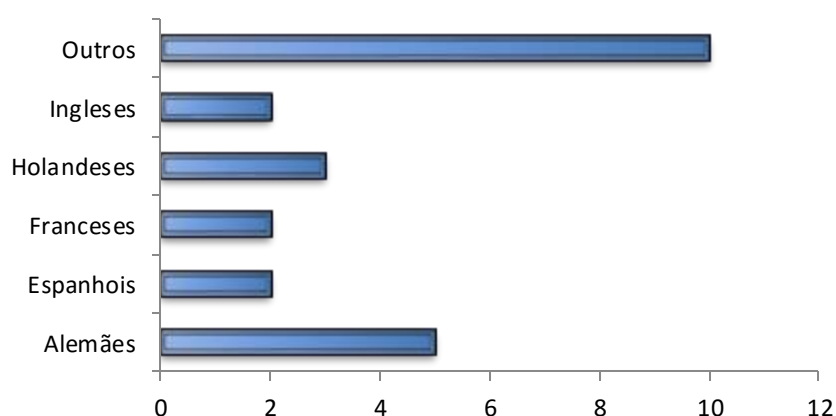


Figura 8.9: Nacionalidades dos turistas de *surf* em Matosinhos

Fonte: Elaboração própria

Os dados da figura 8.10 revelam que, apesar de haver uma maior parcela de europeus, a diversidade de nacionalidades é uma característica deste tipo de turismo em Matosinhos. Isto mesmo é exposto por E6 “[...] mas tem sido muito diversificado [...], o que se sente é que

isto está a ser muito diversificado mesmo, [...]”. Esta ideia é reforçada pela Figura 8.10 que demonstra um quadro de uma das escolas onde estão afixados os vários países de onde provêm os turistas que frequentam a escola.



Figura 8.10: País de origem dos turistas de *surf* que frequentaram uma das escolas
Fonte: Elaboração própria

Pode ainda referir-se que os turistas nacionais não são os que mais visitam o local em estudo para praticar *surf*, como referem E2, *“a nível de portugueses não temos muitos pelo motivo, de como já referi, de preferirem ir à descoberta de outros locais menos utilizados por surfistas estrangeiros”*; E3 *“não, portugueses turistas de surf, não muito, aliás acho que não mesmo”*; E4 *“[...] os turistas portugueses [...] não são de todos os principais turistas aqui”*; e E5 *“os nacionais não temos, normalmente não vêm cá”*.

A nível de idades apesar de existir dois entrevistados que mencionam ser muito diversificado, como expõe E1 *“Ui... (silêncios) isso é muito diversificado, vai desde os 6 anos aos 60”* e E5 *“é muito variado, desde os 7 aos 70 anos, às vezes vêm famílias aprender, pais e filhos, é muito engraçado”*. A maioria menciona uma faixa mais limitada, entre os 20 e 40 anos são mais entre os 18 e os 45 anos como menciona, a título de exemplo, E4 *“jovens desde os 20 até aos 40 e E8 “[...]e rondam, a média de idade entre os 20 a 35 anos”*.

Quase todos, há exceção de E4 que defende que *“há de tudo pois as namoradas vêm e normalmente também querem sentir a sensação mas ainda a balança pesa para eles”*, são unânimes relativamente à equidade dos géneros, como observam E1 *“[...] tanto é do sexo feminino com masculino [...]”*, E3 *“[...] em relação ao sexo 50-50 mesmo, muito grupo de amigas que viajam juntas para aqui, [...]”*, E6 *“rapazes e raparigas mesmo, pode-se até dizer*

50-50, elas vêm em grupo para os surfcamps e tem tido bastante adesão por parte delas também” e E8 “[...] em relação a homens e mulheres é igual, não noto grandes diferenças”. A nível de formação académica e a nível de capacidade económica, todos são da opinião que têm um nível elevado como se pode observar, a título de exemplo, pela opinião de E2 “são pessoas com nível cultural, vê-se que não têm preocupação a nível de dinheiro com capacidade de compra”.

8.2.4 O turismo de *surf* como motor do desenvolvimento sustentável de Matosinhos

- **Pilar ambiental**

- a) Nível de conhecimento e de adesão a práticas de sustentabilidade (políticas ambientais-instrumentos voluntários: certificações, rótulos ecológicos) e comportamento ambiental

As informações recolhidas no geral revelam que, e apesar de serem da opinião que a proteção ambiental é uma necessidade e um dos valores interiores defendidos, a nível de conhecimento e de adesão a práticas de sustentabilidade os entrevistados têm um défice de atuação e conhecimento (Anexo XXII). Ao nível do conhecimento da *Agenda 21 para o Sector das Viagens e do Turismo*, os dados demonstram que nenhum tinha informação sobre o documento. Sendo este considerado um guia fundamental do sector privado para a implementação de práticas de sustentabilidade (Moniz, 2006) não deixa de ser importante questionar estes dados. Por isso, e na medida em que o que se pretende é ter um produto turístico de *surf* sustentável, nesse objetivo deverá estar incluído atividades económicas que integrem na sua prática essa própria sustentabilidade.

Prosseguindo esta análise os dados demonstram que existe também uma baixa preocupação no que concerne à avaliação dos impactes da atividade no ambiente e no desenvolvimento local uma vez que apenas dois dos entrevistados realizaram essa avaliação. Na mesma linha de pensamento somente dois revelam que têm um programa ambiental bem definido. Relativamente à política de turismo sustentável nenhum refere possuir. É assim fundamental investir mais neste tipo de ferramentas em prol de um produto turístico de *surf* mas sustentável visto que, a nível de políticas de turismo sustentável elas são fundamentais como

mencionado no tópico 3.8. Tais resultados podem significar assim que o grau de consciencialização do impacte das suas atividades, ainda não está bem percecionado e que deve ser feito um esforço no sentido de uma maior pró-atividade na proteção não somente da praia mas de toda a envolvência ambiental e social onde estão inseridos. Na mesma linha de pensamento esta atitude é observada a nível de reciclagem, pois metade dos indivíduos não realizam esta prática, o que demonstra que, e uma vez que o concelho de Matosinhos tem uma política de reciclagem bem organizada, como revelado por E8, *“temos aqui perto o ponto verde, não seria muito ético não o fazer”*, ainda uma pouca sensibilização dos impactes que esta atitude tem face ao ambiente. No entanto, e em sentido contrário, existem práticas onde o total de respostas foi afirmativo, designadamente a implementação de medidas para reduzir o consumo de energia e o estimular a mobilidade sustentável (e.g. informação sobre o metro/autocarro aos turistas). De igual forma à exceção de um (E4), todos os restantes afirmaram utilizar reguladores para reduzir o consumo de água (nas torneiras, nos autoclismos, etc.) usando as torneiras temporizadoras (E1, E3, E6), garrafas no autoclismo (E2, E5), uso de pistola de água que permite um controlo e economia da água (E7) ou a utilização da água de lavar os equipamentos para outros fins (E8). Também a nível de reutilização, os dados revelam que a grande maioria dos entrevistados tem essa preocupação reutilizando materiais de várias formas, como verbalizam E4 *“Reutilizamos o material a nível de arte”* ou E5 *“reutilizamos fatos, por exemplo e fazemos reciclagem e recuperação de pranchas, pedimos a artistas e eles recuperam-nas e ficam mais bonitas ainda”*.

A sensibilização também é um dos elementos que consideram importante pois apenas duas empresas não sensibilizam os turistas de *surf*, colaboradores e alunos para a poupança de água e de energia. Sendo a sensibilização e educação ambiental fundamental para um turismo sustentável, seguidamente vai ser pesquisado o contributo que estes entrevistados têm dado relativamente a este assunto.

A nível de ferramentas políticas as ONGA entrevistadas defendem que é muito importante haver essas ferramentas pois como sintetiza a ONGA1 *“a sustentabilidade da atividade turística envolve a implementação de programas de certificação que respondem a inúmeras exigências ambientais, sendo que uma delas é a proteção das zonas costeiras. Penso que em Matosinhos as escolas de surf devem cada vez mais estar voltadas para esta questão da certificação ambiental e da proteção das zonas costeiras”*. A ONGA2 tem a mesma opinião

pois menciona que *“é sempre bom haver ferramentas de gestão ambiental pois permite orientar as empresas no caminho da sustentabilidade”*. São várias as ferramentas sugeridas por estas entidades, por exemplo, o código de conduta adaptado à modalidade e à atividade turística e a implementação de programas de certificação e indicadores do desenvolvimento sustentável, como ilustra a ONGA2 *“[...] implementação do manual das boas práticas, por exemplo, mais adaptado à realidade do surf e do turismo de surf”* e a ONGA1 *“[...] implementação de programas de certificação que respondem a inúmeras exigências ambientais, sendo que uma delas é a proteção das zonas costeiras [...] e indicadores do desenvolvimento sustentável”*. Apesar desta panóplia de ferramentas que permitem às empresas terem um papel ativo em prol de um turismo de surf mais sustentável, o uso destas ferramentas a nível empresarial não é ainda uma realidade visível na maioria das empresas estudadas (E2, E3, E4, E5, E6, E7), como refere E6 *“[...] aqui não. Não nos dedicamos a explorar o assunto pois tínhamos tantas outras coisas para realizar, talvez um dia a gente se sente e pense nessas certificações”*. É ainda relevante constatar que para uma das empresas tais ferramentas não apresentam interesse particular, como refere E4 *“não sei também como fazer, qual o interesse [...]”*. As restantes empresas (E1, E8) possuem guias de boas práticas que possibilitam uma gestão mais eficiente. Também aqui a instituição do estado, apesar de estar em termos gerais a trabalhar de uma forma coerente para ser reconhecido como um destino de qualidade a nível de praias através do rótulo ecológico – Bandeira Azul (Fundação para a Educação Ambiental na Europa), tem um afastamento em relação a essas ferramentas políticas, uma vez que não há uma estratégia de orientação para incentivar os empresários para as integrar na sua atividade: *“ainda não [...] não deve ser a Câmara a fazer tudo, a Câmara deve ser parceira dos privados [...] repare nós não fazemos diretamente, claro que as empresas até se pudessem ser certificadas nesta matéria, tínhamos todos a ganhar...(pausa) tem que ser a própria empresa a ...(pausa) a câmara pode servir como chapéu, como entidade agregadora de vontades. A Câmara de uma forma autónoma e independente avançar nesse sentido, tenho muitas dúvidas que deva ser o caminho [...] é a iniciativa privada que deve garantir dentro da própria empresa essas condições. [...] Claro que nós poderíamos ter uma chancela de qualidade como eu lhe falava há bocado das escolas e isso pode ser um dos fatores...(pausa) mas acho que no meio de todo o trabalho que estamos a fazer não sei se será o mais prioritário. [...] Esse poderia ser um projeto mas não me parece que seja um dos mais prioritários sinceramente”*.

b) Educação ambiental

À exceção de E6, que menciona “[...] não temos esse hábito...ahh não, não”, todos revelam preocupação em educar os clientes para a sensibilização ambiental, como referem, a título de exemplo, E8 “*Sim, como lhe referi fazemos isso e incutimos nos nossos colaboradores para incutir isso aos alunos [...] é muito importante passar essa consciência ambiental para quem está a iniciar quer seja alunos ou turistas*”; E1 “*Sim, nos campos de férias [...] incutimos nos nossos alunos crianças ou adultos a preservação do espaço natural porque no fundo é a nossa sala de aula*”; ou E5 “[...] damos muita importância a isso [...]”. Porém, e apesar de entenderem a importância da educação ambiental, para alguns entrevistados não existe uma política de educação ambiental formalmente explícita: “[...] mas não tenho um programa em concreto” (E3), “[...] quando calha [...] sempre numa perspectiva informal e casual” (E4), “[...] os alunos têm que perceber a importância de manter as praias limpas e eu tento fazer isso com o meu exemplo, limpando uma parte da praia” (E7). Formalmente existem apenas três empresas que têm um programa de educação ambiental bem definido e organizado, nomeadamente E5 “*temos o programa surfeduc@ que tem uma parte de educação ambiental, como tratar a praia, fazer reciclagem, não deitar lixo para o chão, para a água, [...]*”; E1 “*damos uma palestra no início sobre oceanografia e aí falamos da necessidade de respeitar o local e proteger o mar*”; e E8 “[...] sempre que temos uma aula de surf à vinda para cima tentamos recolher pelo menos um pedaço de lixo [...] é uma regra interessante e eles estão sensíveis pois é o meio ambiente de onde eles estão inserido e tiram prazer disso”.

c) Participação ativa na proteção e recuperação ambiental

Os dados revelam que, à exceção de E3 “[...] aqui ainda não [...] limpeza da praia fiz sempre na Aguçadora todos os anos desde de 2004, [...]” todas as empresas já participaram na limpeza e recuperação ambiental das praias do concelho como expõe E1 “*fizemos acima de tudo limpeza de praias com os alunos e eventualmente algum turista que esteja por aqui e transmitimos todas as mensagem ligadas à proteção do ambiente porque é algo que está associado ao surf*”, E2 “[...] as escolas e a associação nacional de surf às vezes reúnem-se para limpar as praias. No dia internacional de surf também fazemos eventos desse nível, [...]” ou E4 “*sim, limpeza de praia em parceria com a Surfrider Foundation, divulguei pelos*

contactos e apareceu bastante gente, surfistas e curiosos do surf e apreciadores da natureza e locais também”.

Existe outras iniciativas das próprias escolas em relação à proteção destes locais que permite ir ao encontro da ideia de que estas empresas turísticas ligadas ao *surf* procuram proteger, preservar e recuperar as zonas costeiras nomeadamente:

E2 “[...] uma associação que queria recolher água para análise de qualidade, não me lembro do nome deles, e nós ajudamos nessa recolha”;
E7 “[...] com alunos, temos por hábito denunciar os problemas ambientais que ocorrem nas praias do concelho [...] por exemplo há uns anos atrás no Aterro junto à ribeira do lado sul, perto do clube da Aldeia Nova havia uma espécie de petróleo na areia e eu fui lá tirar fotos e enviei para o ministério do Ambiente e na altura eles responderam-me. Olhe e aqui na praia de Matosinhos uma fossa do bar arreventou e nós participamos na exposição do caso”.

d) Infraestruturas antrópicas

É relevante verificar se existe algum impacto presente ou futuro de infraestruturas antrópicas que podem condicionar a atividade económica ligada *surf* (Martin & Assenov, 2014). Os empresários revelam que um dos motivos porque a praia de Matosinhos é ideal para o ensino é o facto de ter uma obra de engenharia que torna o mar mais sereno nesta praia: “[...] esta (praia de Matosinhos) é uma das melhores praias para iniciação a nível nacional [...] isto muito por causa do Porto de Leixões que protege até meio da praia (faz gesto a separar o mar a meio) e depois começa a ficar já mais aberto e as ondas começam a ter outro grau de dificuldade, [...]. Estou a falar da qualidade da praia como ensino onde temos o porto de Leixões a abrigar, [...]” (E8) e “sabe que o esporão foi aumentado já há muitos anos e isso alterou, e as ondas ficaram mais pequenas[...]” (E7). Contudo, apesar de esta estrutura antrópica ter permitido tornar Matosinhos um destino ideal para ensino, existe a preocupação que um novo aumento da infraestrutura possa condicionar ou até mesmo tornar insustentável o *surf* nesta zona: “[...] agora espero que a Câmara e a APDL, não se lembrem mesmo de fazer aquele aumento do paredão, já temos uma praia serena em meses como, por exemplo, o Agosto, se aumentam aquilo... pois fechamos, o *surf* aqui na praia acaba, isto nem me cabe na cabeça pensarem uma coisa dessas, é a morte mesmo” (E5). Este assunto foi abordado durante a entrevista à Câmara Municipal, que revela que “isso é um boato que há... (pausa) eu sei que as escolas estão todas preocupadas com isso mas ... (pausa) espero se isso um dia se puser em cima da mesa que a indústria do *surf* em Matosinhos tenha uma voz suficientemente ativa para impedir que isso possa acontecer...(pausa) porque...(pausa)

acho que se fosse há dez anos ninguém questionava, se o surf continuar a crescer como está a crescer e se solidificar como um produto turístico com peso económico cada vez vai ser mais difícil alguém pensar em estragar as condições naturais”.

e) Sobrelotação

Relativamente a Matosinhos, todos os entrevistados consideram que nos meses de maior fluxo de turistas e de *surfistas* locais existe uma sobreexploração do recurso natural – praia e mar. Esta situação ocorre essencialmente pelo facto de estarmos perante uma praia urbana, sermos um país com sazonalidade, os corredores não estarem bem delimitados (Figura 8.11), haver uma política de baixo preço e poucos *spots* em Matosinhos para *surf*ar.

E1“Sim, é (sazonal). Pois é inevitável numa praia de *surf* num ambiente urbano haver sobrelotação [...]”;

E2“Na altura de verão, sim mas não há nada a fazer [...] como temos sazonalidade é inevitável depois concentrar mais nos meses de verão”;

E3“Sim, no verão”;

E4“Sim é, mas para te ser honesta é um mal necessário”;

E5“Sim, aqui então na praia de Matosinhos...Eu até digo a eles que para uma próxima não venham em Agosto pois está muito cheio, aqui como tem metro toda a gente vem para cá, como não há para Leça ou Aterro concentra-se tudo aqui...se bem que lá também no Verão é muito cheio, acho que como somos um país com sazonalidade é inevitável isso [...]”;

E6“Sim é, obviamente na altura do verão e é agravado porque os corredores não estão bem distribuídos e a sinalização é péssima [...]”;

E7“Concordo e é o que eu disse há bocado, Matosinhos não tem muitos espaços que se possa praticar *surf* [...] e é agravado porque o ensino está muito barato, o que é bom para alguns mas há um preço a pagar, aumenta a quantidade mas perde-se em qualidade. Para mim deve-se atuar no segundo ponto [...]”;

E8“Sim, [...] o mês mais complicado é Julho, demasiada gente para isto.”



Figura 8.11: Corredores assinalados para a prática de *surf*

Fonte: Elaboração própria

É importante ainda, das opiniões transmitidas, retirar a informação que para alguns empresários essa sobrelotação é inevitável pois há um conflito entre desenvolver o turismo

de *surf* em Matosinhos e preservar os limites da capacidade recreativa de um lugar. Como referem em relação a esse assunto E2 “*se queremos mais turistas isso implica mais gente na água, isso faz parte de diversos países em que isso acontece, [...]*”, E3 “*eu contra mim falo, as escolas de surf, são as culpadas deste excesso mas também são as culpadas de trazer gente para cá e desenvolver o local...isto tem que ser sempre balanceado*”, E4 “*se queremos ter turistas ligados ao surf eles vêm sobretudo no verão e obviamente isso condiciona o uso do mar porque está mais gente mas se não houver isso, é mau sinal*” ou E6 “[...] *pois se queremos aumentar o número, isso ainda vai agravar[...]*”. Esta opinião é apoiada pelo depoimento da Câmara que opina que “[...] *a altura de tentar agarrar todos os clientes e de qualquer forma acho que já não faz muito sentido [...] devem trabalhar noutra patamar...no da qualidade, na excelência de serviço, [...]*”.

Esta sobrelocação tem já provocado conflitos (Figura 8.12), sobretudo entre a população e os *surfistas*, mas há também a salientar a informação revelada por E8, onde a insatisfação por essa sobrelocação do recurso natural ser sentida também por *surfistas*: “[...] *demasiada gente [...] os turistas referem isso, [...]*”. As informações recolhidas relatam que existem conflitos, como referem E3, “*como as pessoas não têm sensibilidade às vezes temos conflitos, como já disse, e isso gera mal-estar*”, E6 “[...] *leva a conflitos pois não se distingue a área balnear da área dos surfistas e depois isso causa conflitos porque muitas vezes os banhistas vêm para o nosso lado e depois não compreendem que pagamos para lá estar e vêm sempre com direitos e é difícil gerir isso*” ou E8 “*isto causa conflitos pois dizes a um a outro, nem sempre eles compreendem e depois mesmo que compreendam vêm outros e outros*”.



Figura 8.12: Banhistas a ocupar os espaços delimitados para os surfistas
Fonte: Elaboração própria

Para contornar os problemas já evidentes que este problema causa em Matosinhos é preciso, segundo os entrevistados, apostar na educação e sensibilização da população local, repensar nos horários e realizar o *surf* nas horas menos utilizadas pelos outros frequentadores da praia e apostar na delimitação dos espaços:

E1 “Acima de tudo é preciso cultura e ética no *surf*, saber estar e respeitar e as escolas têm um papel importante também nessa sensibilização [...] mas aqui o essencial passa pela educação e nós como escolas batalhamos e tentamos inculcar pelo respeito ao outro e ao ambiente”;

E3 “Eu como lhe digo não gosto tanto de *surf* no verão e para contornar um pouco isso, porque também os percebo, querem aproveitar o mar, tenho que as minhas aulas ou sejam bem cedo até aos dez ou então depois ao fim da tarde das sete e meia até as nove, nove e meia há sempre tempo. Temos que aproveitar, a luz de Portugal e as condições boas, certo? Temos que ter alternativas, nunca marco aulas às três da tarde, nunca. Prefiro sacrificar o meu tempo mas estar de bem com o pessoal e até para os alunos e turistas é melhor, toda a gente gosta de não ter muita gente na água”;

E4 “Não é agradável mas com boa convivência e sensibilização isto pode se minimizado;”

E5 “[...] podemos é tentar evitar abrir mais escolas pois isto já está atolado e mais escolas implicam mais alunos dentro de água”;

E6 “[...] acho que com uma boa ética e informação isso controla-se [...] uma coisa simples delimitar os espaços”;

E8 “[...] por isso, tentamos adaptarmo-nos agora a isso e o que fazemos é horários diferentes dos banhistas, ou muito cedo, ou hora de almoço, ou final de tarde [...] falta a sensibilização dos banhistas. Nós temos duas bandeiras a sinalizar o local, é regra da Capitania, mas falta a tal sensibilização [...] eles [Capitania do Porto de Leixões] tentaram agora, eles limitaram na época banhar xis números para dar aulas aqui na praia

de Matosinhos. Abriam corredores de *surf* na altura da época balnear, seis ou sete, não sei precisar, para delimitar zonas só de *surf*, ou seja só naqueles corredores é que se poderia dar *surf*, não podem estar banhistas”.

É ainda importante perceber que tipo de impacte ambiental este tipo de turismo tem tido neste destino turístico. Visto que não existem dados oficiais, segundo informação recolhida durante a entrevista, foi solicitado à instituição do estado que indicasse se o turismo de *surf* tinha contribuído de forma direta para a melhoria ambiental das zonas costeiras: *“com o turismo de surf essa associação direta é difícil de a fazer. O que é que nós temos feito...é um esforço enorme na requalificação das praias e nos apoios de praia e esse investimento reflete-se facilmente no número de bandeiras azuis que nós temos...tem sido sempre crescente, se não estou enganado, mas... quase todas as praias de Matosinhos têm equipamentos de praia, têm parque de estacionamento, têm todas as condições...porque para nós...é importante o mar, é verdade, é importante o surf mas nós olhamos mais para o mar do que para o surf”*.

De igual forma, procurou-se perceber se houve necessidade de criar novas estruturas e se essa situação criou algum impacte negativo na costa dado que um dos efeitos negativos nas zonas costeiras é a construção de infraestruturas para satisfazer as necessidades dos turistas mas que podem causar efeitos nefastos na região: *“as infraestruturas da praia...sem ser na marginal de Matosinhos aquele espaço que originalmente não estava a pensado para ser escolas de surf mas que depois, e muito bem, foi reorientado o tipo de negócios que estavam lá, foi tudo visto como uma estratégia integrada de beneficiação da orla costeira [...] não, que eu saiba não criou impacte, muito pelo contrário”*. Confrontando estas afirmações com as ONGA, a ONGA1 referiu que não tinha conhecimento sobre o caso de Matosinhos e a ONGA2 respondeu que *“aqui as zonas urbanas penso que já têm infraestruturas adequadas, ou seja, não penso que tenham construído, ou pelo menos não temos esse conhecimento, de novas infraestruturas para esse fim. Se estiver a falar de destinos mais naturais, mais remotos aí sim, pode haver algum impacte pela construção de infraestruturas mas aqui não”*.

Outros dados importantes relativamente aos impactes ambientais do turismo de *surf* estão relacionados com a conduta dos turistas de *surf* e serão detalhados posteriormente.

- **Pilar económico**

- a) Crescimento e qualidade do emprego relacionado com o turismo de *surf*

Os dados revelaram que, à exceção de duas empresas designadamente E3 “não, não aumentou, [...]” e E4 “não mudou, [...]”, tem havido um aumento significativo ao longo dos anos de colaboradores nas restantes empresas e que esse aumento está relacionado com o aumento do turismo de *surf* em Matosinhos como expõe E2 “a nossa equipa tem vindo a crescer sobretudo nestes últimos anos [...] com o crescimento do *surf* e da escola e com o desenvolvimento de pacotes turísticos sentiu-se necessidade de alargar a outros colaboradores”. Apesar deste aumento do número de colaboradores, relatado pelos inquiridos, estamos perante micro ou pequenas empresas que empregam no máximo até 15 colaboradores:

E1 “[...] no início nos tínhamos duas a três pessoas e agora no pico de verão temos 15 colaboradores”;

E3 “[...] eu e mais uma pessoa a contrato [...] somos três a tempo inteiro [no verão] [...]”;

E5 “[...] temos só dois funcionários a tempo inteiro e os estagiários, depois no verão aumentamos com mais dois colaboradores”;

E6 “No início eram quatro sendo que dois eram os donos [...] no total somos seis, [...]”;

E7 “[...] neste momento-altura de verão 8 mas no inverno 2 a 4, no máximo”;

E8 “[...] no inverno tenho duas pessoas a trabalhar comigo e no verão tenho seis [...]”;

Contudo, apesar de haver este aumento os dados revelam que este se faz sentir sobretudo nos meses de verão, apontando para empregos sazonais:

E3 “[...] justifica-se no inverno manter a tempo inteiro mais uma pessoa para além de mim, mas não dá mais que isso”;

E5 “No inverno temos só dois funcionários a tempo inteiro e os estagiários, depois no verão aumentamos com mais dois colaboradores”;

E7 “Colaboradores [...] só nos meses mais procurados pelos turistas, no Verão [...]”;

E8 “Aumenta no verão, [...] tenho seis a sete, dependendo se estamos com *surfcamps* cheios e se temos que dar muitas aulas”.

Assim e apesar de haver um aumento das receitas provenientes do turismo de *surf* que tem melhorado a economia destas empresas e obrigado a investir mais em colaboradores para fazer face à procura constante desta modalidade pelos turistas, estes dados revelam uma sazonalidade dos empregos que pode indicar uma precariedade dos mesmos.

Consequentemente é necessário identificar se o aumento dos turistas de *surf* pode favorecer a melhoria da qualidade de vida da comunidade. É esta questão que se pretende aprofundar seguidamente.

b) Estabilidade laboral dos colaboradores

Os dados recolhidos revelam que a precariedade é sentida na forma de insegurança económica relacionada com a forma de contratar os colaboradores. Há várias formas de contratar ou adquirir pelas empresas a força de trabalho dos colaboradores, como revela a esse respeito E1, “*uns em part-time e outros a contrato e outros ainda sem contrato, [...]*”. Contudo, denota-se uma fragilidade nos postos de trabalho, sobretudo dos colaboradores que têm emprego na época de verão uma vez que se encontram somente em *part-time*, não tendo regalias ou os que estão a recibos-verdes, sem contrato, como constatado pelas respostas dos entrevistados:

E2 “[...]três pessoas fixas, a tempo inteiro e a contrato, [...] depois dois instrutores residentes com contrato e depois externos que requisitamos quando precisamos, normalmente entre cinco a seis pessoas. Esses estão em *part-time* a recibos verdes”;

E3 “São dois no inverno eu e mais uma pessoa a contrato e no verão mais a outra mas não a contrato, [...]”;

E5 “[...] recibos verdes (dois colaboradores) no verão”;

E6 “[...] um a *part-time*”;

E7 “Colaboradores [...] todos em *part-time*,[...]”;

E8 “No verão é *part-time* pois eu vou chamando há medida do volume de aulas que tenho para gerir. Os outros dois que no inverno estão comigo também não estão em contrato mas sim a recibos-verdes”.

Ao procurar perceber quais os potenciais motivos da precariedade dos empregos, dois fatores forma mencionados. Uma das razões apontadas deriva exatamente de uma característica natural da região: o seu clima com invernos mais rigorosos que no restante território nacional. Como comenta E8 a esse respeito, “[...] *não nos podemos esquecer que o Porto tem um inverno um bocadinho mais rigoroso que outras zonas do país...(silêncio) ehhhh não conseguimos criar postos de trabalho dignos de chamar um posto de trabalho, o ano inteiro a contrato, com descontos*”. Por conseguinte, uma das razões apontadas para esta precariedade é a sazonalidade do produto turístico de *surf* no norte de Portugal que tem como consequência a redução do número de empregos no inverno uma vez que há uma diminuição acentuada de turistas nos meses mais frios do ano, tal como profere, a título de exemplo, E1 “[...] *sabe que como no verão é sempre preciso mais mas depois no inverno esse número já não se justifica tanto [...]*”.

Outra razão apontada para não haver empregos mais estáveis, já mencionada anteriormente, tem a ver com a política de baixos preços que é praticado atualmente em Matosinhos, como refere E8, “*os preços baixos que se tem praticado aqui e a sazonalidade não permite que se*

consiga pagar mais e melhor. Não vale a pena, pois não consigo mesmo ter ninguém a contrato [...] temos que andar a recorrer muito aos recibos-verdes, ao contratar esporadicamente quando necessitamos que é pena e difícil".

Como consequência do agregar destes dois fatores, atualmente os empregos dos colaboradores são precários recorrendo aos recibos-verdes, ao contrato esporádico somente na época de maior fluxo de turistas o que não permite criar postos de trabalho "*[...] dignos de chamar um posto de trabalho, o ano inteiro a contrato, com descontos*" (E8) o que leva a que "*[...] não conseguimos criar postos de trabalho, as pessoas arranjam outro tipo de emprego e depois o surf fica para segundo plano*" (E8).

Assim sendo, a sazonalidade, um indicador fundamental para averiguar o desenvolvimento sustentável, será seguidamente aprofundado.

c) Sazonalidade

O clima no norte do país é bastante rigoroso o que condiciona e impede até desenvolver este tipo de turismo ao longo e todo o ano, como refere E4 em relação a esse assunto, "*[...] não se pode mudar o clima e é mais o clima que estraga isto, porque também acaba por influenciar o mar, os ventos fortes daqui também...é muito complicado*". Assim todos são unânimes a referir que existe sazonalidade no que se refere ao turismo de *surf* no norte, sendo difícil de contornar esta característica: "*sim, é sazonal infelizmente...quem me dera que isto bombasse o ano inteiro mas não acontece. Não há muito a fazer, o clima não deixa (risos) não dá para mudar...é complicado sobretudo nos meses de Novembro, Dezembro, Janeiro e Fevereiro [...]. É muito frio, nortada, nos meses de pico de inverno, exceto quando à sol as pessoas não vêm para cá, não há muita gente a passear junto à praia, [...]*" (E4).

As opiniões transmitidas são unânimes e revelam ainda que os meses piores são sobretudo os de dezembro, janeiro, fevereiro, o que demonstra uma sazonalidade menor face a outros tipos de turismo nomeadamente o turismo de sol e mar cuja maior incidência de turistas é somente nos meses de verão. Como comenta, a título de exemplo, E5 "*sim claro, (silêncio), não se pode fazer muito, os meses piores são novembro, dezembro, janeiro, em dias de tempestade, a trovejar ninguém se quer meter no mar é muito difícil mesmo que haja boas ondas levar alguém para lá... (silêncio) o clima é assim*". Apesar de a sazonalidade ser considerada um problema, como demonstrado nas opiniões dos entrevistados, poderá ser

mitigado através de várias ações em *prol* de uma distribuição mais equitativa das pessoas mesmo no inverno.

E1 “[...] mesmo sendo sazonal com frio temos sempre um clima melhor e mais estável que muitos outros da europa por isso apostar nesses outros é essencial...mais uma vez é nesses que temos que ir ao encontro, focar em países mais frios e cinzentos [...]podemos encurtar e diminuir a sazonalidade em função do público a que a gente se dirige [...] se falar disto a um escocês ou irlandês, que temos bastantes, ou um do leste da europa ou um russo esses já são um público que se consegue atrair para estes meses”;

E2 “Deve-se apostar em eventos, nos alunos de Erasmus para diminuir um pouco a sazonalidade [...]”;

E3 “[...] a forma de contornar seria uma coisa meia maluca, eu tenho um projeto mas...adiante [utilizar a tecnologia como inovação-*surf garden*]”;

E4 “Se houver da parte das pessoas que estruturam o turismo de *surf* uma preocupação em divulgar lá fora este desporto, [...] talvez venha mais gente porque o *surfista* que é mesmo *surfista*, *surfa* em qualquer altura”;

E5 “Agora, pode-se apostar em campeonatos, até porque os meses melhores para fazer *surf* nem sequer é em julho ou agosto, porque podemos ter o mar flat mais facilmente e os *surfistas* mesmo, entram na mesma em qualquer altura do ano, chova torrencialmente ou faça sol, [...] os campeonatos seriam uma aposta para diminuir a sazonalidade pois *surfista surfa* em qualquer clima, em qualquer mar”;

E6 “O que nós fazemos é trocar as aulas de *surf* por treinos funcionais ou piscinas quando o tempo não permite. Dar esta solução para mostrar que temos, mesmo com o tempo menos bons, formas de ajudar as pessoas a crescerem no *surf* e a passarem bons momentos. Depois usamos uma estratégia de diversificar os produtos, como a utilização do yoga, do *skate* tudo no sentido de colmatar algumas falhas que o mau tempo nos dá e incentivar mesmo assim as pessoas a vir cá. No fundo é dizer às pessoas, venham cá *surf* pois mesmo que não possam sempre há forma de nos divertirmos”.

Pilar institucional e político

a) Integração de todos os *stakeholders*

Neste indicador agrega-se as opiniões não só dos empresários ligados ao turismo de *surf* e da Câmara Municipal, mas também das ONGA. No que diz respeito aos primeiros intervenientes, pode referir-se que sentem uma lacuna em Matosinhos no que diz respeito à participação no planeamento estratégico do turismo na região, como observado no anexo XXIII. Semelhantes opiniões têm as ONGA entrevistadas, que referem em relação a este assunto não sentirem um esforço por parte das entidades de lhes darem voz e de lhes pedirem o seu contributo como referem perentoriamente “*não*” (ONGA1) e “*não, nunca fomos consultado pela parte da Câmara [...]*”(ONGA2). Como motivo para que tal aconteça aponta “*existe demasiada burocracia e os timings são diferentes quando se falar de*

organismos públicos, os timings são mesmo muito diferentes [...]” e “[...] sobretudo a burocracia das entidades públicas bloqueia mesmo muita coisa, é desgastante [...]” (ONGA2). É ainda referenciado como causa desta deficiente participação a “[...] burocracia enorme, agora não, ligue para a semana, depois entramos em contacto, perdemos muitas horas e desistimos [...]”(E5) e a falta de contactos dentro da Câmara “[...]acho que se não conhecer algum é muito difícil ter reuniões,[...]” E3. Confrontado com esta opinião quase unânime, a Câmara defende que “[...] nós vamos fazer todos os esforços para envolver todas entidades que operam no negócio do surf e vamos fazer por nos sentarmos à mesma mesa e vamos fazer por credibilizar este destino [...]”.

b) Parcerias e cooperação

Relativamente às parcerias, em Matosinhos, esta realidade ainda está numa fase muito precária ou mesmo inexistente nos agentes turísticos envolvidos, como é o caso de E3 “[...] não tenho parceria, comecei o ano passado e ainda não investi tempo nisso [...]”. Estamos perante redes frágeis de ligações onde não são definidos os papéis de cada empresa e onde as parcerias são sobretudo sem contrato sendo que na maioria são sempre “[...] nos moldes de troca de clientes ou descontos para esses clientes”, como refere E2, que representa o que acontece nas restantes empresas. Apesar do défice assinalado, existem algumas parcerias em Matosinhos, mesmo que como referenciado, de fraca ligação pois é pouca a frequência de contacto.

Para além disso, a realidade nas empresas entrevistadas demonstram que quase todas as parcerias são realizadas sobretudo com empresas do Porto e não com as de Matosinhos. Como pronuncia E1, “sabe, nós temos mais parcerias com o Porto [...]” ou E2 “não temos muitas parcerias com empresas de Matosinhos, pois os turistas como chegam mais para visitar o Porto são esses que queremos e que têm sido o grosso dos turistas nesta escola”. Relativamente às parcerias com o Porto estas são sobretudo com atividade turística ligada ao alojamento nomeadamente os *hostels*. Estas parcerias estão baseadas acima de tudo no envio de clientes, como afirmam E2, “[...] com o intuito de encaminhar os clientes para cá e nós para lá” e E5 “[...] nos envia clientes.” Outras empresas ainda mencionadas no Porto foram a Douro Azul (E6), o Sealife (E6), onde essas parcerias estão fundamentadas “[...] mais na base de descontos” (E6).

Para além das fracas relações de parcerias entre várias atividades económicas no próprio concelho, existe ainda uma estratégia de competição entre os vários empresários entrevistados. Essa realidade é bem patente e pode colocar em causa a sustentabilidade do turismo de *surf* em Matosinhos a médio e longo prazo:

E1 “Existe um problema aqui e noutros sítios também é que cada trabalha por si, se vira sozinho e isso limita o crescimento, [...]”;

E2 “Em Matosinhos tem sido cada escola a dinamizar a sua empresa para atrair o turista de *surf*. Acho que deveria haver mais coesão e trabalho em conjunto, [...]”;

E4 “Está ainda no início o turismo de *surf*, podemos aprender com interligação entre todos que ainda não está a ser feita”;

E6 “Uma maior interação de todos, acho que estamos um pouco cada um por si, a fazer as suas coisas, a divulgar sozinho os nossos eventos, não há muita relação com as outras empresas do ramo [...] ...falta muita união aqui [...]”;

E8 “Falta também não haver tanta rivalidade, pois a sustentabilidade dos negócios depende um pouco disso”.

Esta problemática é ainda percecionada durante a entrevista realizada ao agente institucional pois segundo este é preciso “[...] as escolas de *surf* entenderem-se e que temos muito mais a ganhar se andarmos todos a caminhar no mesmo sentido do que andarmos a guerrear por um cliente [...] as pessoas não estão habituadas a trabalhar de forma unida...(pausa) e conseguem ter uma visão deturpada do que deve ser o negócio de *surf* e vêm só hoje, amanhã e depois de amanhã...(pausa) e quando nós vemos que há situações de conflito na praia de Matosinhos porque o vento mudou de sentido e o surfista que estava a ter uma aula e que estava dentro daquelas duas barreiras e passou para o lado e há uma situação de conflito, preocupa-me”. Num outro momento da entrevista reforça a ideia que “primeiro quero que as escolas se entendem...ou gostava que se entendessem, se sentassem à mesma mesa [...]”, demonstrando uma preocupação com a situação de rivalidade que existe entre empresários.

c) Gestão, planeamento e monitorização

Da informação recolhida conclui-se que não existe ainda uma monitorização dos impactes ambientais, sociais e económicos deste tipo de turismo dado que a resposta a esta questão foi negativa. No que diz respeito ao planeamento do turismo este ainda está numa fase embrionária “nós queremos ver se a breve trecho fazemos uma coisa que é um plano estratégico ... (pausa) há uma carta não fisicamente estruturada [...]” demonstrando que o

planeamento estratégico do turismo de *surf* e do turismo em geral em Matosinhos é ainda inexistente. Estes dados são importantes pois, como afirma a ONGA2, “*se for bem planeado e gerido e isso tem a ver com o planeamento correto da orla costeira, e das estratégias que estão ligadas ou interligadas para que seja desenvolvido e forma sustentável, o turismo de surf pode ser um turismo com impacte positivos na região*”. Essa situação, segundo a ONGA2, tem condicionado a qualidade ambiental e o próprio desenvolvimento sustentável da própria região: “*não existem iniciativas...quaisquer nesse sentido...se me conseguir dizer uma...tirando o envolvimento de organizações não-governamentais para um esforço ligado ao desenvolvimento mais sustentável [...] Matosinhos não ...ehhh é completamente ...ehhh quase inexistente. Não há qualquer tipo de gestão de ribeiras em Matosinhos, tanto que esta ribeira aqui (Praia de Matosinhos) é o maior exemplo disso. Temos várias fotografias e as próprias análises da água e as própria ação da autarquia demonstra ser, ou da empresa que faz a gestão das, águas demonstra ser ineficiente, o que interfere com o turismo e com o turismo de surf pois não tem a qualidade que deve ter o local, e isso parece não ser visível para a Câmara*”.

- **Pilar sociocultural**

- a) Envolvimento da comunidade com o *surf*

Neste contexto é fundamental perceber o caminho já traçado pelo concelho para alcançar com sucesso este envolvimento. Foi assim realizado duas questões para identificar a envolvimento das comunidades na prática do *surf*. A primeira passa por averiguar se esta modalidade é praticada pelos matosinhenses. Os resultados dos dados mostram que, excluindo E1 que revela que “[...] em termos de locais ronda os 50%”, a maior parte dos alunos destas empresas não são de Matosinhos uma vez que todos os restantes indicam que a comunidade local não é a que mais procura os seus serviços.

E2 “Relativamente a isso temos muito poucos que sejam daqui, [...]”;

E3 “De todos Matosinhos tem um bolo de 15%, é dos que tenho menos, [...]”;

E4 “[...] Matosinhos são muito pouco, do bolo geral 25%” ;

E5 “[...] especificamente de Matosinhos temos 30%”;

E6 “[...] aqui de Matosinhos especificamente temos 10% de alunos comparados com os restantes”;

E7 “[...] sabe que Matosinhos é mais pobre e não querem saber tanto do *surf*. Num total de 50 alunos que tenho atualmente tenho apenas [...] dez que são residentes cá”;

E8 “Relativamente aos de Matosinhos temos alguns mas não vou dizer que são muitos, [...] anda à volta dos 15%”.

Sendo assim, a maior parte dos clientes destas empresas, durante o ano, são maioritariamente do grande Porto, como comenta E1, “[...] toda a grande área do Porto” ou E2 “[...] são do grande Porto”.

Constata-se assim que apesar de ser um concelho que mergulha no mar, os alunos destas escolas não são maioritariamente locais. Esta realidade tem que ser cuidadosamente apurada pois pode haver mais que uma razão para que esta modalidade não seja a mais procurada pelos matosinhense nomeadamente, pelo facto de terem quem os ensine sem serem as escolas, ter estas atividades em associações, atividades de tempo livre [ATL] ou colégios, etc. Porém, estes dados podem revelar um certo afastamento ainda em relação ao *surf* que convém ter em atenção e perceber, para que se consiga a médio e longo prazo fomentar uma cultura de *surf* em Matosinhos.

Para tentar perceber se o *surf* está a ser integrado como atividade para os locais, foi seguidamente procurado entender como está a ser realizada a dinamização e divulgação desta modalidade na comunidade. As informações demonstram que existe uma preocupação por parte dos empresários para difundir a cultura e o desporto do *surf* pela comunidade sendo, como refere E8, “[...] muito importante para dar essa cultura de *surf* às crianças para terem gosto por isto”, pois, como menciona E2, “[...] somos um país de mar”. E5 reforça que “há uma necessidade de uma maior dinamização da modalidade no concelho, [...]”. Esta dinamização é feita tanto para adultos como para crianças através de protocolos quer com empresas, associações, com ATL ou colégios.

Alguns entrevistados não fazem qualquer tipo de integração com a comunidade, como E7, “[...] ultimamente não tenho realizado nada”, não sendo uma prioridade para E3 “não, [...] não sei se quero isso de ter protocolos com colégios, [...]” ou E4 “não tenho, [...] não é uma prioridade para aqui”.

Apesar de haver algum dinamismo e vontade por parte dos empresários, existem dificuldades em realizar protocolos, como salientam E5 “nós aqui sempre nos disponibilizamos para fazer parcerias com escolas [...] mas não há muito incentivo para nós fazermos isso” ou E6 “[...] mas muito poucos e depende de ano para ano”. Uma das explicações para esta dificuldade foi dada por E5 ao referir que “[...] não há apoio nenhum, nem parece haver interesse dos responsáveis das instituições [...] temos uma classe de diretoria já com alguma

idade, acima dos 50 anos para cima, e que não vêm com bons olhos o surf ,[...]”. Outra explicação fornecida pelo mesmo entrevistado provém do facto das entidades públicas ainda não terem um papel ativo na divulgação da modalidade: *“[...] tenho a certeza que se a Câmara se envolvesse as coisas seriam diferentes [...]. A Câmara tem carrinhas escolares, porque não utilizá-las ao serviço deste desporto durante o ano inteiro? [...] A Câmara devia contribuir para criar ligações entre as escolas de surf e as escolas do concelho”.* Confrontando a instituição do estado (Câmara Municipal) com esta questão, deteta-se uma certa discrepância em relação à opinião dos empresários, uma vez que segundo o entrevistado a câmara tem tido um papel dinamizador da modalidade *“...(pausa) nós...ainda não sei ...(pausa) nós estamos a tentar incluir nos programas até curriculares nas escolas...tanto o surf como a vela. Não sei se o vamos conseguir incluir este ano, mas estamos a trabalhar nisso. Já há colónias de férias, já há empresas que estão a operar como colónias de férias ... (pausa) guias Matosinhos sport é uma empresa municipal ligada ao desporto que tem as competências de gerir [...] e Matosinhos Sport já tem parcerias encomendadas com as escolas de surf para se fazerem colónias de férias”.* Como se pode constatar esta opinião é divergente, uma vez que para alguns empresários a Câmara não tem tido um papel dinâmico ou facilitador nesta divulgação. Várias conclusões podem ser retiradas daqui mas, visto o contexto geral do que se passa em Matosinhos, esta noção tão díspar pode advir da falta de cooperação e coordenação que existe entre estes dois *stakeholders*.

Existe ainda uma preocupação social para com o concelho, demonstrada por alguns dos entrevistados que utilizam o *surf* como forma de contribuir para melhorar o bem-estar da comunidade. Contudo, apesar de esta preocupação já estar presente em alguns empresários, tal como demonstram E1 *“[...] no nosso projeto social temos vários protocolos com associações de crianças e jovens carenciados, oferecemos aulas de surf a essas instituições”*, E2 *“temos também [...], não no concelho de Matosinhos mas no Porto, um evento com uma associação de paralisia cerebral para cinco jovens praticarem este desporto de graça. Mas já fizemos também com uma associação de Matosinhos nos mesmos moldes”* e E5 *“damos aulas a deficientes mentais de Matosinhos”*, nem todos o praticam. De facto, esta preocupação social ainda não está incutida em metade dessas empresas sendo fundamental repensar o comportamento social de forma a criar uma maior ligação entre todos: empresas, entidades públicas e comunidade local.

b) Promoção da herança patrimonial do concelho

Essa promoção tem sido sobretudo vocacionada para a gastronomia: “[...] em Matosinhos sobretudo a gastronomia [...] não há dúvida alguma que aqui (Matosinhos) é o melhor local” (E1). Opinião partilhada por quase todos os entrevistados:

E2 “Normalmente mais restauração pois é o ponto forte de Matosinhos [...]”;

E3 “Gastronomia, logo. [...] normalmente os turistas vêm cá para comer e ter umas aulas [...]”;

E5 “Verbalmente pouco fazemos, só gastronomia quando nos perguntam”;

E7 “[...] aqui não há nada para ver a não ser a gastronomia”;

E8 “Por exemplo, quando vêm para cá surfar eles querem ficar por aqui. Comer aqui, tomar qualquer coisa [...]”.

Existe porém por parte dos entrevistados a noção que Matosinhos em relação ao Porto não tem capacidade de competir. Consequentemente, as informações fornecidas relativamente a produtos culturais, arquitetónicos ou de animação noturna são praticamente quase sempre dadas relativamente à oferta no Porto como menciona E2, representando a noção patente dos restantes entrevistados, “[...] se nos pedem mais a nível cultural falamos no Porto e nos pontos de atração desse local, pois é mais rico aqui não tem ou não está desenvolvido, não sei bem”, ou E4 “[...] sobretudo na baixa a nível cultural porque aqui acho que não está trabalhado esse lado e as pessoas que vêm cá tem um padrão cultural bastante desenvolvido, claro que eu falo de determinado património mas tenho que admitir que falo mais na baixa”. Existe todavia dois entrevistados (E6, E8) que já apostam na informação sobre a riqueza turística em Matosinhos utilizando para isso os *websites* (ver indicador tecnológico) ou mapas turísticos de Matosinhos que servem como ferramentas para divulgar os produtos turísticos do concelho.

c) Empregos para a comunidade

No que diz respeito a este indicador podemos constatar que, à exceção de E1 que refere que “damos importância a isso [...] se possível sim, tentamos dar emprego aos locais”, quase todas as restantes empresas entrevistadas não dão muita relevância a terem na sua empresa colaboradores locais. Sustentando esta ideia podemos referir a opinião de E2 “[...] mas não faço questão disso, não tem nada a ver, não é uma prioridade ou obrigatoriedade. Calhou! [...] não somos racistas (risos), nem seria justo”, de E7 “para ser honesto não me preocupo muito com isso, o que é importante é que sejam bons profissionais, sérios e competentes, de

onde vêm não me importa” ou E8 “*não dou assim muita importância aos sítios de onde eles são*”. Neste contexto, apenas três tem maioritariamente colaboradores locais (E1, E2 e E6). Em todas as restantes empresas o número de colaboradores do concelho é menor ao número de colaboradores existentes na empresa. Há ainda a ressaltar que uma das empresas não tem nenhum colaborador proveniente da localidade E3 “[...]somos todos da Póvoa” e E4 não tem qualquer colaborador.

- **Pilar tecnológico**

- a) Monitorização e promoção da informação turística

Neste indicador recolheu-se informação sobre o comportamento dos empresários ligados ao turismo de *surf* sobre o uso da tecnologia como forma de dinamizar este produto turístico. Os dados revelam que os empresários têm uma atitude positiva em relação às tecnologias de comunicação considerando o seu uso importantíssimo para o sucesso e sobrevivência das empresas hoje em dia, uma vez que, segundo E8, “[...] só assim é que se consegue atingir esse público que vem para cá não só para visitar o centro do Porto mas também para fazer uma aula de *surf*”. Todos os entrevistados apostam assim nas tecnologias de comunicação sendo esta utilizada na publicidade e promoção das empresas considerando desta maneira, uma forma de divulgação eficaz e barata que permite captar de uma maneira mais abrangente os clientes-alvo. A esse respeito E2 tem a opinião que “*neste momento são ferramentas muito importantes se queremos captar clientes estrangeiros*”, opinião partilhado por todos os inquiridos. Consideram ainda que a *internet* é muito importante pois permite o contacto e as ligações com os antigos turistas como forma de preservar os laços criados entre a empresa e os turistas. Esta tecnologia é assim utilizada para preservar e estimular a ligação com a empresa, e de uma certa forma, permite que os turistas regressem novamente ao destino turístico. Este facto pode contribuir assim para estimular o contínuo desenvolvimento do turismo de *surf* em Matosinhos pelo retorno constante dos que o visitaram, como menciona E3 “[...] aliás é uma forma de manter o contacto, de não sermos esquecidos e quase criar ali um laço de amizade permanente que os faz voltar, isso é importantíssimo”, opinião partilhada por todos os restantes. Os dados revelam ainda que as redes sociais mais utilizadas são o Facebook e os *websites* da própria empresa, sendo que apostam ainda em outras redes sociais tal como o Instagram e o Pinterest.

Existe porém pouca divulgação do património de Matosinhos nos *websites* somente E6 e E8 o fazem, como explica E6: “no nosso site temos os pontos de interesse tanto do Porto como de Matosinhos, por exemplo a casa de chá [...]”. Para E8, começa a haver um maior interesse por parte dos turistas em relação a Matosinhos: “[...] quando vêm para cá surfar eles querem ficar por aqui. Comer aqui, tomar qualquer coisa e querem visitar o que há aqui perto, [...] querem visitar o que há aqui perto, penso que estão agora a ficar mais curiosos em relação a isto e querem conhecer Matosinhos [...] têm demonstrado interesse e pedem ajuda para conhecer”.

b) Eficiência energética e recolha de dados precisos
É ainda essencial perceber se as empresas ligadas ao turismo de *surf* em Matosinhos aplicam tecnologia que contribua para a proteção ambiental e se utilizam a tecnologia para facilitar a gestão dos seus negócios contribuindo assim para tornar a empresa mais eficiente a nível operacional.

No anexo XXIV é demonstrado que a tecnologia, no que diz respeito à eficiência energética, é pouco utilizada por estas empresas pois metade revela que não emprega qualquer tipo de tecnologia para aumentar essa eficiência. Dos que procuram aumentar essa eficiência apenas referiram a utilização de lâmpadas LED. No que diz respeito a incentivar, todos são unânimes em afirmar que é importante divulgar os transportes mais limpos e que fazem a sua parte divulgando os horários e as linhas. A importância da proteção do ambiente através de transportes mais amigos do ambiente é demonstrado por uma das empresas que apresenta um serviço específico de aluguer de bicicletas elétricas.

Os dados do quadro do anexo mostram ainda que a utilização da tecnologia como forma de gestão é pouco utilizada pois mais de metade das empresas não utilizam os benefícios da tecnologia para gerirem o espaço (e.g. *software* com base de dados/aplicações) e aprofundarem o tipo de clientes e o fluxo de turistas que têm (e.g. utilização do *google analytics*).

Pode-se concluir que a tecnologia é sobretudo utilizada no marketing da empresa, sendo esta encarada como essencial para alcançar o maior número de público-alvo, demonstrando, por parte dos empresários do ramo, uma visão globalizante do turismo de *surf* e uma perceção da importância da utilização da tecnologia de comunicação como forma de divulgar o produto turístico. De resto pouco mais é utilizada, quer a nível de gestão da empresa, quer a

nível das restantes contribuição que a tecnologia pode ter para proteção ambiental, há exceção da divulgação de transportes mais amigos do ambiente e da utilização de lâmpadas LED.

8.2.5 Estratégias

Para as ONGA, é importante adotar estratégias que permitam ao turismo de *surf* em Matosinhos contribuir mais para o desenvolvimento sustentável da região. Essas estratégias passam um planeamento integrado do turismo. Segundo as ONGA, o mais importante é que seja bem planeado este tipo de turismo e que seja integrado numa estratégia mais global de desenvolvimento territorial como revela a ONGA2 “[...] *se for bem planeado e gerido, e isso está ligado com o planeamento correto da orla costeira, e das estratégias que estão ligadas ou interligadas para que seja desenvolvido de forma sustentável*”. Para a ONGA1 tem que ter “[...] *um equilíbrio entre a atividade humana e a gestão/proteção dos recursos naturais, o que implica a integração de políticas ambientais nas atividades turísticas, o que implica sempre um planeamento integrado*”. Para reduzir os impactes negativos associados a este tipo de turismo é preciso educar e sensibilizar as pessoas e ao mesmo tempo responsabilizar todas as entidades que trabalham nesta atividade. Nesse sentido, a ONGA 1 revela que “*para serem reduzidos os impactes negativos resultantes do turismo de surf deve proceder-se, por exemplo, à sensibilização e informação da população e responsabilizar as entidades que gerem este tipo de turismo, [...]*”, sendo apoiada pela ONGA2 “[...] *através da sensibilização e educação [...] essa sensibilização também deve ser passada pois muitos não praticam frequentemente surf e se desde o início lhes for inculcido isso, os impactes serão menores [...] através da educação desde o início, pois os turistas que vêm cá ter umas aulas precisam desse trabalho de respeito e isso faz-se através da educação, através da valorização daquilo que é natural e assim consigam atuar de forma responsável e usufrua da natureza de forma sustentável sem a agredir, alterar ou danificar*”.

Se para as ONGA é necessário, no que se refere ao turismo de *surf* em Matosinhos, uma melhor estratégia integrativa no território e uma maior sensibilização e educação ambiental, para os empresários este tipo de turismo em Matosinhos atualmente é encarado como trabalhado somente pelos privados e não integrado num contexto mais holístico. Como revelam E7 “*o desenvolvimento é todo feito à custa das empresas do ramo, não estou a dizer com isto que a Câmara fecha as portas não, mas acho que o desenvolvimento em sido feito*

com o esforço dos empresários” e E8 “como lhe disse, todo o desenvolvimento do turismo está a ser feito por nós empresas, ok? [...]”, havendo necessidade de uma maior coordenação, estruturação e divulgação por parte dos organismos estatais como refere a esse respeito E4 “[...] falta mais divulgação e estruturar mais isso”.

A recolha de dados sintetizada no anexo XXV revela ainda que em Matosinhos falta criar uma marca diferenciadora dos demais destinos turísticos voltada para o ensino, pois Matosinhos tem características únicas, como destacado anteriormente (8.2.2), que não estão a ser convenientemente aproveitadas ou divulgadas e que poderia ser um trunfo para criar um destino singular na Europa como revela a esse respeito E1 *“criar uma marca diferenciadora das restantes somos superiores, por exemplo, a outros destino aqui perto, como Espinho, por causa da gastronomia, de estarmos perto do Porto, um local de riqueza cultural e histórico único, novamente as ondas que possibilitam o ensino, importante diferenciar por aí”.*

Também desenvolver vários tipos de eventos ligados a esta modalidade desde campeonatos a eventos que dessem a conhecer a subcultura ligada ao *surf* seria uma mais-valia para o local e colocaria Matosinhos como um destino dinâmico da cultura e prática do *surf* e uma forma de desenvolver o destino como um todo, combatendo também a sazonalidade. Como opinia E5 em relação a esse assunto *“procurar trazer campeonatos aqui estimulava a visibilidade da região e usasse as pensões de cá, por exemplo, existem imensos restaurantes aqui na costa que iriam ser beneficiados, [...]”.*

Contudo, é preciso ter em atenção em relação aos campeonatos, pois, como revela E1, *“[...] não podemos pensar em Matosinhos como destino de classe mundial mas sim como um destino global com boas oportunidades de aprendizagem, bons eventos para os surfistas e para a família e para quando os surfistas viajam em grupo”* ou E8 *“[...] claro que nós aqui não temos ondas para eventos a nível mundial” sendo necessário uma coordenação entre o concelho de Matosinhos e outros concelhos vizinhos, como ao Porto para permitir que esses campeonatos aproveitassem vários tipos de ondas e vários locais”.* Por isso, como revela E1, *“[...] era importante juntar as duas Câmaras Porto e Matosinhos, nesse sentido para agregar esforço”.* Neste contexto é de notar que a Câmara Municipal de Matosinhos segue a mesma linha de pensamento e considera que essa é uma estratégia a seguir no turismo de *surf* em Matosinhos, uma vez que têm realizado esforços no sentido de desenvolver parcerias

com o Porto para criar eventos onde participam as duas cidades: “temos um acordo de cavalheiros em fazer em parceria com o Porto todos os eventos que se faça do surf ...ehhhh serão feitos em parceria [...] não faz sentido a Câmara do Porto estar a organizar um evento e naquele fim-de-semana não tem condições do mar, de ondas para fazer o evento e vai fazer a Leça mas continua a ser uma organização da Câmara do Porto, ou então exatamente o inverso [...]. Portanto, nós finalmente sentamo-nos à mesa e fizemos aqui um acordo de cavalheiros que acho que vai trazer muitos frutos no futuro porque diminui o encargo que cada autarquia tem e no fundo está-se a ter um efeito multiplicador depois do resultado final do evento”.

No entanto, é importante ter em atenção que estes eventos podem ter impactes negativos, segundo a ONGA1, *“por exemplo, poluição local e desequilíbrios nos ecossistemas”* e a ONGA2 *“podem provocar se não bem planeados e não se basearem na sustentabilidade poluição, poucos benefícios para a comunidade e para aos empresários das pequenas e médias empresas”.*

É preciso, assim, ter em atenção que nos eventos desportivos e a bem da sustentabilidade ambiental, segundo a ONGA1, a *“sensibilização e informação [...] das entidades que gerem este tipo de turismo e eventos associados ao mesmo”.* Esta ideia é partilhada pela ONGA2 *“[...] porque também nos eventos há ações de sensibilização e educação que estão inerentes aos eventos de surf. Por exemplo, é uma coisa que falta aqui, fazer eventos que tenham esse lado de sensibilização ambiental”.* Esta ONGA acrescenta ainda que os eventos podem contribuir de facto para o desenvolvimento sustentável da região *“[...] se forem aplicadas as melhores práticas durante o evento, se tivermos cuidados com os produtos que escolhermos exemplo sem usar copos de vidro para não andarem por aí e deitarem fora até à própria forma como montamos o evento é uma estratégia que contribui para o desenvolvimento sustentável pois traz muita gente e isso contribui para a dinâmica económica dos locais [...]. Se tivermos o cuidado de fazer parcerias com transportes públicos para que as pessoas venham ao evento de transporte público, se tivermos o cuidado de que esses eventos dinamizem os restaurantes, os hotéis, se for promovida esses tipos de medidas acaba por ser um impacte da sociedade positivo pois dinamiza e ao mesmo tempo educa”.*

Outra estratégia relevante para assegurar que o turismo de *surf* contribua para o desenvolvimento coeso de outras atividades económicas é aliar este tipo de turismo a outras

atividades, serviços ou produtos turísticos capazes de proporcionar em conjunto uma experiência mais enriquecedora aos turistas. Nesta linha de pensamento, E2 opina que a Câmara “[...]devia integrar mais outros produtos nomeadamente a interligação com o surf”, E5 “inovar com interligação entre outros produtos [...]” e E7 “junção do surf com outras atividades [...]”. Assim, foi recolhida informação sobre os melhores produtos/serviços/atividades que podem ser divulgados para tornar mais atrativo o turismo de surf em Matosinhos nomeadamente aliar este tipo de turismo com a gastronomia, com outros produtos turísticos ligados ao desporto (vela, pesca, skate, Sup Paddle, Wakeboard) e produtos turísticos relacionados com o bem-estar (E6 por exemplo já tem um serviço que inclui surf e yoga).

Existe uma variedade de sugestões relativas à integração do surf com outras atividades (anexo XXVI) porém, pode-se constatar que a incorporação do skate é um dos elementos mais referenciados pois como menciona S4 “há uma ligação interessante entre o surf e o skate normalmente o surfista faz skate e vice-versa, por isso, acho que seria bom para os dois desportos, chamava os dois tipos de praticantes ao mesmo tempo para estar junto ao mar”. Para tal é essencial criar infraestruturas adequadas para enriquecer o destino turístico de surf em Matosinhos, nomeadamente um skatepark, pois como expõe E2, “[...] criar um skatepark junto à praia isso iria atrair não só mais skaters mas seria uma forma de ajudar as escolas a treinar e seria um ponto diferenciador e se não desse para surfar porque as condições não permitissem podia-se levar o pessoal para lá para ensino ou para um momento de lazer. Acho que fazia todo o sentido.” Opinião semelhante é partilhada por E4, que menciona que “se calhar se houvesse infraestruturas ligadas ao surf seria um ponto a favor pois quando as condições não são boas para surfar eles descarregavam no skate e passavam também uns bons momentos assim”. Interligar o surf com outras atividades desportivas ou de lazer aquáticas é também um elemento referenciado, nomeadamente o wakeboard, mergulho, kitesurf, bodyboard, Sup Paddle, motas de água e, como apenas lazer, bananas e gaivotas. Há a mencionar que o Sup Paddle, apesar de quantitativamente não ser o mais referenciado, tem vindo a obter cada vez mais adeptos sendo um dos desportos que se encontra mais incorporado nas atividades das empresas entrevistadas. O facto de nas entrevistas não estarem mencionadas de forma tão expressiva esta modalidade poderá ser devido a este desporto já ter conquistado um lugar nas atividades turísticas fornecidas pelas empresas desde há algum tempo.

A Câmara defende também essa opinião, da necessidade de agregar mais produtos turísticos, uma vez que existem esforços de integrar e divulgar mais que um produto associado, no sentido de favorecer o desenvolvimento económico da região como um todo: “[...] ligar o turismo de mar, como estava a falar à pouco...dos outros desportos ligados ao mar, da fruição da nossa orla costeira, da refeição que podem fazer de excelência que podem fazer com produtos do mar que seja de peixe quer seja de marisco...(pausa) todas essas situações [...] cada vez mais estamos a tentar que os nossos produtos cada vez mais não funcionem só per si, [...] uma iniciativa que foi feita este ano, na altura do lançamento de uma marca World Best Fish [...] o que foi feito foi oferecer várias descontos ao turista que vem a Matosinhos e essencial cruzou-se ali dois produtos, três, a cultura, alojamento...quatro, gastronomia e surf de maneira a quem venha a Matosinhos tenha uma experiência integrada”.

8.3 Fase III

Nesta secção pretende-se apurar os resultados, através da apresentação, análise e interpretação dos dados recolhidos com os inquiridos por questionário à oferta turística, comunidade/surfistas de Matosinhos bem como aos turistas de surf.

8.3.1 Resultados do estudo realizado à oferta turística geral de Matosinhos

Do total das 146 empresas da oferta turística de Matosinhos que deveriam constar na recolha de opinião, 7 destas empresas encerraram ficando assim um universo de 139 empresas. Dessas 139 empresas colaboraram neste estudo, 113 agentes da oferta turística. Assim, obtiveram-se 81,29 % respostas possíveis do Universo da investigação.

- **Caracterização geral dos negócios e perfil dos agentes da oferta**

As empresas estudadas (E) estão distribuídas pelos seguintes tipos de atividade: 10,6% alojamento (12), 76,1% restauração e afins (86), 3,5% animação turística (4), e 9,7% agências de viagens (11) (Figura 8.13).

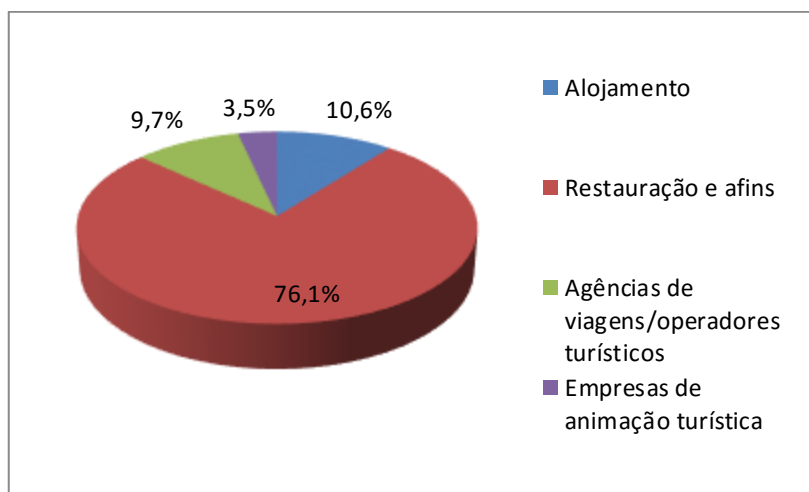


Figura 8.13: Tipo de atividade turística inquirida
Fonte: Elaboração própria

Constata-se pelo quadro 8.1 que todas as atividades turísticas estão localizadas maioritariamente em Matosinhos [83,3% empresas de alojamento – 10; 73,2% restauração e afins – 63; 81,9% agências de viagens (9)]. Do quadro ainda se pode observar que 100% das empresas ligadas à animação turística estavam sediadas em Matosinhos (4).

Quadro 8.1: Relação entre o tipo de atividade e a localização (freguesias)

Tipo de atividade		Localização (freguesias)								Total	
		Matosinhos		Leça da Palmeira		Perafita		Leça do Balio			
	Nº/%	Nº/%		Nº/%		Nº/%		Nº/%		Nº/%	
Alojamento	Nº/%	10	83,3	2	16,7	0	0	0	0	12	100%
		11,6		8		0		0		10,6	
Restaurantes e afins	Nº/%	63	73,2	22	25,6	1	1,2	0	0%	86	100%
		73,2		88		100		0		76,1	
Agente de viagens/operador turístico	N/%	9	81,9	1	9,05	0	0	1	9,05	11	100%
		10,5		4		0		100		9,8	
Animação turística	Nº/%	4	100	0	0	0	0	0	0	4	100%
		4,7		0						3,5	
Total	Nº/%	86	76,1	25	22,1	1	0,9	1	0,9	113	100%
		100		100		100		100		100	

Fonte: Elaboração própria

O quadro revela ainda que em Perafita e em Leça do Balio foram inquiridas em cada uma somente uma empresa, sendo a atividade económica aí representadas a restauração e afins e agências de viagens, respetivamente. Pode ainda extrair-se dos dados que, à exceção de Leça

do Balio, em todas as restantes localidades a maior percentagem de inquiridos foi à restauração [73,2% empresas em Matosinhos (63); 88% empresas em Leça da Palmeira (22) e 100% empresas em Perafita (1)].

Do quadro 8.2 examina-se que das empresas contactadas, a maioria 62% são empresas societárias (70), ou seja, têm formalmente mais que um proprietário. Efetuando o cruzamento entre a distribuição do tipo de empresa e o tipo de atividade turística pode-se observar que a nível de empresas individuais a restauração (34) e afins representa a atividade económica mais relevante com 79% e relativamente à forma jurídica empresa societária esta atividade económica (52) é também a que possui uma maior percentagem nomeadamente 74%.

Quadro 8.2: Relação tipo de empresa e o tipo de atividade (%)

Tipo de empresa		Tipo de atividade								Total	
		Alojamento		Restaurantes e afins		Agente de viagens/operador turístico		Animação turística			
		Nº/%		Nº/%		Nº/%		Nº/%		Nº/%	
Empresa individual	Nº/%	5	11,7	34	79	2	4,65	2	4,65	43	100
		41,7		40%		18		50		38%	
Empresa societária	Nº/%	7	10%	52	74	9	13%	2	3	70	100
		58,3		60%		82		50		62	
Total	Nº/%	12	10,6	86	76,1	11	9,7	4	3,6	113	100
		100		100		100		100		100	

Fonte: Elaboração própria

O quadro revela ainda que, excetuando a animação turística (2), onde existe uma paridade de valores 50%, todas as restantes a forma jurídica mais adotada é empresa societária, [alojamento (58,3%), restauração (60%) e agências de viagens (82%)].

Relativamente à função no negócio, constata-se que 38,9% dos inquiridos tem um cargo de gestão/chefia (44), 29,2% são proprietários (33) e 31,9% são funcionários da empresa (36). As informações revelam ainda que 55,8% dos inquiridos são homens (63). Dos dados da Figura 8.14 pode observar-se que a faixa etária maioritária tem entre 25-49 anos, logo de seguida representada pela faixa etária dos 50-64 anos.

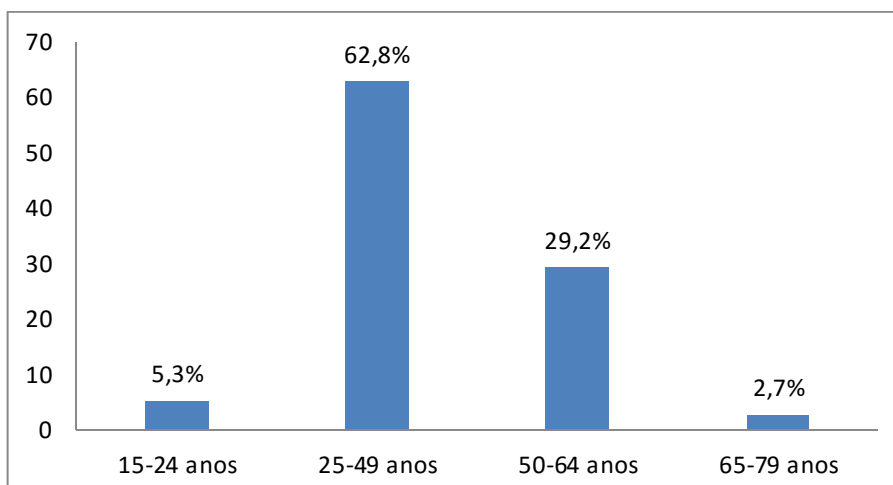


Figura 8.14: Número de indivíduos por faixa etária
Fonte: Elaboração própria

No que concerne ao nível de escolaridade, e de acordo com os quatro grupos considerados, a figura 8.15 revela que há uma distribuição pouco uniforme pelos grupos visto que mais de metade dos inquiridos tem o ensino secundário 59,3%. Os restantes 13,3% têm o ensino básico, 22,1% têm ensino superior e 5,3% dos entrevistados apresentam um curso profissional sendo apresentados como outros.

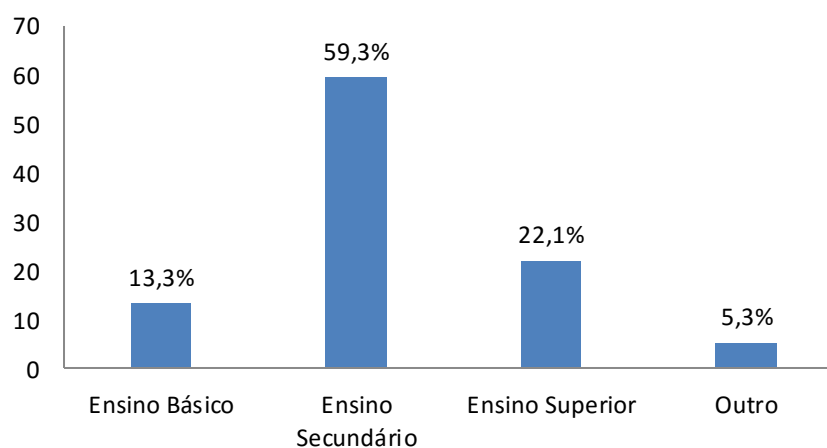


Figura 8.15: Número de indivíduos por nível de escolaridade
Fonte: Elaboração própria

No que diz respeito à formação específica na área do turismo, é importante salientar que a larga maioria dos inquiridos (71,7%) respondeu negativamente à questão colocado no questionário (81). Cruzando esta variável como nível de escolaridade (Quadro 8.3), observa-se que apenas 28,3% dos empresários, dos 25 com ensino superior, tem formação na área do

turismo e/ou hotelaria (9). Os restantes 23 frequentaram formação em turismo em cursos ou ações de formação de curta duração, ministrados em escolas de formação profissional. É de evidenciar ainda que a maior parte dos inquiridos com formação específica em turismo possui ensino secundário (63%).

Quadro 8.3: Número de inquiridos por formação específica na área do turismo e nível de escolaridade

Formação em turismo		Nível de escolaridade								Total	
		Ensino Básico		Ensino secundário		Ensino superior		Outro			
		Nº/%		Nº/%		Nº/%		Nº/%		Nº/%	
Sim	Nº/%	1	3,1	20	62,5	9	28,1	2	6,3	32	100
		6,7		29,9		36		33,3		28,3	
Não	Nº/%	14	17,28	47	58,02	16	19,8	4	4,9	81	100
		93,3		70,1		64		66,7		71,7	
Total	Nº/%	15	13,3	67	59,3	25	22,1	6	5,3	113	100
		100		100		100		100		100	

Fonte: Elaboração própria

Observa-se ainda pelo quadro acima que é nos inquiridos com o ensino superior (9) que se encontra a maior percentagem de indivíduos com formação em turismo (36%). No sentido inverso é no ensino básico (14) que se encontra o maior número de indivíduos que não tem qualquer formação na área de turismo (93,3%).

Foi igualmente realizado o cruzamento entre a formação em turismo e o tipo de atividade da oferta turística (Quadro 8.4). Conclui-se que a maioria dos entrevistados que têm formação específica na área do turismo está na área da restauração e afins (18). Contudo, existe uma grande percentagem de inquiridos nesta atividade que não têm qualificação profissional no turismo (68). Os dados demonstram ainda que na atividade de animação turística existe 100% dos inquiridos com formação na área e que relativamente à atividade de viagens/operadores turísticos mais de metade dos entrevistados tem formação na área (63,6%).

Quadro 8.4: Número de inquiridos com formação específica na área do turismo e tipo de atividade da oferta turística

Formação em turismo		Tipo de atividade								Total	
		Alojamento		Restaurantes e afins		Agente de viagens/operador turístico		Animação turística			
		Nº/%		Nº/%		Nº/%		Nº/%		Nº/%	
Sim	Nº/%	3	9,4	18	56,2	7	21,9	4	12,5	32	100
		25		21		63,6		100		28,3	
Não	Nº/%	9	11	68	84	4	5	0	0	81	100
		75		79		36,4		0		71,7	
Total	Nº/%	12	10,6	86	76,1	11	9,8	4	3,5	113	100
		100		100		100		100		100	

Fonte: Elaboração própria

O quadro demonstra ainda que só 21% dos inquiridos relacionados com a restauração e afins é que têm formação em turismo sendo este tipo de atividade aquela que revela uma menor formação na área.

- **Opinião e expectativas dos empresários sobre o turismo de *surf* em Matosinhos**

Esta parte é dedicada à análise da opinião e expectativas dos empresários em relação ao desenvolvimento do turismo de *surf* no concelho de Matosinhos. No inquérito foi indagado a perceção dos inquiridos relativamente ao desenvolvimento do turismo de *surf* em Matosinhos. Para tal, foi utilizada uma escala de *Likert* de cinco pontos (Figura 8.16).

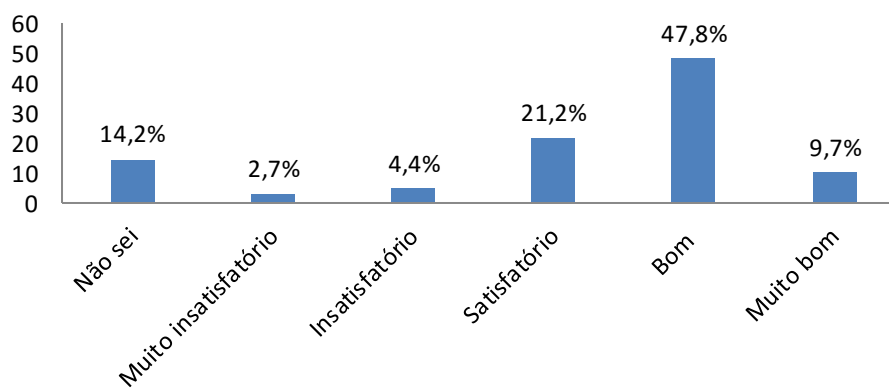


Figura 8.16: Perceção sobre o desenvolvimento do turismo de *surf* em Matosinhos

Fonte: Elaboração própria

Dos dados da figura 8.16 pode observar-se uma forte concentração no “Bom” (47,8%) havendo uma pouca percentagem de inquiridos (7,1%) que revela ser muito insatisfeito (2,7%) ou “insatisfeitorio” (4,4%). Estes dados revelam ainda que existe um número significativo de inquiridos (14,2%) que não têm perceção nenhuma sobre este tipo de turismo, o que pode suscitar algumas considerações nomeadamente a deficiente comunicação entre os vários *stakeholders* que atuam no desenvolvimento e planeamento deste tipo de turismo ou também pode indicar a pouca importância dada a este tipo de turismo no concelho.

Pedi-se posteriormente aos inquiridos para identificar como encaram o crescimento do turismo de *surf* em Matosinhos (Figura 8.17). A figura revela uma expectativa francamente positiva relativamente ao crescimento do turismo de *surf* em Matosinhos pois, segundo a grande maioria dos inquiridos (66,4%), ele vai aumentando ao longo dos anos (75). Porém, os dados revelam que existe uma fatia considerável de entrevistados (15%) que não sabe qual é a perspetiva deste tipo de turismo, o que pode demonstrar uma certa lacuna de comunicação relativamente a este produto no território em estudo.

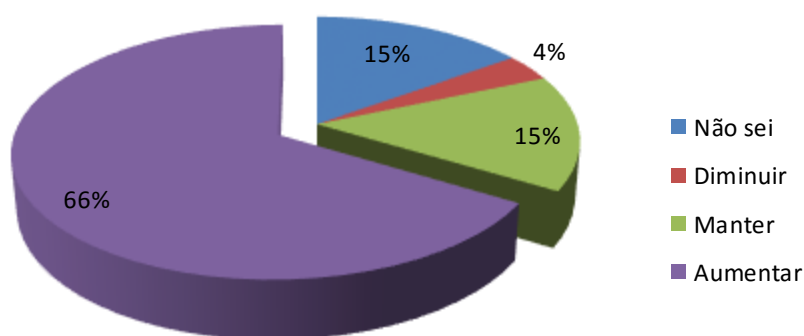


Figura 8.17: Perspetiva sobre a evolução do turismo de *surf* em Matosinhos
 Fonte: Elaboração própria

Para perceber se existe uma associação entre esta variável e o tipo atividade exercida foi realizado o teste de Qui-Quadrado. Dado que o valor da significância (*p_value*) para esta associação foi $p_value = ,496$ constata-se que não existe uma associação entre estas duas variáveis. Tal acontece também entre a variável perspetiva e a idade dos inquiridos dado que

o $p_value=,06$ o que leva a tomar a decisão de aceitar a hipótese nula e consequentemente concluir que não há associação entre a variável perspectiva e a variável atividade económica e entre a variável perspectiva e a variável idade.

- **Impacte económico do turismo de *surf* na empresa**

Relativamente ao impacte económico que este tipo de turismo tem na economia local ainda tem um caminho longo a percorrer como observado pela figura seguinte (Figura 8.18).

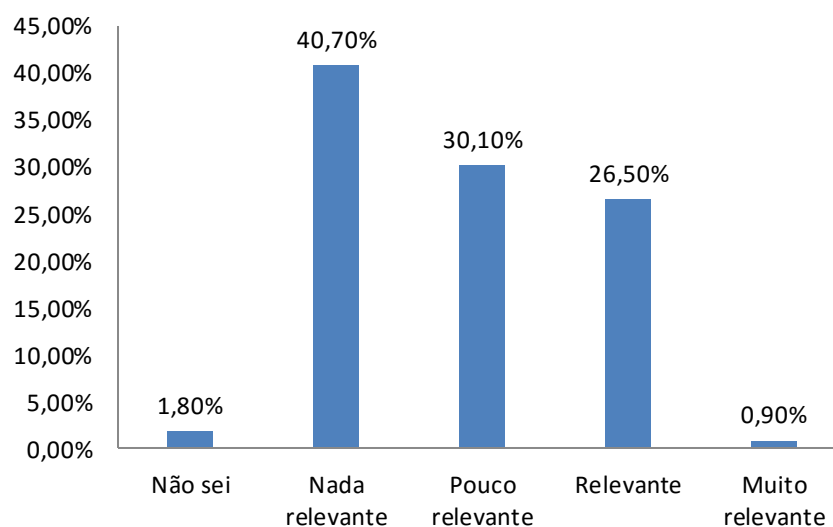


Figura 8.18: Impacte económico do turismo de *surf* para as empresas
Fonte: Elaboração própria

Os dados da figura demonstram que apesar de 26,5% das empresas (30) analisadas declarar que este turismo já tem um impacte relevante a nível económico para as suas empresas, a grande maioria dos inquiridos, nomeadamente 70,8% revela que este tipo de turismo não é nada relevante (40,7%) ou que é pouco relevante (30,1%) o que evidencia um impacte débil deste tipo de turismo na economia geral das outras atividades turísticas.

Por isso, não é de estranhar que 87,6% dos inquiridos afirmou que este turismo não tem contribuído para aumentar o número de colaboradores na empresa (99) e dos 12,4% que responderam afirmativamente (14), esse aumento é só no verão (85,7%) o que revela uma certa precariedade dos empregos tal como acontece com os resultados obtidos na fase II.

- **Parcerias**

O desenvolvimento/ dinamização de redes é um dos elementos cruciais para que qualquer produto turístico seja sustentável. Todavia, de acordo com os dados obtidos dos agentes locais, existem muito poucas empresas que têm uma parceria com as escolas de *surf* como demonstra a Figura 8.19. Quando existe, essas ligações são consideradas débeis, não estruturadas e pouco frequentes. Estes dados confirmam os resultados obtidos na fase II onde as escolas de *surf* indicaram que o trabalho em rede ainda está muito precário e o existente é sobretudo orientado para as empresas situados no Porto.

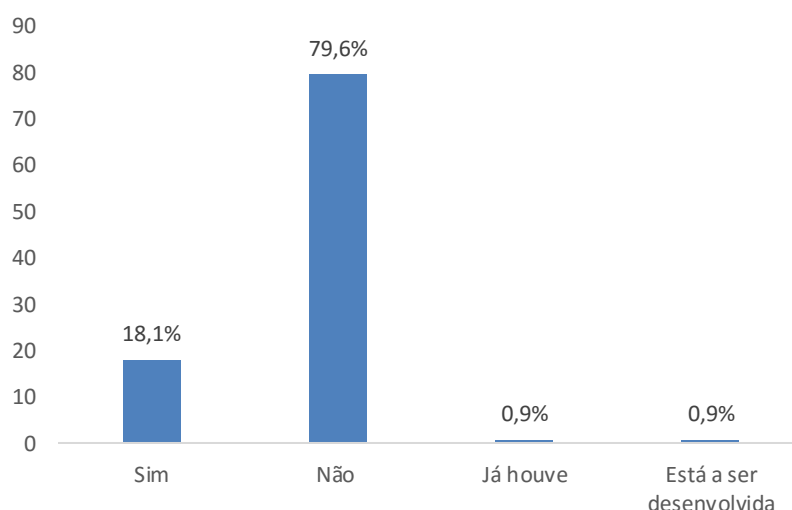


Figura 8.19: Parcerias entre a oferta turística e as empresas de *surf*
Fonte: Elaboração própria

Os dados revelam que das 113 empresas questionadas, 90 (79,6%) referem que não têm qualquer contacto, 21 (18,6%) refere que tem um tipo de parceria e duas empresas referem que já tiveram ou estão em negociação. Contudo, mesmo as que têm parcerias a maioria revela que são pouco frequentes os contactos (63%) confirmando assim os resultados da fase II relativamente à fragilidade das parcerias. Esta discrepância tão notória é um sinal que existe uma necessidade de investir mais na dinamização das redes.

- **Planeamento**

Perguntou-se aos agentes, através de uma pergunta fechada se tinham alguma vez participado em reuniões para serem escutados e informados sobre o desenvolvimento do

turismo de *surf* em Matosinhos. Apesar de ser uma resposta fechada, e dado que esta questão suscitou uma verbalização mais rica dos intervenientes foi colocada as opiniões, sempre que se justificava.

Relativamente à participação os dados são muito claros demonstrando pouca dinâmica no modelo participativo que deve ser incluído num turismo sustentável, como revelado na Figura 8.20.

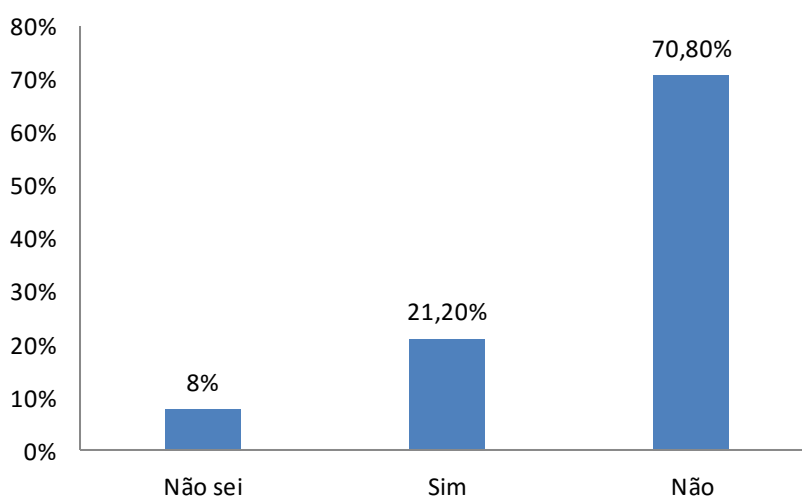


Figura 8.20: Envolvimento dos agentes no planeamento do turismo de *surf* em Matosinhos
Fonte: Elaboração própria

Observa-se que 70,8% das empresas (80) nunca foi auscultada ou interveio no processo de planeamento e desenvolvimento deste tipo de turismo. Os agentes (24) que responderam afirmativamente a esta questão são somente 21,2%. Os dados da figura revelam ainda 8% das empresas (9) que refere não saber responder a esta questão e representam os inquiridos cuja função na empresa são empregados. A insatisfação relativamente a esta situação é bem expressa por alguns inquiridos como é o caso a título de exemplo E2 “ninguém aqui é consultado para nada, não nos perguntam coisa alguma, é uma tristeza” (Anexo XXVII). Os dados demonstram um *défice* de comunicação e envolvimento dos empresários locais que se reflete nas opiniões negativas expressas durante a recolha de opinião. Por isso, as estratégias desenvolvidas ao longo deste ano pela Câmara (e pela oferta turística vocacionada para esta modalidade) é praticamente desconhecida pelos inquiridos, revelando estes dados pouca comunicação entre todos estes *stakeholders* (Figura 8.21).

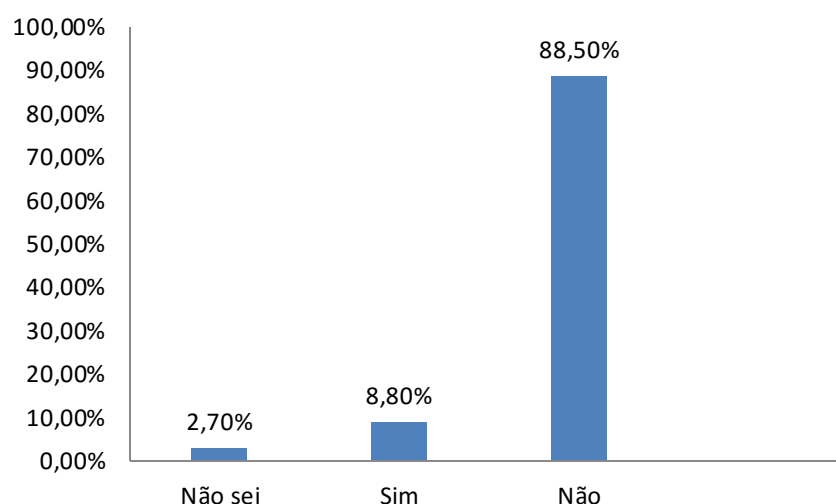


Figura 8.21: Conhecimento sobre as estratégias realizadas no turismo de *surf*
 Fonte: Elaboração própria

Observa-se inequivocamente uma falta de conhecimento sobre a dinâmica do desenvolvimento do turismo de *surf* no território visto que 88,5% das empresas (100) não têm qualquer informação. Apenas 8,8% dos agentes (10) têm algum conhecimento contudo esse conhecimento advém, segundo informação recolhida durante os inquéritos por questionário, mais da busca que fazem *online* do que a comunicação existente entre os *stakeholders* dado como já referido a informação sobre o desenvolvimento é parco visto que não há uma política de integrar as opiniões dos empresários no planeamento do turismo de *surf* em Matosinhos. Como resumo E29 “*se há estratégias eu não sei de nada mesmo*”.

- **Estratégias para desenvolver de forma sustentável o turismo de *surf* em Matosinhos**

Pretende-se agregar as opiniões dos empresários sobre quais as estratégias que deveriam ser implementadas em Matosinhos para que este produto turístico consiga crescer de maneira a beneficiar de forma mais equitativa as atividades económicas locais e contribua para um desenvolvimento mais equilibrado da região. Visto esta pergunta ser de resposta aberta foi primeiramente tratada como análise de conteúdo e posteriormente agrupada em quatro grandes grupos:

1. Intervenção ao nível do alojamento;
2. Maior disponibilidade para criar parcerias, protocolos e um trabalho de equipa entre as atividades;

3. Melhorar as infraestruturas gerais de Matosinhos e específicas ligadas ao *surf*;
4. Estimular eventos ligados ao *surf* ao longo de todo o ano e interligados com outras empresas locais.

A figura 8.22 revela que das 113 empresas analisadas, a estratégia relacionada com fortalecimento de parcerias e trabalho em equipa teve a maior percentagem, visto 83,2% empresas (94) terem demonstrado a necessidade de criar mais laços estratégicos entre todos os intervenientes seguida pela estratégia relacionada com o melhoramento das infraestruturas de Matosinhos quer a nível geral quer a nível específico do *surf*, pois 38,1% das empresas (43) opinaram como bastante importante apostar nesta estratégia. A estratégia relacionada com o estimular de eventos ligados ao *surf* com a integração e divulgação nesses eventos das empresas do concelho foi mencionada por 26,5% das empresas inquiridas (30) e finalmente o número de empresas (13) que referenciaram a intervenção no alojamento como estratégia importante ficaram-se pelos 11,5%.

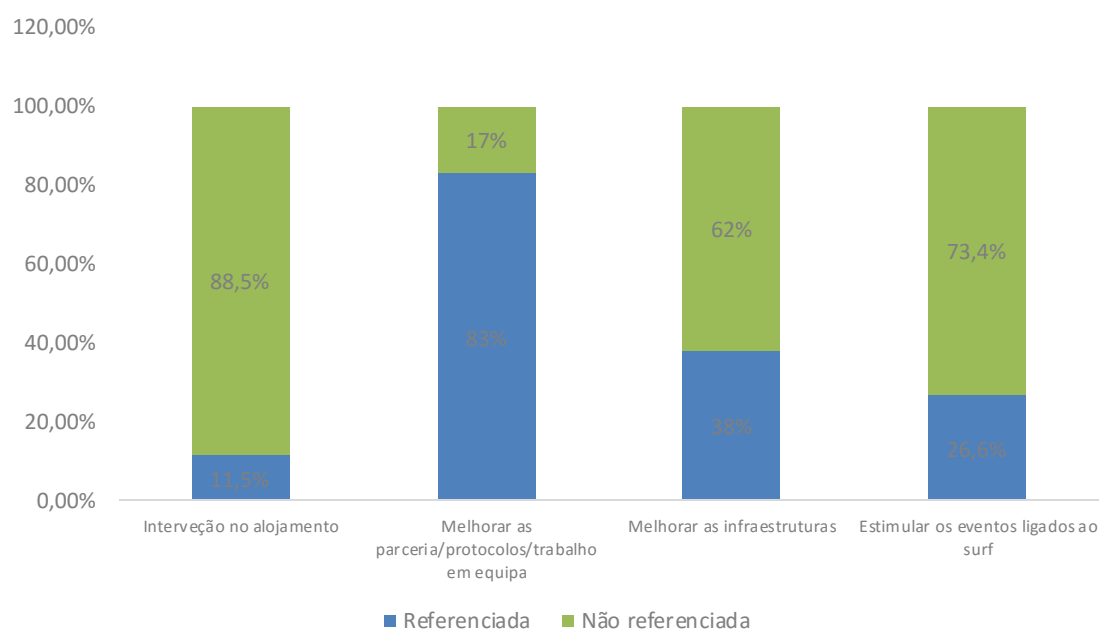


Figura 8.22: Principais estratégias para desenvolver o turismo de *surf* de forma sustentável em Matosinhos

Fonte: Elaboração própria

Relativamente ao grupo (13) que refere a intervenção no alojamento (11,5%), esta estratégia é fundamentada na evidência que para o turismo de *surf* crescer e ser economicamente rentável é essencial apostar na qualificação do seu alojamento contribuindo assim para uma

imagem de excelência do destino turístico. Esta intervenção deve ser realizada, segundo os inquiridos, em duas frentes:

1. Alojamento direcionado para este nicho de mercado visto que se torna mais apelativo a quem gosta de vivenciar este tipo de subcultura (84,6% das empresas referenciaram esta estratégia – 11). Como menciona o inquirido 105 *“parece-me que este turista não gosta de gastar muito no alojamento e prefere estar em contacto com outros surfistas. Acho que se devia investir mais num tipo de alojamento direcionado para eles com a cultura típica deles. Um alojamento alusivo ao surf com preços apelativos e competitivos”*;
2. Utilizar as casas antigas de Matosinhos que ficam perto da zonas costeiras e recuperá-las para alojamento de qualidade (30,7% das empresas – 4). Como refere o inquirido 12 *“Matosinhos tem bastantes casas a cair de velhas, sem ninguém. Era importante recuperá-las, dava outro ar à cidade”* e o inquirido 14 *“Matosinhos devia colocar os olhos no que se está a fazer no Porto. Utilizar as casas antigas daqui e recuperá-las. Matosinhos ficava bem mais bonito e como há falta de espaço para mais construções...”*. Esta estratégia vai ao encontro de um turismo sustentável visto que ao utilizar infraestruturas já existentes a zona não cria na zona costeira mais pressão. Dado que um dos impactes do turismo é a sua forte necessidade de urbanização (capítulo 2) ao utilizar esta estratégia evita-se a construção de mais edifícios numa costa já muito urbanizada.

No que respeita à estratégia para criar mais parcerias, protocolos e um trabalho de equipa mais dinâmico entre as atividades, estes dados demonstram primeiramente que existe uma necessidade evidente de uma maior ligação e trabalho em rede constatado pela grande percentagem 83,2% de inquiridos (94) que refere esta estratégia como de extrema importância para desenvolver economicamente as empresas. Esta primeira constatação sobre a fragilidade das parcerias já foi anteriormente detalhada. Várias intervenções foram mencionadas nesta estratégia nomeadamente:

- Criar uma rede mais forte de parcerias/protocolos entre as empresas (71,2% das empresas – 67). Nesta estratégia verifica-se uma disponibilidade das várias empresas contadas para criar protocolos e parcerias entre as escolas de *surf* e as empresas analisadas. Essas parcerias seriam sobretudo baseadas em descontos entre serviços

ou como expõe E82 “interligar as escolas com o que fazemos aqui (agência de viagem);

- Dinamizar atividades em conjunto para incentivar os serviços das empresas (15,9% empresas – 15). Esta estratégia permite relacionar os vários serviços e produtos existentes para melhorar o grau de satisfação dos turistas visto proporcionar uma experiência mais rica em Matosinhos. Como refere E47 “*temos algumas coisas aqui que não estão trabalhadas e se houvesse uma dinamização de atividades entre empresas poderia ser muito bom não só para nós como para quem nos vem visitar. Falo por exemplo dos cavalos daqui, porque não criar pacotes onde os turistas podem usufruir do mar e disto também*”, E55 “*é importante pensar em atividades em conjunto pois só assim se dinamiza todas as empresas e também ajuda a que os turistas saiam daqui satisfeitos*” e E107 “*criar pacotes apelativos de várias empresas para Matosinhos oferecer experiências mais ricas e que agregue mais serviços*”;
- Desenvolver com a instituição do estado o *marketing* do concelho de Matosinhos de maneira a que seja divulgado as várias atividades económicas, não só o *surf* em Matosinhos quer a nível nacional quer a nível internacional (27,6% das empresas – 26) pois como refere E108 “*Uma maior divulgação internacional que devia ser feito em conjunto com outros produtos turísticos*”, E90 “*a Câmara precisa de vir para o terreno e ver de perto o que se passa aqui. Não podem dinamizar só os grelhados, é só uma rua e os outros? Precisamos de nos sentarmos todos e pensar em conjunto uma forma de dinamizar isto como um todo e não só para uns*”, E75 “*Não se pode só dinamizar uma coisa é preciso pensar em Matosinhos e divulgar os vários serviços não só lá em baixo mas também no interior pois nós também pagamos impostos*”, E85 “*falta muita divulgação e a câmara precisa de ouvir mais e de perceber isto como um bloco*”;
- Apostar na divulgação conjunta de serviços e produtos das empresas (46,8% das empresas – 44 empresas). O âmbito desta divulgação passa por ter *flyers* em conjunto, incentivar os turistas a conhecer as empresas locais aquando da visita pois, como menciona E45, “*é importante apostar mais na divulgação em conjunto das coisas que fazemos pois isto está muito parado*” E46 “*falta mexermos mais nisto e divulgar entre todos o que estamos a fazer, se não ficamos muito isolados, cada um no seu canto*”;

- Melhorar a comunicação das várias empresas que constituem a rede de negócios em Matosinhos (23,4% das empresas – 20 empresas). Esta necessidade é refletida, a título de exemplo, por E2 “*deve haver uma maior comunicação entre todos pois cada um faz as coisas por si e ninguém sabe de nada*”, E50 “*a gente aqui não sabe de nada do que acontece, é cada um por si e isso é mau para todos*”, E63 “*cada um trabalha por si, não há conversa, não se comunica, enfim é ser portugueses*”, E65 “*há muita falta de cooperação e comunicação das coisas todas aqui*”, E68 “*não faço a mínima ideia do que ocorre lá em baixo, precisávamos de comunicar mais*” e demonstra o défice de comunicação existente entre as várias atividades económicas da região.

Esta dinamização sentida e referenciada é essencial e permitirá ao turismo de *surf* ter um papel mais dinâmico no desenvolvimento económico das empresas sediadas no concelho e é um elemento fundamental para que este tipo de turismo possa ser rotulado como sustentável.

No que diz respeito ao melhoramento das infraestruturas, das 43 que referem as infraestruturas (38%), 28 empresas falam no melhoramento geral (65,1%), desde o estacionamento, até às infraestruturas ligadas ao turismo, melhorar a marginal de Leça e sinalização correta. Sintetizando a opinião global das empresas que salientam esta estratégia E107 refere “*melhorar a infraestruturas é fundamental pois está muito déficeária*”. Algumas dessas empresas detalham ainda mais e salientam a necessidade de melhorar as condições das praias (13,9% das empresas – 6), como opina E4 “*melhorar as infraestruturas, limpar mais a praia não somente na época balnear, colocar umas espreguiçadeiras, sei lá acho que isso melhora o aspeto*”. Outros inquiridos (13,9% das empresas – 6) mencionam a necessidade de melhorar as infraestruturas relativas ao *surf* como E24 “*se queremos ter uma imagem de destino de surf é preciso dar condições, falta espaço adequado para a dinâmica da atividade, por exemplo, espaços para colocar pranchas, para trocarem de roupa*” (Anexo XXVIII).

Detalhando a estratégia mencionada por 26,6% das empresas (30) eventos ligados ao *surf* ao longo de todo o ano e interligados com outras empresas locais pode-se observar por algumas opiniões pormenorizadas que esta estratégia é importante para a economia local: E7 “*importante apostar em eventos ligados ao surf mas que nesses eventos estejam empresas daqui da terra e não sei lá de onde. Ah! e é importante dar a conhecer que vai haver um*

evento que é para a gente se preparar com tempo” (Anexo XXVIII). Esta estratégia vai ao encontro de um desenvolvimento mais equilibrado do turismo de *surf* ao longo de todo o ano, combatendo a sazonalidade que é um dos fatores que causa impactos a nível ambiental pela sobreutilização dos recursos existentes. Dado que o turismo de *surf* em Matosinhos apresenta sazonalidade, esta estratégia permite por um lado, ir ao encontro de um equilíbrio económico maior ao longo de todo o ano e por outro uma utilização sustentável do recurso natural.

Foi ainda agrupado nesta questão uma última categoria – Nicho de mercado que não interessa para o estabelecimento – referente a 7% das empresas (8) que não tem interesse neste nicho de mercado e que portanto não têm perceção das estratégias que devem ser implementadas. Das empresas analisadas quatro pertenciam à restauração e afins e quatro às agências de viagem/operadores turísticos.

8.3.2 Análise de dados aos turistas de *surf*

Nesta secção procede-se à apresentação dos resultados do questionário que foi implementado junto dos turistas de *surf*.

- **Perfil sociodemográfico**

A maioria dos visitantes que responderam ao inquérito por questionário (84,3%) são europeus onde predominam os holandeses (18,8%), alemães (15,6%), belgas (14,1%), franceses (9,4%) (Figura 8.23). Os demais turistas provêm do continente asiático (9,4%) nomeadamente da Turquia (4,7%), da Tailândia (3,1%) e da República da Coreia do Sul (1,6%) e do continente norte-americano (6,3%) sendo representados pelos americanos (4,7%) e pelos canadianos (1,6%). Os turistas portugueses não tiveram representatividade o que confirma os dados provenientes dos empresários na fase II.

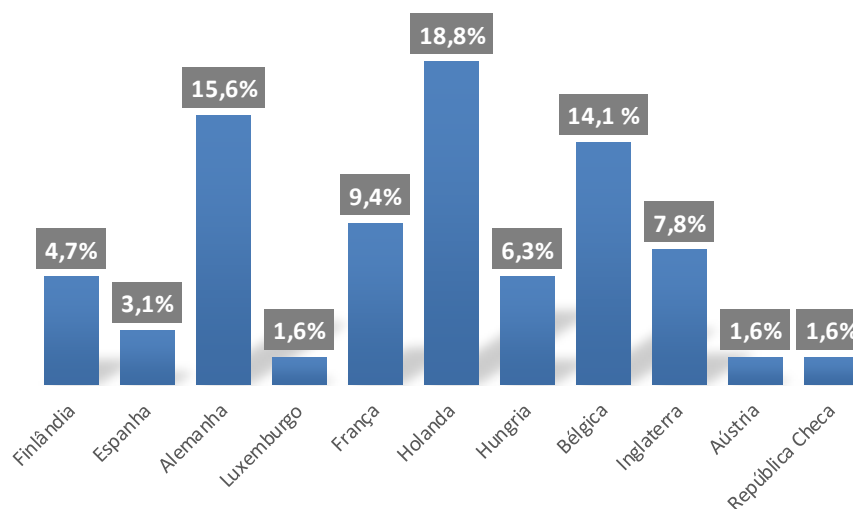


Figura 8.23: Dados sobre a nacionalidade dos turistas que vêm da Europa para surfar em Matosinhos

Fonte: Elaboração própria

Estes dados confirmam os resultados obtidos na fase II onde se concluiu que maioritariamente os turistas que vêm praticar surf são oriundos da Europa contudo, existe uma ligeira diferença pois os dados observados na fase III concluem que a Europa do Norte não tem a maior representatividade das nacionalidades encontradas visto que só a Finlândia faz parte desse grupo. Todavia, e uma vez que o número de entrevistados não é elevado não se pode considerar estes dados representativos.

Observa-se que existe um considerável equilíbrio da amostra em termos de género, havendo ligeiramente mais homens (54,7%) no conjunto de visitantes inquiridos (35). Relativamente à idade, pode-se observar que estão apenas representadas duas faixas etárias sendo que a maioria dos inquiridos tem entre 14 e 24 anos (59,4%). É de notar que 73,4% tem ensino superior (47) e os restantes (26,6%) têm o ensino secundário provavelmente por estarem ainda a completar os seus estudos dado que muitos deles são estudantes (50%). O rendimento médio mensal líquido de 55,1% dos inquiridos encontra-se abaixo dos 1000 euros onde 17,2% refere ter menos de 500 euros e os restantes 37,9% afirmam ter um rendimento entre 501 a 1.000 euros sendo esta a parcela com um maior número de entrevistados (22) (Anexo XXIX).

- **Comportamento em viagem**

Durante a preparação da viagem, os visitantes obtiveram informação sobre o destino turístico de *surf* de Matosinhos sobretudo através da recomendação de familiares ou amigos que conhecem/estiveram em Matosinhos (53,1%). Este dado pode ser um indicador da satisfação de Matosinhos como destino de qualidade, visto o passa-palavra ser um indicador da capacidade de um destino agradar aos visitantes. Outros meios relevantes através dos quais alcançaram conhecimento de Matosinhos como destino de *surf* são os *websites* das escolas de *surf* da localidade em estudo (12,5%) e a parcela de outros que constitui a segunda grande forma de recolha de opinião (34,4%) (Figura 8.24).

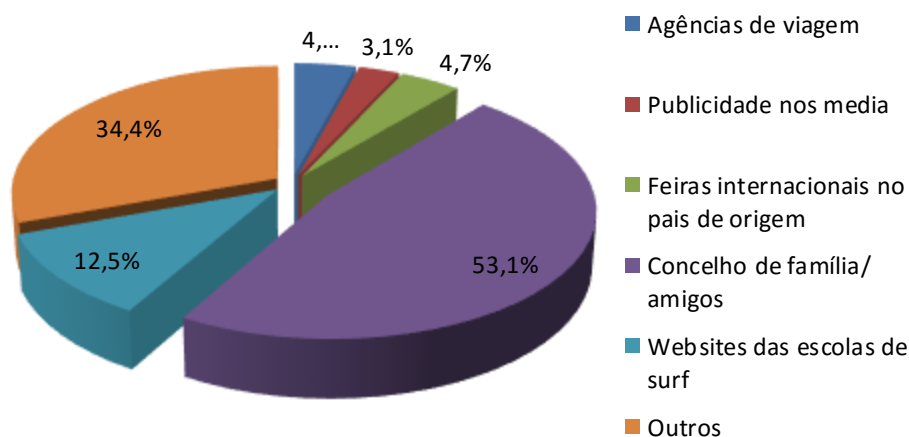


Figura 8.24: Fonte de Informação de Matosinhos como destino turístico de *surf*
 Fonte: Elaboração própria

Dos dados da figura 8.24 salienta-se ainda que somente 4,7% tiveram conhecimento sobre o destino turístico de *surf* de Matosinhos através das agências de viagem (3), 3,1% a através da publicidade nos *media* (2) e 4,7% através das feiras internacionais de turismo (3). No quadro 8.9 está detalhado a parcela dos 34,4% de outros (22).

O quadro do anexo XXX revela que a informação sobre Matosinhos proveio 27% das universidades dos alunos que estão aqui em Erasmus (6), de uma pesquisa geral no Google (5) com 23% a especificar esta parcela e 14% dos *hostels* onde estão alojados (3). Outros ainda, 9%, especificaram terem vivido cá durante a época de Erasmus (2) ou que descobriram Matosinhos através do *Travelbook* 9% (2) ou ainda por mapa 4% (1). Sem especificar

ficaram 14% dos inquiridos (3) que referiram ‘outros’. Estes dados demonstram que, apesar de não ser muito significativo o Erasmus, é uma parcela a ter em atenção pois pode contribuir para divulgar Matosinhos como destino turístico de *surf*.

Importante ainda salientar que ao pesquisar *online* sobre *surf* em Matosinhos, ao contrário do que acontece por exemplo com Peniche, esta pesquisa não é muito significativa. De facto uma pesquisa breve no *Google Trends* confirma esta situação pois foi possível apurar que Matosinhos não é um destino de *surf* muito procurado a nível internacional ou nacional visto que segundo o site “*não existe volume de pesquisa suficiente para mostrar gráficos*” (Google Trends, 2016).

- **Motivo principal da visita e acompanhantes na viagem**

Apesar de os dados recolhidos mostrarem uma quase analogia de valores, os turistas abrangidos por este estudo não tiveram como motivo principal o *surf*, dado que 51,6% referiram que a modalidade não foi a sua principal motivação para viajar para o norte de Portugal (33). As viagens cujo principal motivo foi o turismo de *surf* representam 48,4% (31) o que pode revelar o potencial que este tipo de turismo tem *per si*.

Dos que declararam que houve outro motivo para visitarem o norte de Portugal constata-se que 62% refere que o turismo urbano nomeadamente conhecer o Porto foi a principal motivação da viagem (18), 21% afirma que veio para cá por causa do Erasmus (6). Os restantes 17% repartem-se pelo turismo gastronómico e cultural (3), estão a fazer uma viagem pelo mundo (1) ou apenas referiram que estão a passar férias com a família (1) (Figura 8.25).

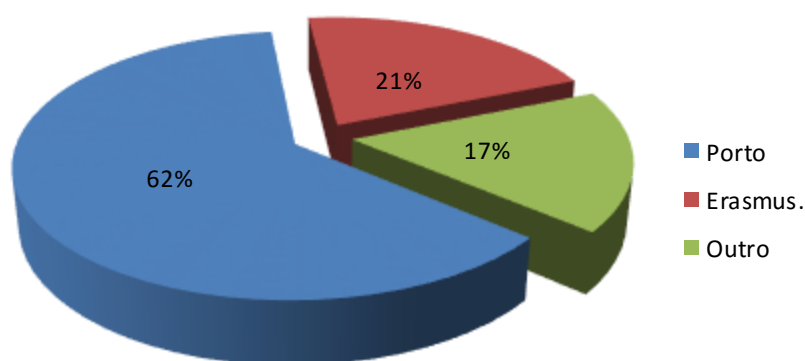


Figura 8.25: Principal motivo para visitar o norte de Portugal
Fonte: Elaboração própria

Os dados demonstram assim que a grande maioria dos entrevistados cujo motivo principal da viagem não é surfar vêm a Matosinhos porque estão a visitar o Porto, o que confirma as afirmações dos empresários da fase II. Relativamente à companhia em viagem pode-se verificar que 46,9% dos inquiridos fez a viagem sozinho. Segundo as informações levantadas na fase II quer na entrevista aos empresários quer à instituição estatal, estes turistas são *soft tourist* que vêm a Matosinhos aprender *surf* por curiosidade ou por estando cá pretendem ter experiências mais ricas em viagem (Figura 8.26).

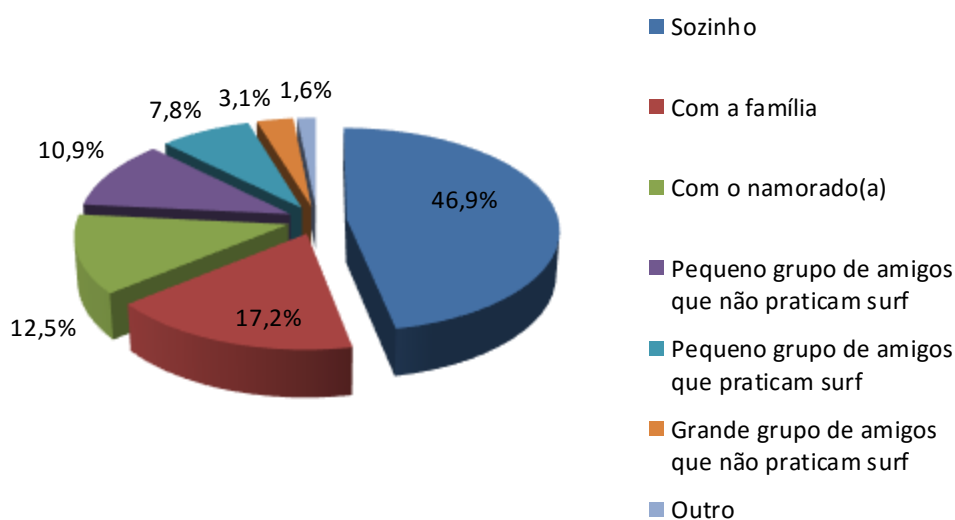


Figura 8.26: Companhia em viagem
Fonte: Elaboração própria

Desta amostra, os restantes 53,1% inquiridos afirmam que estão a passar férias acompanhados. Destes, 17,2% está a passar férias com a família, 12,5% viaja com o namorado e 1,6% refere que viaja só com um amigo. Os restantes 21,8% viajam em grupo sendo que 14,0% viaja com um grupo de amigos que não praticam *surf* e 7,8% viaja com um grupo de amigos que praticam *surf*. Dos que vêm acompanhados por amigos que não praticam *surf*, 10,9% vêm acompanhados por 2 a 3 amigos e 3,1% por mais de 4 amigos (Anexo XXXI).

- **Experiência da visita**

Mais de metade dos respondentes (78,1%) afirmou ser a primeira vez que visitam Matosinhos para praticar a modalidade enquanto 21,9% já tinham visitado anteriormente o

concelho. Destes, 28,4% já tinha efetuado uma visita (4), 35,7% já tinha realizado pelo menos duas visitas (5) e 35,6% já tinha realizado 3 ou mais visitas anteriormente (5).

Estes dados são indicadores, em conjunto com os dados recolhidos sobre os meios de informação, do enorme potencial de crescimento que este tipo de turismo pode ter em Matosinhos e leva a refletir sobre as estratégias que devem ser implementadas para fidelização esta parcela grande de turistas de *surf* que estão em Matosinhos pela primeira vez.

Quanto à satisfação quanto à experiência associada ao turismo de *surf* no concelho de Matosinhos pode-se referir que 35,9% indicaram como “Boa” (23) e 64,1% afirmaram como “Muito boa” a sua experiência (41) ligada ao *surf* em Matosinhos, não havendo outro grau de satisfação assinalado. Tem uma média de 4,64 e um desvio padrão de 0,484, o que demonstra, por ser um valor bastante baixo, que não houve grande variabilidade nas respostas.

A fidelização ao destino foi apurada através da probabilidade de voltar e de recomendar este destino a familiares e amigos, usando para isso uma escala de Likert de 5 pontos (Figura 8.27).

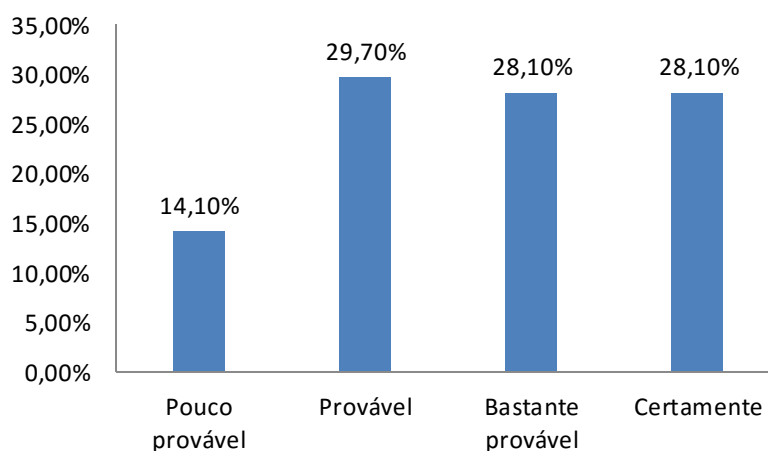


Figura 8.27: Probabilidade de regressar ao destino turístico de *surf* de Matosinhos
Fonte: Elaboração própria

Com uma média de 2,70 e um desvio padrão de 1,034, os dados demonstram que 14,1% dos inquiridos (9) refere que é “Pouco provável” e 29,7% mencionam que é “Provável” o seu retorno a Matosinhos (19) perfazendo um total de 33,8% dos inquiridos. Dos restantes 56,2%, 28,1% admitem ser “Bastante provável” o retorno (18) e o mesmo valor (28,1%) admite certamente regressar a Matosinhos (18).

No que diz respeito à probabilidade de recomendar o destino turístico de *surf* de Matosinhos (Figura 8.28) os dados são francamente satisfatórios, visto não existir quem afirme que seja “nada provável” ou “pouco provável” recomendar Matosinhos a conhecidos. Apresentando um desvio padrão de 0,841 e uma média de 2,92, 31,3% dos inquiridos (20) refere que muito provavelmente vai recomendar Matosinhos. Os demais referem ser 29,7% muito provável a recomendação e existe ainda 31,3% que garante que certamente vão recomendar Matosinhos.

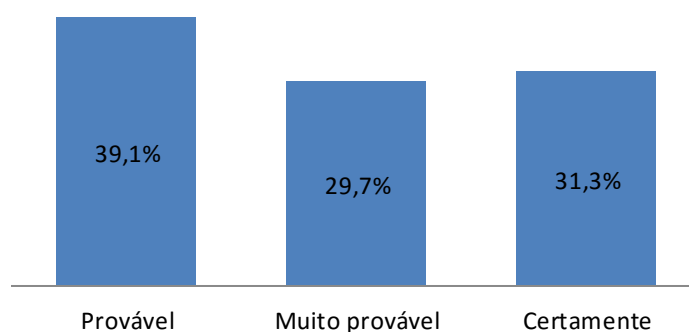


Figura 8.28: Probabilidade de recomendar Matosinhos como destino turístico de *surf*
Fonte: Elaboração própria

- **Impactes económicos**

Contudo, e apesar desta notória satisfação relativamente ao *surf* em Matosinhos, a grande maioria dos entrevistados não se encontra alojado no concelho, dado que 78,1% assinala negativamente esta questão.

Dos que referem estar hospedados em alojamentos fora de Matosinhos (Figura 8.29), a grande maioria (78%) cita o Porto como local de eleição (39), havendo apenas uma pequena percentagem (8%) de inquiridos que menciona outros locais (4). Há a salientar que a percentagem de “não respostas” a esta questão foi de 14% (7) contudo como não ultrapassa os 20% dos casos, não provoca enviesamento nos resultados.

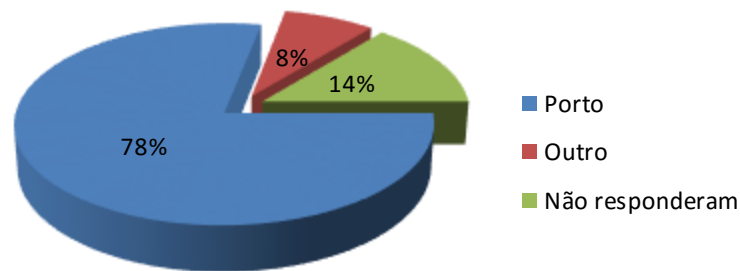


Figura 8.29: Local de hospedagem fora do concelho de Matosinhos
 Fonte: Elaboração própria

Apesar de uma parte considerável de inquiridos ter respondido que não estava alojado em Matosinhos, às pessoas que responderam afirmativamente que estavam a pernoitar em Matosinhos foi solicitado que indicassem o número de noites (Figura 8.30). Dessas, 14% responderam que iam ficar 2 noites (2), 72% referir que a sua estadia era de 3 noites (10) e 14% referiram 4 noites de estadia (2) não havendo nenhum inquirido que fique apenas uma noite.

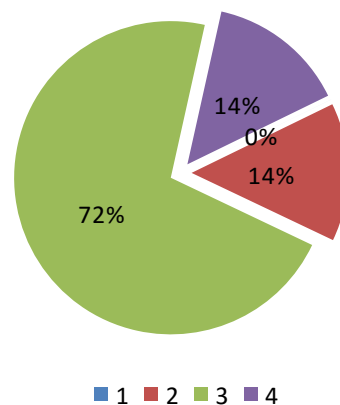


Figura 8.30: Dados sobre o número de noites a pernoitar nos alojamentos em Matosinhos
 Fonte: Elaboração própria

Relativamente aos gastos no concelho de Matosinhos 48,4% situa-se entre os 25 € a 49€ (31) seguidamente estão os que referem gastos até aos 25€ (23) com uma percentagem de 35,9%. Os intervalos com os valores mais altos de gastos são aqueles que têm um menor número de percentagem nomeadamente entre 50€ e 100 € (8) com uma percentagem de 12,5% e os que

se situam entre 101€ a 200€ (3,1%) (2). É de salientar que não houve nenhuma resposta do valor igual ou superior a 200 € (Figura 8.31).

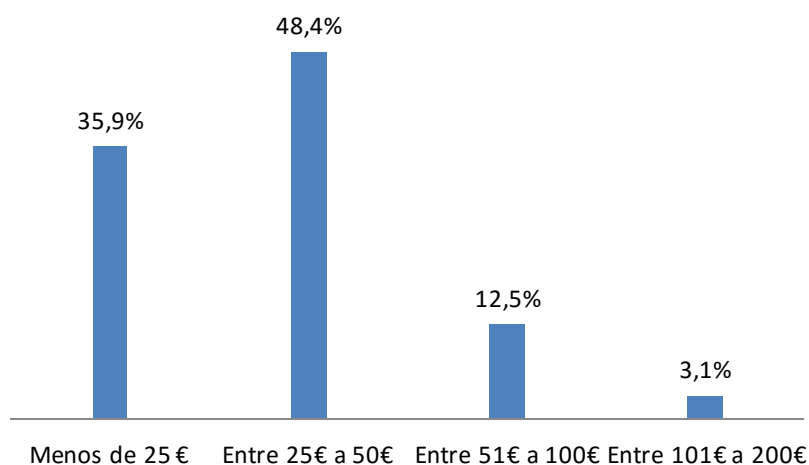


Figura 8.31: Distribuição dos gastos por pessoa durante a visita e estadia a Matosinhos
Fonte: Elaboração própria

Seguidamente foi questionado o que visitou ou pensa visitar em Matosinhos (Figura 8.32). A grande maioria dos inquiridos (62,5%) menciona que só visita Matosinhos para praticar a modalidade em Matosinhos (40). Outros diversificam a sua escolha sendo o mais relevante aqueles que pretendem em Matosinhos ter uma experiência gastronómica (35,9%) (23) seguidos com percentagens iguais 15,6% por aqueles que têm interesse pelo património cultural (festividades) e natural (10). Os que pretendem ou visitaram o património cultural construído de Matosinhos ficam-se pelos 7,8% (5) existindo uma pequena parcela de igual valor que pretende fazer outro tipo de visitas. Nesta parcela todos referiram as comprar como motivo de visita em Matosinhos.

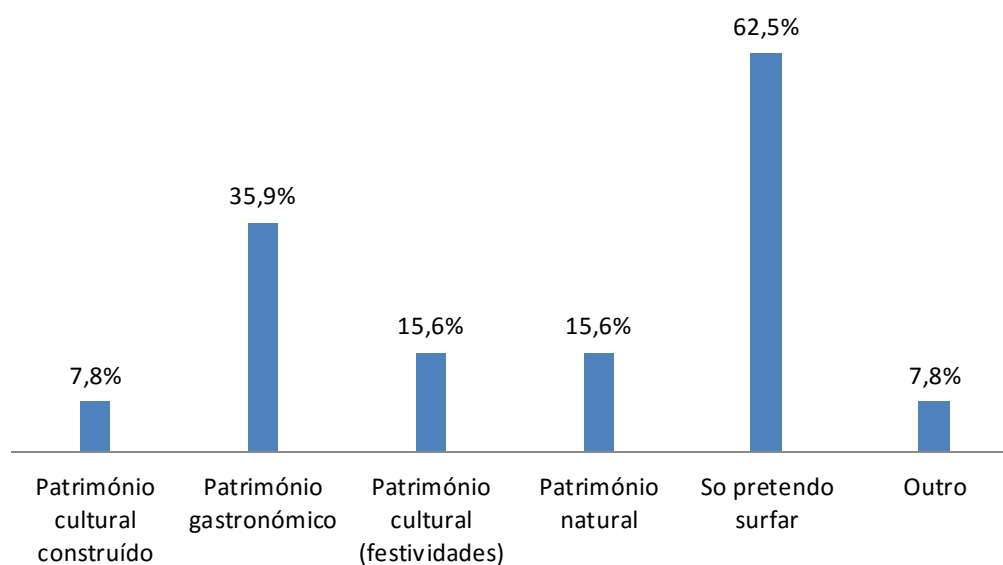


Figura 8.32: Património a visitar

Fonte: Elaboração própria

Estes dados sugerem a pouca utilização de outros produtos turísticos e como tal o impacto deste tipo de turista no território pode estar a ser pouco significativo.

- **Comportamentos sustentáveis**

Com o objetivo de melhor compreender a vertente comportamental ligada à sustentabilidade solicitou-se aos visitantes, que, indicassem qual o grau de frequência que tinham relativamente a um conjunto de afirmações que relacionavam o seu comportamento como visitantes em Matosinhos (Anexo XXXII).

Ainda que se deva considerar os dados com algum cuidado, devido ao enviesamento originado pelo “politicamente correto”, estes resultados indicam um comportamento ambientalmente sensível no que diz respeito à poupança de água/energia e reciclagem dado que 34,4% dos inquiridos refere que é bastante frequente este género de comportamento. Porém os dados revelam que a nível de esforço para compras produtos considerados “amigos do ambiente” 31,3% dos turistas revelam que é pouco frequente. A nível de respeito pelo ecossistema, designadamente as dunas e os ecossistemas aí existentes existe um respeito bastante significativo em relação ao não pisoteio da natureza aí existente pois 78,7% tem um comportamento ambientalmente sustentável. De igual forma, 89% dos entrevistados procura preservar o ambiente em Matosinhos. A nível ambiental ainda há a salientar que a procura

por destinos com qualidade ambiental e por alojamento com boas práticas ambientais é frequente em 32,8% e bastante frequente 28,1% dos inquiridos respetivamente. No entanto, existe valores muito próximos de indivíduos, nomeadamente 31,3%, que referem ser pouco frequente essa preocupação por destinos com qualidade ambiental o que indica uma certa ambiguidade de comportamentos. Apesar desta situação pode-se considerar que existe uma sensibilização ambiental o que sugere um menor impacte destes turistas nos destinos que visitam. De igual forma parece existir um interesse por destinos e alojamentos mais sustentáveis, o que pode contribuir para estimular em Matosinhos o desenvolvimento do turismo baseado nesses princípios. Se a nível ambiental, as informações recolhidas são bastante positivas a nível de impactes socioculturais esses dados já demonstram uma certa fragilidade pois apesar de 37,5% mencionar que há uma preocupação frequente em preservar a cultura em Matosinhos depois os seus comportamentos não são tão significativos dados que existe uma grande percentagem de turistas que não procuram conhecer a cultura e o património do território em estudo. De facto, sempre mais de metade dos inquiridos referem ser nada frequente ou pouco frequente a sua envolvimento na herança patrimonial e cultural de Matosinhos. Existe porém uma exceção relativamente ao impacte social visto que existe uma atitude de procurar o convívio com a comunidade local de forma frequente (31,3%), bastante frequente (48,4%) e sempre (7,8%) num total de 87,5% de indivíduos que tem uma atitude bastante pró-ativa na procura de integração com a comunidade.

- **Destino turístico**

No sentido de identificar a perceção que os visitantes têm do destino foram colocadas variáveis que noutros estudos empíricos eram considerados como atributos relevantes para a atratividade de um destino turístico.

As características mais positivas do destino de Matosinhos relacionam-se com a simpatia dos residentes (54,7%), o bom acesso ao local e a gastronomia (50%) assim como a disponibilidade para praticar desporto (32,8%) (Anexo XXXIII).

Relativamente às características mais negativas constata-se pelo anexo XXXIV a qualidade ambiental (64,1%), os *packages* e produtos turísticos disponíveis (50%) assim como a riqueza do património (39,1%).

Sabendo que a maioria dos turistas de *surf* são jovens é fundamental investir em complementar com produtos e serviços turísticos mais apelativos como é o caso animação noturna.

- **Destino turístico de *surf***

O anexo XXXV revela quais as características do território como destino turístico de *surf* consideradas como mais positivas. Os dados demonstram que são as escolas de *surf* com preço apelativo (64,1%), a duração da temporada de *surf* (43,8%) e a receptividade da população local (35,9%) as características mais salientadas.

Relativamente aos aspetos negativos o quadro do anexo XXXVI revela em maior percentagem a qualidade ambiental da praia (56,3%), a temperatura da água (50%) e o clima e a qualidade da água ambas com 32,8%.

A qualidade ambiental já tinha sido mencionada na fase II como uma das características mais negativas de Matosinhos. A fotografia, recolhida através do método de observação durante os meses de primavera (Abril, 2016), procura evidenciar este facto (Figura 8.33).





Figura 8.33: Qualidade ambiental na praia de Matosinhos
Fonte: Elaboração própria

Mesmo nos campeonatos ocorridos em Matosinhos em abril/maio de 2016, as praias encontravam-se com má qualidade como por exemplo areias poluídas, como comprova a fotografia tirada durante o Circuito de *Surf* do Norte em Leça da Palmeira (Figura 8.34).

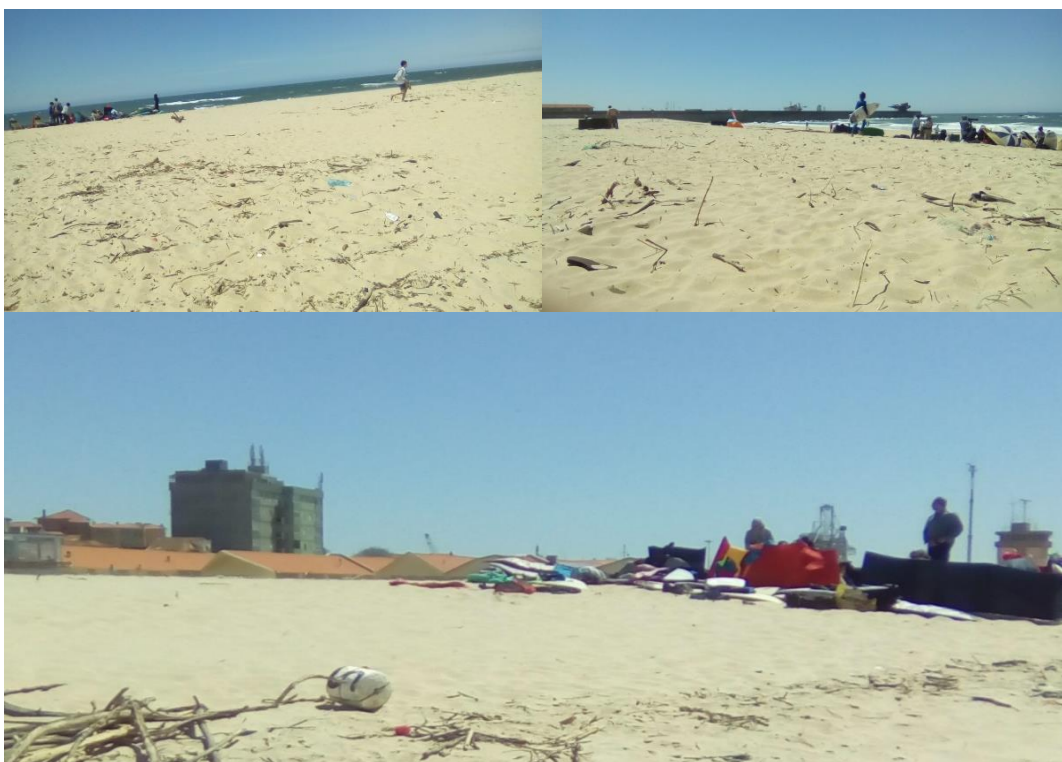


Figura 8.34: Aspeto da praia de Leça durante o Circuito de *Surf* Norte
Fonte: Elaboração própria

- **Pilar ambiental**

Observando os dados da figura 8.35 pode observar-se que a maioria (89,1%) se desloca através dos transportes coletivos locais (autocarro, comboio, metro) (57) fazendo uso dos bons acessos que existem neste território.

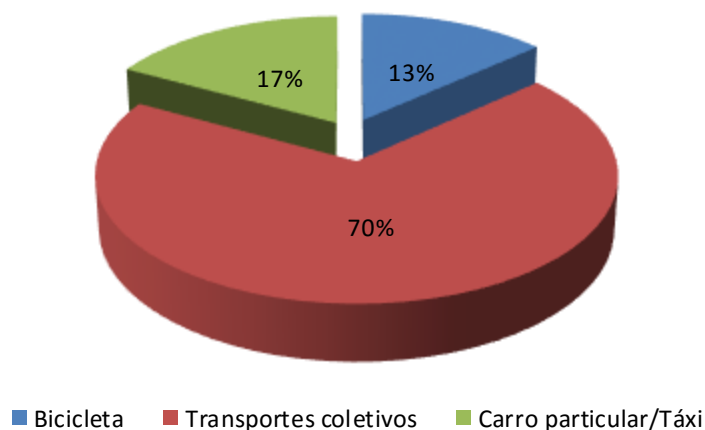


Figura 8.35: Meio de transporte utilizado na estadia ou deslocação em Matosinhos
Fonte: Elaboração própria

Destes dados pode-se observar que utilizam ainda como meio de transporte o carro particular/táxi (21,9%) e que 17, 2% utiliza a bicicleta (11).

Um turismo sustentável implica que os turistas tenham preocupação ambiental e intervenham na recuperação e proteção dos ecossistemas dos destinos turísticos. Relativamente a este aspeto os dados relevam que a grande maioria dos entrevistados (82,8%) não participou em nenhum evento de recuperação ou proteção ambiental.

Outra questão importante é perceber se usufruíram de algum tipo de formação ambiental fornecido pelas escolas durante a visita a Matosinhos dado que um turismo sustentável tem que oferecer uma educação ambiental aos seus turistas. As respostas afirmativas são somente 29,7%, revelando ainda um *défice* de formação neste âmbito (Figura 8.36).

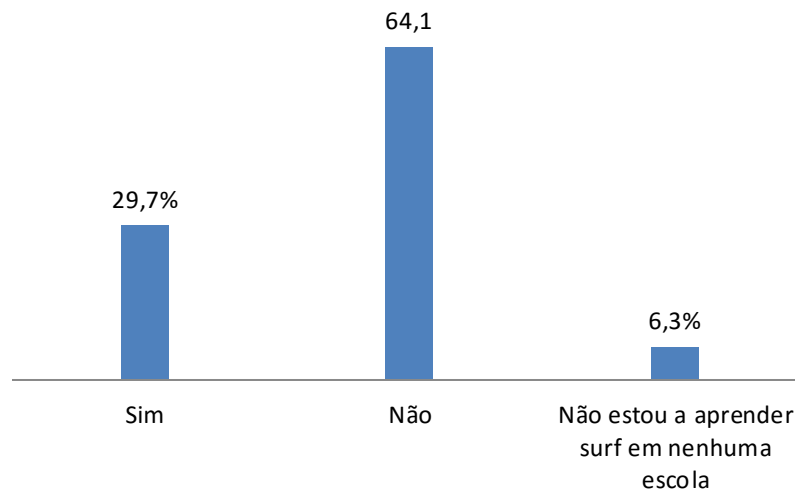


Figura 8.36: Dados sobre a educação ambiental fornecida pelas escolas de *surf*
 Fonte: Elaboração própria

- **Conflitos**

Em Matosinhos o ambiente na água é em geral amistoso. No entanto, esse ambiente pode mudar a qualquer hora ou dia dependendo das condições para *surf*ar (eg: ventos, marés, ondas grandes), ou da superlotação (especialmente nos fins de semana e época balnear) que leva a um ambiente mais competitivo (Eberlein, 2011). O elemento humano é provavelmente o fator mais relevante que influencia o ambiente no mar (Eberlein, 2011) podendo causar conflitos entre os vários utilizadores deste recurso natural. Assim, após na fase II ter sido referenciado esta situação procura-se na fase III observar os pareceres de outros utilizadores de forma a verificar se esta situação é já problemática em Matosinhos.

Dos 64 turistas, uma grande maioria (71,9%) respondeu negativamente a esta questão (46). Dos restantes 28,1% (19) presenciaram conflitos sobretudo entre *surfistas* e escolas de *surf* como demonstra o quadro do anexo XXXVII.

Apesar de estes resultados mostrarem que não há um grande problema de violência entre os vários utilizadores na água, o que vai ao encontro de outros estudos já realizados como (Eberlein, 2011), há um conflito potencial. Defende-se esta ideia porque tendo os inquéritos sido realizados fora da época de maior fluxo mesmo assim foi presenciado conflitos sobretudo entre *surfistas* e escolas de *surf* (20,3%), entre *surfistas* e outros praticantes de desporto (7,8%) e entre *surfistas* qualificados e iniciantes (6,3%). Estes dados revelam assim que existe um certo desconforto entre praticantes de desportos aquáticos que pode ser potencialmente agravado quando o mar se encher de mais utilizadores como acontece no

verão. Aliás, estes dados têm que ser cuidadosamente analisados e não generalizados pois o facto de terem sido realizados numa época de menos fluxo esta situação influenciou os resultados finais pois obviamente não existem banhistas ou moradores nesta altura do ano a frequentar as praias. Esta situação pode ter condicionado as respostas das outras questões. Se for realizado uma comparação com as entrevistas efetuadas no verão de 2015 aos empresários locais constata-se uma diferença pois estes *stakeholders* confirmam que existe conflitos também com os banhistas e comunidade local e que isso tem criado mal-estar entre os vários utilizadores do espaço.

8.3.3 Residentes

- **Caracterização sociodemográfica dos residentes inquiridos**

Dos entrevistados 89,1% são do concelho (138) e os restantes 10,9% são representantes da comunidade *surfista* da região (17) [5,8% Maia (9); 2,6% Porto (4); 1,3% Gondomar (2); 0,6% Foz do Ouro (1) e 0,6% Castelo da Maia (1)]. A Figura 8.37 detalha os locais de residência dos entrevistados que vivem no concelho de Matosinhos que estão representadas neste inquérito.

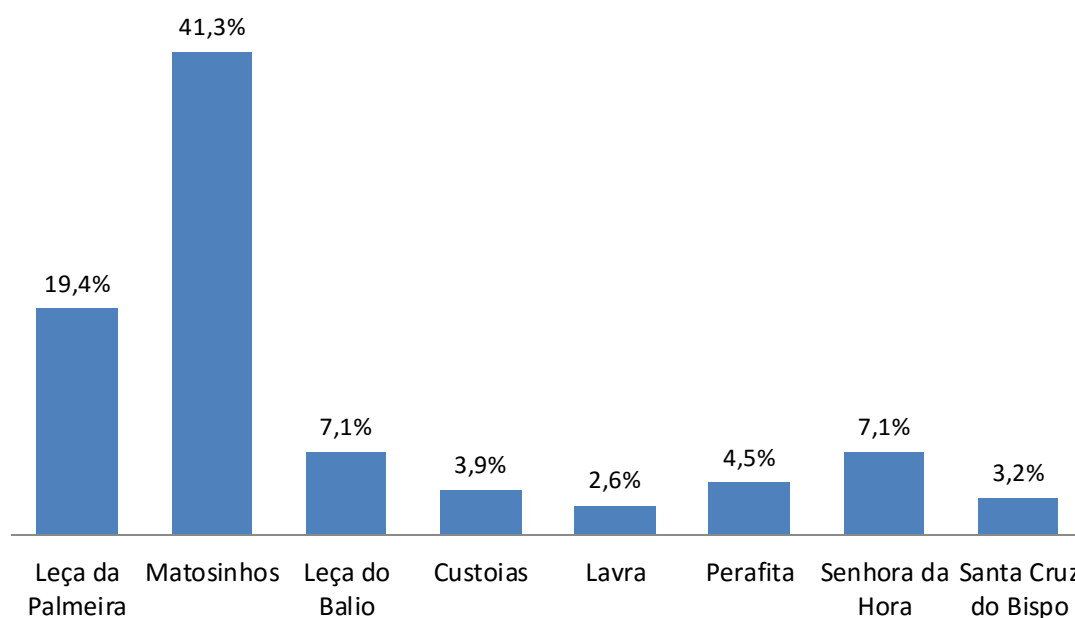


Figura 8.37: Locais de residência dos entrevistados que vivem em Matosinhos

Fonte: Elaboração própria

Observamos da análise de dados do anexo XXXVIII que foram inquiridos 56,8% homens (88) e 43,2% de mulheres (67) e a maior parte, mais precisamente 58,1% está na faixa etária entre os 25 a 49 anos (90) seguidos 21,3% dos que representam a faixa entre os 15 a 24 anos (33). A maioria 53,5% apresenta altos níveis de escolaridade – ensino superior (83) – seguidos dos que possuem ensino secundário (62) com 40%. A maioria dos inquiridos, 58,7% encontram-se a trabalhar a tempo inteiro (91), 14,8% são estudantes (23), 9% está a trabalhar a tempo parcial (14) e 7,7% de reformados (12).

Dos entrevistados 57,4% não pratica a modalidade e não tem familiares a praticar (89) e 42,6% pratica ou tem algum membro da família a praticar *surf* (66). Destes últimos, 77,3% praticam a modalidade (51) os restantes 13,6% têm filhos(as)/enteados(as) a praticarem (9), 6,1% têm sobrinhos(as) (4) e 1,5% têm primo (1) ou namorado (1) a praticarem *surf* (Figura 8.38).

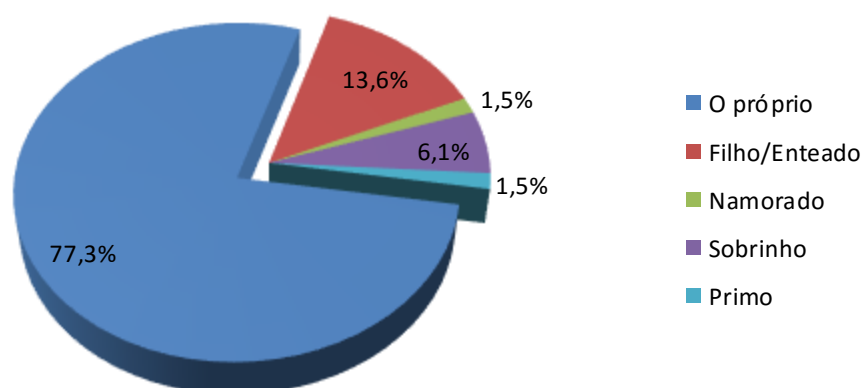


Figura 8.38: Percentagem de indivíduos entrevistados que praticam ou têm familiares próximos a praticarem *surf*
 Fonte: Elaboração própria

Foi ainda detalhado, através do Teste de Mann-Whitney ⁴⁴, se havia diferenças de opinião entre os que praticam *surf*/familiares a praticar e os que não praticam/não têm familiares a

⁴⁴ Teste de Mann-Whitney: “teste que averigua se as ordens médias de dois grupos independentes ao nível de uma variável dependente diferem [...]permite comparar dois grupos [...] ao nível de uma variável ordinal” (Martins,2011, p.141). Permite comparar o “centro de localização das duas amostras, como forma de detetar diferenças entre duas populações [...] possibilita verificar a igualdade de comportamentos de dois grupos de casos [...]” (Pestana & Gageiro, 2014, p. 941).

praticar (variável independente) relativamente à tolerância de haver *surfistas* em excesso no mar de Matosinhos (variável dependente). Os dados do teste demonstram que existe diferenças significativas entre os dois grupos relativamente à tolerância (aprecia) de haver excesso de *surfistas* no mar em determinadas alturas do ano. Por outras palavras, a significância associada é $p_value=,001$ o que leva a rejeitar a hipótese nula, ou seja, aceita-se que há diferenças entre quem pratica/conhece e não pratica/ não conhece ao nível da tolerância de ter em Matosinhos demasiados *surfistas* no mar. Os dados demonstram que são os *surfistas*/quem tem familiares os menos tolerantes pois o *Mean Rank*⁴⁵ é de 90,62 comparativamente ao segundo grupo que é de 68,64. O mesmo teste foi realizado para perceber desses dois grupos (variável independente) se existe diferença de perceção face à noção de haver excesso de *surfistas* em Matosinhos (variável dependente). Os resultados apontam para que exista diferenças entre os que praticam/têm familiares e os que não praticam/não têm familiares dado que o $p_value =,001$. Assim, o primeiro grupo relata haver um excesso de *surfistas* no mar (90,65%) significativamente superior ao do grupo 2.

O mesmo teste permitiu concluir que existe também diferenças significativas entre estes dois grupos relativamente à perceção dos conflitos inerentes ao uso de recursos devido ao turismo de *surf* em Matosinhos ($p_value=,027$). Os resultados confirmam novamente que são os *surfistas*/têm familiares (*Mean Rank*= 86,74%) que mais concordam que o turismo em Matosinhos contribui para criar mais conflito de uso de recurso.

Contudo, quando se procura perceber se há diferenças entre estes dois grupos relativamente à satisfação com o crescimento do turismo de *surf* os dados ao revelar um $p_value=,347$ levam a reter a hipótese nula e concluir que não há diferenças significativas entre estes dois grupos e que como anteriormente mencionado existe uma satisfação bastante positiva quanto ao crescimento do turismo de *surf* em Matosinhos. Os mesmos resultados obtêm-se para a variável dependente gostaria que no futuro houvesse mais turistas de *surf* dado que reteve-se a hipótese de não haver diferenças de opinião entre os dois grupos analisados ($p=,172$).

No entanto o grupo que pratica/tem praticantes é também heterogéneo sendo necessário perceber se há diferenças quanto ao comportamento, perceção e atitudes deste grupo específico face a estas variáveis dependentes. Assim, foi efetuado o teste de Kruskal-Wallis

⁴⁵ *Mean Rank*: ordem média relativa a cada grupo (Martins, 2011, p. 144).

⁴⁶ (χ^2) que revela que relativamente à percepção que o turismo de *surf* tem condicionado o tempo de lazer existe também diferenças significativas dado que o nível de significância $p < ,001$ apresentando o valor do teste de 20,66, com 4 graus de liberdade. Quanto à percepção se existe excesso de *surfistas* em Matosinhos os dados do teste apresentam os seguintes valores $\chi^2=23,54$ com 4 graus de liberdade apresentando diferenças significativas entre os grupos ($p < ,001$). No que diz respeito aos conflitos de uso que o turismo de *surf* em Matosinhos tem, os dados do teste apresentam um valor $\chi^2 = 18,25$, grau de liberdade 4 e demonstram que existe também diferenças entre os grupos analisados ($p=,001$). Há ainda diferenças significativas entre os grupos analisados ($p_value=,009$) relativamente a apreciarem ter demasiados *surfistas* nas praias de Matosinhos. Porém, apenas com estes dados fica a incerteza se essas diferenças são estatisticamente significativamente. Foi então executado o teste Mann-Whitney que permitiu detetar entre que grupos existem, de facto, diferenças significativas. Os dados demonstram pelo p_value que existe diferenças significativas sobretudo entre aqueles que praticam a modalidade e aqueles que têm familiares a praticar a modalidade. Seguidamente tentou-se perceber se havia diferenças neste grupo relativamente à satisfação com o crescimento do turismo de *surf* em Matosinhos. Tal como no teste entre os dois grupos principais também aqui reteve-se a hipótese de não haver diferenças significativas entre os cinco grupos analisados ($p=,693$). Quanto à questão se no futuro gostaria que houvesse mais turistas de *surf*, os resultados levam a reter a hipótese nula referindo assim que não há diferenças significativas de opiniões entre os grupos ($p=,171$). Seguidamente foi questionado das praias de Matosinhos que são *spots* de *surf* quais as que costumavam frequentar na época de verão, dado que esta data específica é mais importante detalhar, pois é nesta altura que está uma maior densidade populacional nestes locais que poderá ocasionar conflitos de uso.

A informação recolhida demonstra que a praia de Matosinhos é a mais frequentada pois 67,1% dos inquiridos refere que utiliza a praia de Matosinhos na época balnear (104). Seguem-se as praias de Leça da Palmeira (84) e do Aterro (74) respetivamente com 54,2% e 47,7%. Júlio Marinho (Cabo do Mundo) é a praia menos frequentada (55) com apenas

⁴⁶ Kruskal-Wallis: teste não-paramétrico “[...] que averigua se há diferenças entre três ou mais grupos independentes ao nível de uma variável dependente ordinal” (Martins, 2011, p. 161). É um teste que compara a distribuição de duas ou mais variáveis de nível pelo menos ordinal em duas ou mais amostras independentes [...] baseia-se na soma das ordens dos grupos combinados por ordem crescente (Pestana & Gageiro, 2014, p. 952).

35,5% dos inquiridos a referenciar este local. Os dados demonstram ainda que um inquirido na época banhar prefere não ir às praias do território pois tem casa em Mindelo. Dos 155 inquiridos, 72% menciona as praias ideais para a prática do *surf* (112) como as que também frequentam e 28% refere ainda outras praias (43) sendo a mais citada, 23% a praia de Angeiras (10) (Figura 8.39).

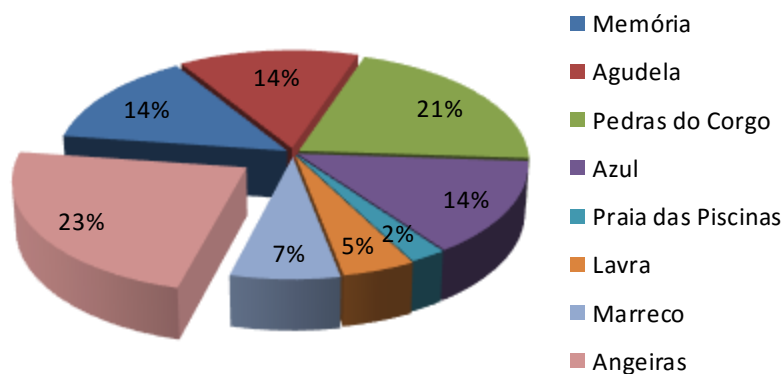


Figura 8.39: Outras praias de Matosinhos mencionadas como utilizadas durante a época banhar
Fonte: Elaboração própria

A frequência com que os residentes vão à praia é um dado relevante pois pode condicionar a aceitação de outros utilizadores na praia que frequentam. O quadro do anexo XXXIX faz uma síntese desta recolha de informação. Pode constatar-se que 46,5% é frequentador de praias somente no fim-de-semana e que 36,1% frequenta-as durante a semana de duas a três vezes.

- **Benefícios e satisfação**

Para compreender o papel e a relevância que o turismo de *surf* tem na comunidade local é necessário avaliar as perceções e satisfação que este produto turístico tem neste *stakeholders*. A evidência empírica produzida através dos questionários realizados demonstra que, genericamente, os residentes reconhecem que existe benefícios, expressam satisfação com o turismo de *surf* (Figura 8.40) e apoiam o seu desenvolvimento.

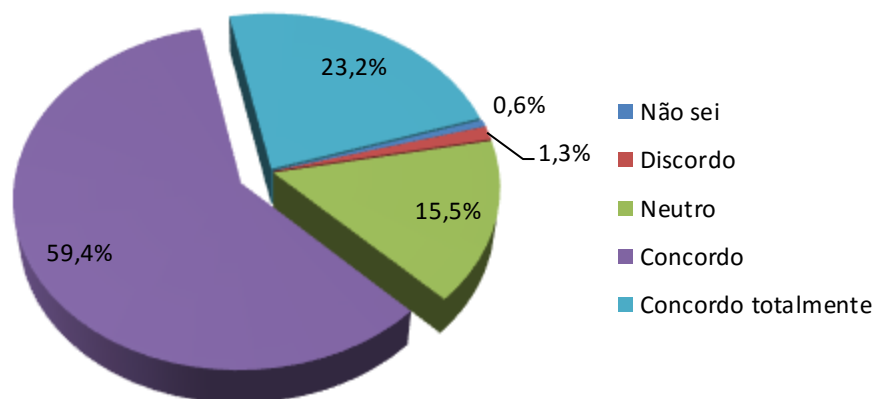


Figura 8.40: Opinião sobre os benefícios para a comunidade resultante do turismo de *surf*
 Fonte: Elaboração própria

Os dados da pesquisa demonstram que 82,6% da população reconhece que o turismo de *surf* tem proporcionado benefícios para a comunidade (128) dado que 59,4% concorda (92) e 23,2% concorda totalmente (36) com esta afirmação.

A satisfação (Figura 8.41) relativamente a este turismo apresenta também uma percentagem bastante elevada pois 61,3% concorda (95) e 12,3% concorda totalmente (19) com esta questão.

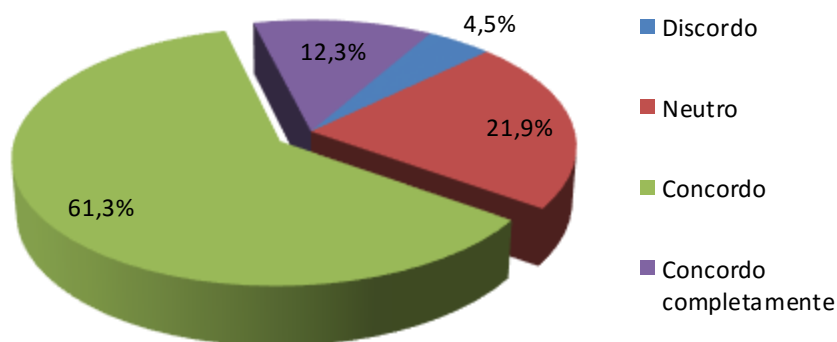


Figura 8.41: Satisfação com o crescimento do turismo de *surf* em Matosinhos
 Fonte: Elaboração própria

A figura revela que este *stakeholder* apoia o desenvolvimento futuro deste tipo de turismo evidenciando esta afirmação com a percentagem de residentes que respondem positivamente a esta questão nomeadamente 48,4% concorda (75) ou 11% concorda totalmente (17) com este desenvolvimento perfazendo um total de 59,3% com uma atitude francamente positiva relativamente ao crescimento deste turismo na região (92) (Figura8.42).

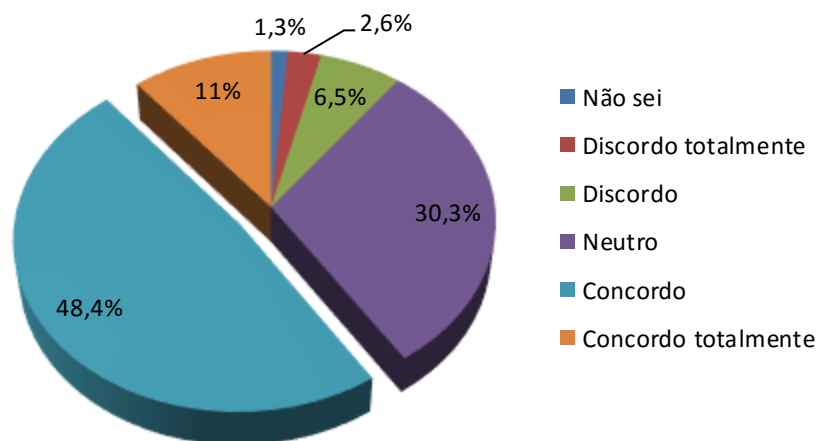


Figura 8.42: Opinião sobre o crescimento do turismo de *surf* no futuro em Matosinhos
 Fonte:Elaboração própria

Seguidamente procurou-se perceber se o *surf* pode contribuir para diferenciar a identidade do território analisado. Pela observação dos dados pode-se concluir que esta modalidade, segundo a opinião dos residentes, dá a Matosinhos um carácter distintivo e uma identidade única ao concelho (Figura 8.43).

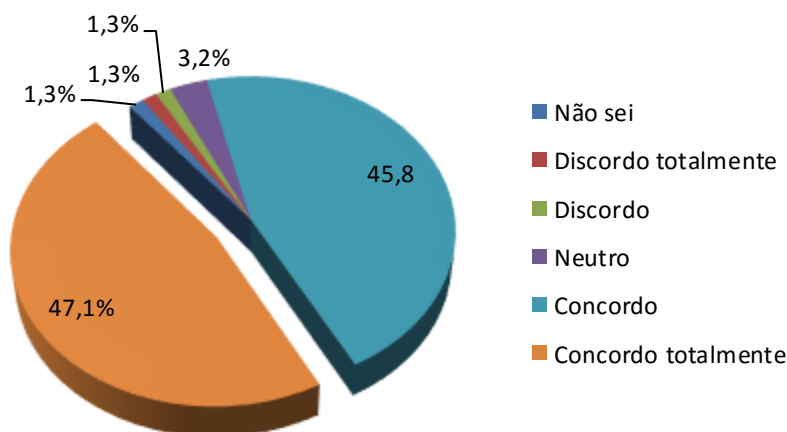


Figura 8.43: Opinião sobre o carácter distintivo que o *surf* proporciona a Matosinhos
 Fonte: Elaboração própria

Porém, os inquiridos, apesar de terem uma opinião positiva relativamente a este turismo reconhecem que não tem contribuído para melhorar as infraestruturas pois somente 11,6% responderam positivamente à afirmação (18). Destes, 9% concordou (14) e 2,6% concordou completamente (4). No entanto a opinião mais uniforme é a parcela que discorda (61,9%) que este turismo tenha contribuído para melhorar as infraestruturas (96) (Figura 8.44).

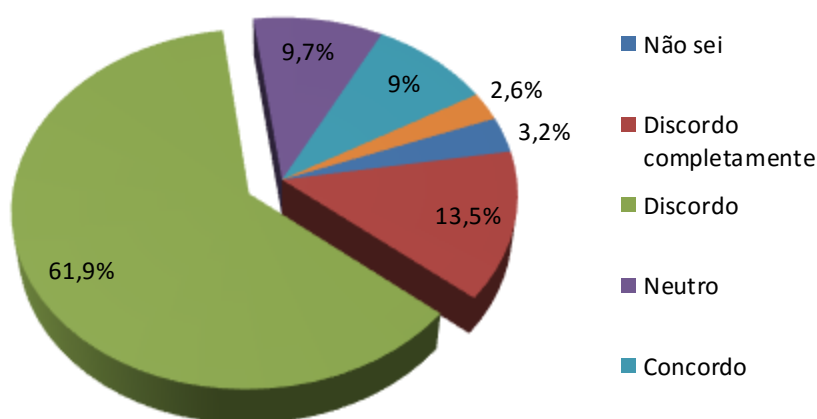


Figura 8.44: Opinião sobre a contribuição do turismo de *surf* no melhoramento das infraestruturas
Fonte: Elaboração própria

- **Impactes**

Um dos impactes negativos que o turismo de *surf* pode provocar são conflitos de uso do recurso natural- mar e praia. Os dados do anexo XL revelam que a comunidade tem perceção sobre estes impactes pois 44,5% concordam que este tipo de turismo contribui para criar conflitos de uso de recursos (66) e 45,8% concordam que em Matosinhos existe excesso de *surfistas* em determinadas alturas do ano (71) e somente 27,1% afirmam negativamente (42) esta situação com 9,7% a referir que discordam completamente (15) e 17,4% a discordar (27). Um dado relevante a reter é que 45,2% tem uma atitude negativa face a ter excesso de *surfistas* no mar (70) sendo que é essencial ter em atenção esta opinião no planeamento deste produto turístico em Matosinhos. Esta situação leva a valores altos também no que diz respeito ao condicionamento que o crescimento deste turismo tem provocado no condicionamento do tempo de lazer na praia pois 42,6% respondeu que concorda com a afirmação realizada no questionário (66).

Relativamente a outros impactes negativos que o turismo de *surf* pode criar, a atitude é francamente positiva, dado que a parcela “discordo totalmente” ou “discordo” adquire uma percentagem maior. Com efeito, 46,5% dos inquiridos discordam que este turismo cause impactes negativos no ambiente (72) havendo apenas uma pequena parcela de 2,6% que concorda (4) e de 1,9% que concorda completamente (3). Outro impacte considerado como nada relevante é a redução de espaços para estacionar pois 34,2% discorda por completo (53) e 39,4% discorda (61) que o turismo de *surf* crie tais impactes. Os inquiridos que concordam são uma parcela muito limitada com 5,2% a concordar (8) e 1,3% a concordar completamente (2). De igual forma, o impacte que este produto turístico tem no trânsito é irrisório visto que só 3,9% são da opinião que agrava a situação (6). O turismo de *surf*, segundo os dados recolhidos não é encarado como um turismo que tem provocado poluição das águas e das praias do concelho dado que existe uma esmagadora maioria (91%) que não relaciona este turismo com estes efeitos negativos (141) mais especificamente 61,3% discorda completamente (95) e 29,7% discorda (46).

A nível de vontade de interagir com os turistas (Figura 8.45), a maioria com 50,3% gosta de interagir (78) pois 41,9% concorda com a afirmação (65) e 8,4% concorda totalmente (13). Existe no entanto uma posição neutra relevante a salientar com 31,6% dos inquiridos (49) indiferentes ao contacto com os visitantes. É necessário reforçar que o contacto entre os visitantes e a comunidade local é importante não só porque melhora a experiencia da visita mas porque também contribui para o intercâmbio cultural, um maior respeito pela cultura e património do local e em última análise dá um senso de pertença e orgulho à comunidade local.

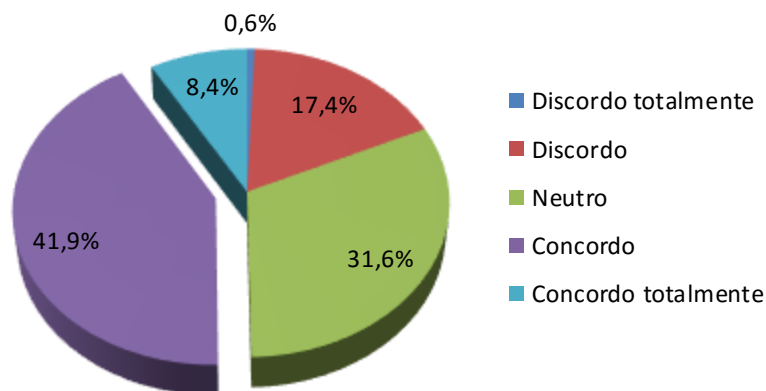


Figura 8.45: Opinião sobre o contacto com os turistas
 Fonte: Elaboração própria

- **Planeamento**

Constatou-se que 61,9% dos inquiridos menciona uma satisfação negativa relativamente ao seu envolvimento no planeamento do turismo de *surf* em Matosinhos (96) pois 30,3% menciona que discorda totalmente (47) e 31,6% discorda (49) com a afirmação colocada (Figura 8.46).

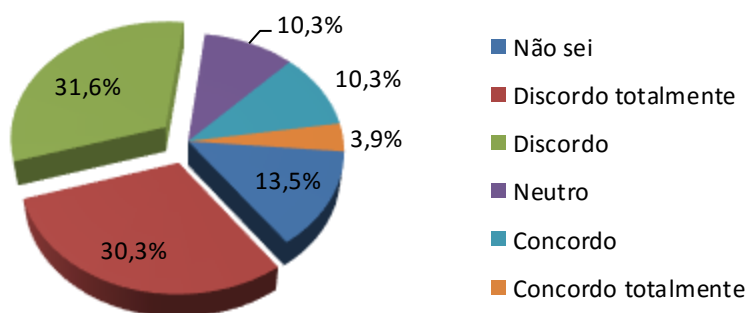


Figura 8.46: Opinião sobre a satisfação do envolvimento dos residentes no planeamento do turismo de *surf* em Matosinhos
 Fonte: Elaboração própria

Há ainda um dado relevante a salientar que é o número de indivíduos que refere que não sabe pois pode ser um indicativo da alienação da participação pró-ativa nos assuntos da comunidade.

Destino de Matosinhos

- **Destinos concorrentes**

Os *spots* ideias para surfar em Matosinhos são quatro, como demonstrado pelo anexo XLI, e confirma as informações recolhidas aos empresários na fase II. A praia de Matosinhos foi a mais mencionada (51) dado que obteve 100% das respostas, seguida pela praia de Leça da Palmeira (47) com 92,2%, Aterro (45) com 88,2% e Júlio Marinho (18) sendo esta a menos referida com apenas 54,9% pois é uma praia mais rochosa com correntes e mais perigosa. Houve ainda uma resposta “Outra” (2%) que menciona a praia da Luz como ideal para a prática de *surf*. Apesar de ser uma praia muito perto de Matosinhos, ela já faz parte do Porto pelo que esta resposta foi considerada não-válida.

Os dados revelam que a praia de Matosinhos apresenta condições sobretudo para o nível iniciante e intermédio (68,8%) as restantes são praias com condições para intermédios e avançados (Leça da Palmeira – 62,7%, Aterro – 58,8% e Júlio Marinho – 31,4%). Ao contrário das outras do mesmo grau de dificuldade, nomeadamente Leça e Aterro, Júlio Marinho tem a segunda parcela com maior valor nos avançados demonstrando ser uma praia com características ligeiramente diferente das demais pois como especifica S44 “é uma praia com fundo de rochas o que não é a mesma coisa quando cais em areia, além de que, tem correntes e as ondas são muito fortes, não é para qualquer um”. Estes dados vai ao encontro do que foi mencionado pelos empresários na fase II.

Os destinos turísticos considerados concorrentes diretos em Portugal estão detalhados na Figura 8.47 onde se pode observar que Carcavelos com 82,4% das respostas (42) representa o destino turístico em Portugal que mais diretamente pode ser considerado como competidor direto e Sagres com 7,8% das respostas (4) o que menos compete com Matosinhos. De realçar ainda que 17,6% dos inquiridos mencionou Aveiro (99) como concorrente em “Outros” sendo 100% das respostas desta parcela e 2% referiu ainda que Matosinhos não tem concorrentes diretos significativos (1).

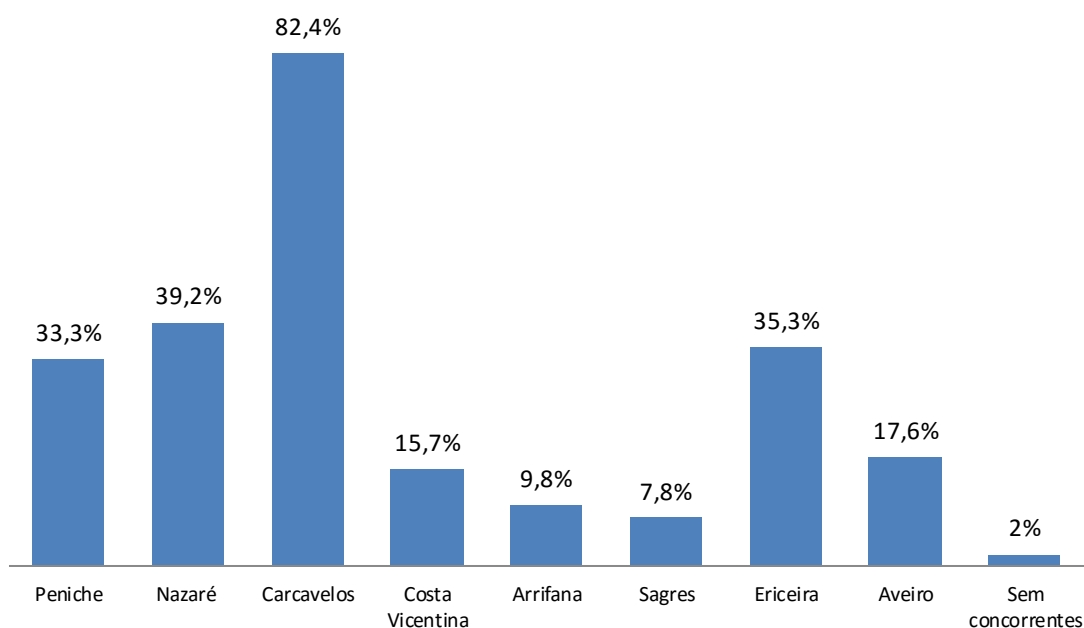


Figura 8.47: Concorrentes diretos em Portugal do destino turístico de *surf* de Matosinhos
 Fonte: Elaboração própria

Das opiniões recolhidas relativamente a Nazaré S13 apontou este destino porque “*Nazaré pela popularidade que Mcnamara deu*”. Já S13 escolheu Ericeira pois “*Ericeira por ser muito bom mesmo surfar lá*”. Carcavelos, o destino mais votado e concorrente porque segundo S50 “*Carcavelos é muito semelhante a Matosinhos, a nível de praia, a nível de localização*” e S121 “*tanto Matosinhos como Carcavelos são algo semelhantes devido ao número elevado de praticantes que por vezes se aglomeram no mar, por serem destinos com muitos acessos e meios de transporte que as pessoas podem utilizar para se deslocar à praia. Peca por aquilo que a rodeia, por ser bastante urbanística*”. Quem referiu a Costa Vicentina defende que S90 “*Costa Vicentina pela beleza, pela água, pela qualidade*”.

Matosinhos precisa ainda de ter uma marcada diferenciadora dos demais destinos pois só assim poderá ter uma vantagem comparativa em relação aos restantes destinos. Assim foi questionado a quem melhor conhece a modalidade e o concelho qual seria a(s) características diferenciadoras que permitiriam a Matosinhos ser um destino turístico único. As respostas estão sintetizadas no anexo XLII após análise de conteúdo visto esta pergunta ser uma questão aberta.

Os dados revelam que a esmagadora maioria (60,8%) refere como marca distintiva Matosinhos deveria apostar no ensino pois não tendo ondas desafiantes nem diferenciadoras como a Nazaré, mas tem um mar propício para a aprendizagem. No mesmo seguimento,

33,3% menciona que Matosinhos deve apostar também em se afirmar como um destino turístico onde se pode surfar em segurança mesmo no inverno. Para 31,4% a aposta deve ser ainda direcionada para afirmar Matosinhos como um destino onde num curto espaço de território existe uma multiplicidade de lugares e de ondas para *surf* permitindo um leque grande de turistas de *surf* terem vários tipos de experiência. É ainda relevante salientar que a localização privilegiada é para 23,5% uma característica diferenciadora que deveria ser utilizada para criar uma marca distintiva em Matosinhos. A curta distância para com o Porto poderia ser utilizada de maneira a proporcionar aos turistas experiências diferentes, únicas e em contacto com a natureza em contraste com a cultura que visitam no Porto.

A nível de características positivas como destino de *surf* o quadro do anexo XLIII revela que a diversidade dos locais para surfar (58,8%), a recepção da comunidade local (52,9%) e a diversidade do tipo de onda (45,1%) são os mais referenciados.

A nível de características negativas como destino de *surf* o quadro do anexo XLIV revela que a qualidade ambiental (74%), as infraestruturas (64,7%) e o número de praticantes (39,2%) são as características mais salientadas como negativas.

8.4 Síntese e conclusões

Neste capítulo foram analisados os vários *stakeholders* do estudo empírico. Os dados recolhidos na fase II foram essenciais e serviram de base para várias questões da fase seguinte. Os dados da fase II revelam lacunas ao nível da sustentabilidade mas que não são percecionados por todos os *stakeholders* da fase III da mesma maneira. O facto de se ter recolhido a opinião de um leque considerável de *stakeholders* acaba assim por ser mais eficaz pois permite uma visão mais holística e ampla dos impactes sentidos por todos aqueles actores que diretamente influenciam este produto turístico num território. Tal facto contribui para alcançar o objetivo principal desta dissertação dado que fornece uma diversidade de dados que permitirão aos planeadores, decisores e empresários que desenvolvem este produto turístico limarem as arestas no sentido de desenvolver este produto de uma forma mais sustentável.

IV – CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

9 Capítulo – Conclusão e recomendações

9.1 Introdução

Este último capítulo é dedicado à conclusão e tem início com a síntese dos fundamentais resultados investigados no estudo empírico. Para facilitar este epítome, apresenta-se dividido pelos principais objetivos secundários a alcançar neste estudo. Posteriormente, são enumeradas as principais dificuldades e limitações da investigação procurando esclarecer as estratégias utilizadas para mitigá-las. No final tecem-se recomendações e possíveis caminhos de investigação dentro da área analisada nesta dissertação.

9.2 Síntese e conclusões

- **Objetivo 1**

Dos dados recolhidos na fase II as seguintes ilações podem ser retiradas:

A primeira, os indicadores relacionados com o pilar ambiental mostram que os empresários apresentam uma sensibilidade e consciência ambiental que se revela em atividades em *prol* do melhoramento da qualidade ambiental do meio onde trabalham, nomeadamente a praia e o mar. Essa é uma defesa fundamental para quem retira prazer dos recursos mencionados e uma batalha incansável a vencer por parte dos entrevistados que utilizam a sensibilização dos alunos e turistas para defender a causa. Todavia, a nível de conhecimento e de adesão a práticas de sustentabilidade ainda existe um *défice* de atuação e conhecimento bem patente no desconhecimento do documento-chave orientador do setor privado na implementação de práticas de sustentabilidade bem como na ausência de conhecimento relativamente aos impactes ambientais das suas atividades e ainda na pouca aceitação das ferramentas políticas voluntárias nas empresas. Também é visível que a preocupação na defesa e proteção do ambiente concentra-se acima de tudo no recurso natural mar e praia uma vez que outros meios de proteção do ambiente em geral são parcialmente negligenciados nomeadamente a reciclagem e as políticas ambientais da empresa. Esses instrumentos políticos que têm como objetivo auxiliar as empresas a demonstrar o seu comprometimento com o desenvolvimento sustentável, são peça-chave quando se pretende estimular o turismo de *surf* como um turismo

sustentável. Consequentemente há uma necessidade de adquirir uma visão mais ampla de proteção e defesa ambiental por parte dos empresários do ramo pois existe uma resposta insuficiente a esta realidade em Matosinhos. Há ainda a salientar o papel pouco interventivo que a instituição do estado apresenta relativamente aos instrumentos políticos que promovem a sustentabilidade ficando a sua intervenção apenas orientada para o rótulo ecológico para os destinos (Bandeira Azul). É importante assim refletir sobre a conduta destes dois *stakeholders* pois se o que se pretende é ter um produto turístico de *surf* sustentável, nesse objetivo deverá estar incluída estes instrumentos. Ainda no pilar ambiental há a referir a importância que algumas infraestruturas antrópicas tiveram na qualidade da onda sobretudo na praia de Matosinhos e que se houver alteração dessas infraestruturas poderá colocar em causa essa qualidade assim como a viabilidade e sustentabilidade dos negócios ligados ao *surf* como em outros locais mencionados na secção 5.8. Há a realçar também a sobrelocação (capacidade de carga ultrapassada no verão) que tem gerado alguns conflitos e que podem colocar em causa a atratividade do destino e o uso excessivo do recurso natural condicionando e colocando em causa o pilar natural e social. É assim essencial atuar sobre as principais causas detetadas: estratégia de baixo preço/sazonalidade. Deve-se ainda melhorar a delimitação dos corredores e desenvolver um planeamento estratégico tendo em conta os limites da capacidade de carga deste território (monitorização).

A nível do pilar económico, a existência de uma estratégia fundamentada nos baixos preços é um dos principais tópicos a referir. Este assunto é deveras crucial pois o desenvolvimento sustentável de um destino está assente também no pilar da sustentabilidade económica a médio e longo prazo, sendo necessário apostar numa atividade económica que garanta continuidade (Moniz, 2006). A revisão da literatura acrescenta ainda esta ideia, que um dos impactes negativos do turismo de *surf* para a sustentabilidade de um destino turístico é exatamente, a nível económico, basear-se na competitividade económica assente na diminuição de preços (Buckley 2002 a, b; Cabeleira, 2011; Martin, 2013; Tantamjarik, 2004). A expansão deste tipo de turismo em Matosinhos se for sustentada em baixos preços pode ocasionar um crescimento desmesurado o que sobrecarrega a capacidade de carga da região, aumento da competição entre empresários do ramo, sobrelocação com conseqüente aumento de conflitos (já percecionado), uso excessivo do recurso natural, impactes económicos, perda de atratividade do destino, que pode colocar em causa a sustentabilidade deste tipo de turismo a médio e longo prazo (Buckley, 2002 a,2002b; Mach, 2014; Ponting

et al., 2005) e, em última análise, pode provocar uma maior pressão sobre as zonas costeiras (Tantamjarick, 2004). Assim, é fundamental, a bem da sustentabilidade das zonas costeiras, da economia das atividades ligadas ao turismo de *surf* e a bem de uma visão mais abrangente de um destino sustentável, que seja repensado seriamente a união de esforços de maneira a repensar esta estratégia a fim de evitar a insustentabilidade ou perda de atratividade do destino turístico de *surf* de Matosinhos a médio e longo prazo. Esta necessidade enquadra-se, segundo a revisão bibliográfica, na visão do relatório de *Brudtland* (WCED, 1987) onde é mencionado que o desenvolvimento sustentável só é praticável se for alterada a natureza do crescimento económico.

Os dados revelam ainda que a nível económico e de acordo com o indicador de crescimento do emprego proporcionado pelo turismo de *surf* este revela-se crescente. Porém esses empregos são sobretudo sazonais, uma vez que o turismo de *surf*, mesmo em menor intensidade que o turismo do sol e praia, é sazonal. Este facto agravado pelos baixos preços obriga a dispensar a maioria dos trabalhadores durante a época baixa. Estes dados revelam assim que o turismo de *surf* atualmente, em Matosinhos, não permite à maioria dos colaboradores das empresas terem contratos e empregos que lhes proporcione segurança e qualidade de vida. Como consequência muitos destes trabalhadores passam posteriormente para outros empregos o que causa um custo acrescido às empresas que têm que constantemente formar colaboradores. Assim o turismo de *surf* neste território, no que se refere a este indicador de desenvolvimento sustentável não tem contribuído para o alcance desta sustentabilidade. É assim fundamental procurar mitigar as causas atrás mencionadas. No pilar institucional é importante salientar a falta de parceria e cooperação entre estes *stakeholders* e os outros intervenientes. Para se conseguir um desenvolvimento coeso de toda a região e portanto sustentável a longo prazo, os agentes envolvidos na dinamização do turismo de *surf* devem ter um comportamento de cooperação e crescimento mútuo entre si e com outras atividades económicas (Público, 2011; Reis & Jorge, 2012) do concelho criando um *hypercluster* em Matosinhos. Os dados revelam contudo que as parcerias existentes entre estes agentes e outros empresários de diferentes ramos são ainda escassas e de ligações frágeis. Esta fraca dinâmica ainda é prejudicada pelos acordos demasiado informais entre as empresas, baseadas em parcerias sem contrato e dependendo da boa vontade e camaradagem entre todos. Constata-se assim que não há atualmente ainda uma estratégia concreta por parte destas empresas para desenvolver as relações de parcerias com outras empresas, o que

condiciona o impacto positivo que este turismo poderia ter em Matosinhos, se fosse desenvolvido numa visão mais abrangente territorial dado que não estimula o crescimento económico de outras empresas locais.

Outro indicador relacionado com o pilar institucional e político, faz referência à necessidade da envolvimento de todos os *stakeholders* no processo de planeamento. Para que tal aconteça é fundamental criar mecanismos que permitam a participação e o envolvimento de todos, para que todos possam interagir e intervir proactivamente num planeamento mais eficaz. Sendo este um fator que condiciona o desenvolvimento sustentável das regiões foi fundamental durante a pesquisa empírica verificar se o turismo de *surf* está a ser construído numa base de diálogo e participação ativa. Os dados revelam que existe uma discrepância de opiniões que coloca em dois polos opostos, três *stakeholders*. De um lado a Câmara Municipal de Matosinhos, do outro os restantes *stakeholders* analisados. De facto, a entidade pública assume um papel de abertura e comunicação que não é percebido pela maioria dos empresários (fase II e III), pelas ONGA e comunidade local o que pode condicionar o desenvolvimento deste tipo de turismo. Em consequência, o turismo de *surf* em Matosinhos pode ficar aquém da sua imensa potencialidade pois se o diálogo é deficiente pode originar estratégias diferentes de crescimento, lacunas de troca de conhecimentos e competição de forma a colocar a sua estratégia mais em evidência que os restantes, condicionando o desenvolvimento sustentável de qualidade no local. Assim, sendo uma das bases fundamentais do conceito é essencial redirecionar o planeamento para uma participação mais ativa e dinâmica e colocar em prática a Agenda 21 local, nomeadamente no que diz respeito às estratégias de participação dos diferentes atores locais.

Outra importante observação com esta pesquisa é a ausência de um planeamento formal e integrado deste tipo de turismo que pode colocar em causa a sustentabilidade deste tipo de turismo a longo prazo e ao mesmo tempo causar impactos negativos na zona costeira. Esta situação é ainda agravada pela ausência de uma monitorização dos efeitos que as atividades económicas como o turismo e particularmente o turismo de *surf* estão a ter no território. Torna-se assim crucial investir no planeamento turístico estratégico para a região e integrar os indicadores de monitorização de forma a recolher informação que permita alertar os decisores/empresários a alterar determinadas condutas para que o turismo de *surf* seja cada vez mais sustentável e coopere no desenvolvimento harmonioso de Matosinhos.

A nível do pilar sociocultural é fundamental, para que o turismo de *surf* seja sustentável, envolver e estimular a população a participar e envolver-se na cultura e modalidade do *surf* (O'Brian & Ponting, 2013; Ponting et al.,2005; Ponting & O'Brian, 2014). Esta realidade está a ser construída em Matosinhos sendo que o indicador revela que, apesar de não haver um maior número de alunos locais nas escolas a divulgação e estímulo à prática está a ser desenvolvida quer pelos empresários quer pela câmara. Esta é uma preocupação geral dos entrevistados o que revela estarem no caminho que contribui para o envolvimento da comunidade local - fator essencial se houver a pretensão de desenvolver um turismo de *surf* de excelência. Contudo esse caminho ainda tem algumas arestas a serem limadas uma vez que a falta de cooperação e diálogo entre os empresários e a instituição do estado cria a sensação que cada um rema para lados opostos. Este facto faz com que haja uma perceção por parte de alguns empresários de falta de apoio da câmara em relação à divulgação da modalidade pelo concelho. É preciso assim criar mecanismos de comunicação e estratégias conjuntas para melhorar a divulgação da modalidade, reduzindo esforços unidireccionais permitindo uma maior sucesso geral. Essa divulgação deve ainda espalhar-se pela comunidade local mais desfavorecida contribuindo para que a modalidade seja usufruída por todos. Este comportamento cívico tem sido crescente nos empresários entrevistados sendo essencial para que a todos seja dada a oportunidade de ter conhecimento sobre o *surf* e seus benefícios, ter horas de lazer e recreio aprazível contribuído assim para melhorar a qualidade de vida da comunidade local. Outro indicador fundamental do desenvolvimento sustentável, no que diz respeito ao pilar sociocultural é a possibilidade do turismo proporcionar a divulgação e um maior respeito pela cultura e património local. É aqui importante salientar que os empresários ligados a este tipo de turismo em Matosinhos têm tido um papel pouco dinamizador, à exceção da gastronomia. Este tipo de comportamento pode condicionar a própria economia local uma vez que ao não divulgar o património local, limita o desenvolvimento da economia do concelho. Esta atitude advém do facto de considerarem o Porto um local mais rico capaz de satisfazer melhor as necessidades de cultura, lazer dos turistas. Contudo, e apesar de ser uma realidade - Matosinhos é limítrofe de uma cidade com uma cultura ímpar e rica, o Porto - deve porém ser estimulada o conhecimento da história e riqueza do concelho em estudo. Para que tal aconteça é fundamental criar produtos turísticos apelativos e desenvolver o turismo de uma forma holística dando a conhecer a cultura a quem de perto lida com a sua divulgação. Nesse sentido as entidades ligadas ao turismo devem

criar estratégias para integrar e desenvolver pacotes atrativos ligados ao património de Matosinhos e apelar e dar a conhecer esses pacotes aos empresários de *surf* pois estes lidam diariamente com os turistas e são uma fonte de informação fundamental a ter em atenção. Este fator é primordial para que o turismo de *surf* contribua para o desenvolvimento de outras atividades económicas do concelho. Contudo essa dinamização só é possível se houver um contributo destes empresários, que são peça fundamental pela inter-relação direta que têm com os turistas.

É ainda notório que a maioria das empresas estudadas ligadas ao turismo de *surf* atualmente não têm uma preocupação em promover o desenvolvimento de empregos especificamente para a comunidade local. De facto, apesar de algumas empresas terem maioritariamente colaboradores locais esse facto é tido como casual e não como um fator primordial na seleção dos colaboradores. Se os empresários ligados ao turismo de *surf* procuram contribuir para melhorar o concelho é importante que não se foquem somente no contributo económico que esta modalidade pode fornecer mas também no bem-estar que pode proporcionar à comunidade local. Promover o bem-estar da comunidade local é também promover empregos dignos para os locais pois só assim o turismo de *surf* pode ter um papel contributivo para o bem-estar da população.

A nível do pilar tecnológico este é um pilar ainda a ser desenvolvido uma vez que este é mais utilizado na divulgação e promoção das empresas estudadas do que na utilização da tecnologia ligada à proteção ambiental e à gestão dos negócios sendo necessário uma maior sensibilização nestas vertentes. Porém, não deixa de ser fundamental a atitude positiva em relação à utilização da tecnologia como forma de divulgar e captar os turistas estrangeiros, dado que maioritariamente o turista tipo que vem a Matosinhos é jovem e de uma geração que utiliza o digital como busca para encontrar os destinos de eleição. Esta adaptação por parte dos empresários ligados ao turismo de *surf* em Matosinhos demonstra o seu perfil pró-ativo uma vez que este comportamento vai ao encontro dos novos comportamento dos turistas, que buscam os destinos utilizando a tecnologia da comunicação para recolha de informação (Edgell et al., 2008; ETE, s.d.; Moniz, 2006) como referido no tópico 5.2. Por outro lado, deve ser feito um esforço no sentido de investir mais na divulgação de Matosinhos nas páginas oficiais das empresas, utilizando a tecnologia para mostrar o destino.

Em conclusão, o turismo de *surf* em Matosinhos apresenta lacunas no seu desenvolvimento/planeamento, no que diz respeito a todos os pilares que sustentam um turismo sustentável.

Impactes percecionados atuais e futuros

Recorrendo à revisão da literatura, o turismo de *surf* sustentável é aquele em que “as necessidades de turistas de *surf* são atendidas e ao mesmo tempo, quando se respeita o bem-estar social, cultural, económico e ecológico atual e futuro da população local” (Ponting e O’Brian, 2015 p. 100).

Constata-se, numa abordagem superficial que uma grande percentagem de turistas está muito satisfeito (64,1%) com o turismo de *surf* em Matosinhos e essa satisfação repercute-se depois na passa-palavra de Matosinhos como destino de *surf* (61%) e na possibilidade de regressar ao território (56,2%). Outro dado que indica a satisfação, agora da comunidade, relaciona-se com o reconhecimento de que o turismo de *surf* tem proporcionado benefícios para a comunidade, dado que 59,4% concorda e 23,2% concorda totalmente num total de 82,6%. Este importante *stakeholders* apoia ainda o desenvolvimento futuro deste tipo de turismo evidenciando esta afirmação com a percentagem de residentes que respondem positivamente a esta questão nomeadamente 48,4% concorda (75) ou 11% concorda totalmente (17) com este desenvolvimento perfazendo um total de 59,3%. Numa primeira abordagem parece assim que existe satisfação quer do lado dos turistas quer do lado dos residentes porém, é preciso aprofundar e perceber quais os impactes reais deste turismo para apurar se ele tem sido um turismo sustentável para a região em estudo.

- **Impactes ambientais**

Pode-se concluir que os turistas têm um comportamento sustentável (34,4%) a nível de reciclagem e redução do consumo de energia/ água e reciclagem dado que referem que é bastante frequente este género de comportamento e a nível de cuidado com a flora e fauna pois 78,7% refere ter respeito e não pisoteia a natureza. Estes dados demonstram que o impacte que estes turistas têm sobre o ambiente em Matosinhos é mínimo. Dado que um dos impactes negativos salientado pela revisão da literatura é a poluição do ar que os turistas podem provocar, ao analisar os dados recolhidos verificou-se que esses impactes são mínimos dado que o meio de transporte mais utilizado é o transporte público (89,1%). Um turismo

sustentável implica o oferecer uma educação ambiental e ainda que os turistas tenham preocupação ambiental e intervenham na recuperação e proteção dos ecossistemas dos destinos turísticos. As informações recolhidas revelam que a grande maioria (82,8%) não participou em nenhum evento de proteção/recuperação ambiental e que relativamente à formação ambiental fornecida pelas escolas durante a visita a Matosinhos somente 29,7% responderam afirmativamente à questão o que contradiz em certa medida os dados recolhidos na fase II. No contexto ambiental a nota menos positiva é a das compras “amigas do ambiente” com 31,3% a referir que é pouco frequente essas comprar. Contudo, há um ponto a salientar nomeadamente a procura por destinos com qualidade ambiental não é tão expressiva quanto seria de esperar pois existem valores muito próximos de indivíduos, nomeadamente 31,3%, que referem ser pouco frequente essa preocupação por destinos com qualidade ambiental contra 32,8% que refere ser frequente o que indica uma certa ambiguidade de comportamentos. O mesmo acontece com a procura de alojamento com boas práticas ambientais (23,4% -pouco frequente e 28,1% -bastante frequente). Este dado pode levar à interpretação que este tipo de turismo não tem contribuído para incentivar os destinos e os empresários a investir e a melhorar a qualidade ambiental. Estes dados podem ir assim ao encontro do que Budeanu, (2007) refere nomeadamente a baixa pressão que a opinião pública cria nas empresas ligadas ao sector do turismo, face à sustentabilidade (3.3.3) e que isso pode ser um dos principais obstáculos para em direção ao turismo sustentável. A nível da comunidade local a percentagem que opina que este tipo de turismo provoca impactes negativos no ambiente é irrisória pois só 4,5% da população é que pensa que produz efeitos nefastos e esses dados são reforçados pela resposta dada relativamente à poluição pois 61,3% discorda totalmente que este tipo de turismo cause esse tipo de impacte.

- **Impactes económicos**

Os dados revelam que a nível económico estes turistas de *surf* não têm tido um papel muito relevante na economia de Matosinhos dados que 78,1% não está alojado em Matosinhos estando alojados, a grande maioria (78%) no Porto. Dos que pernoitam em Matosinhos, em média, ficam 3 noites (72%). Para além de não prenoitarem em Matosinhos os gastos diários em Matosinhos ficam-se, em média, entre os 25 € a 49€ (48,4%) ou até aos 25€ (35,9%). Cruzando estes dados com a informação referente ao que pretende fazer em Matosinhos a grande maioria (62,5%) menciona que só visita Matosinhos para praticar *surf*, não

pretendendo visitar mais nada. Pode-se então concluir que possivelmente os gastos referidos são maioritariamente gastos com a própria modalidade o que é um indicador do fraco impacto que este turista tem nas outras atividades económicas locais. Estes dados podem ser confirmados pela oferta turística de Matosinhos (fase III) que menciona que o turismo de *surf* não é nada relevante (40,7%) ou que é pouco relevante (30,1%) para o seu negócio.

- **Impactes socioculturais**

Os impactes positivos são menos expressivos dado que apesar de 37,5% mencionarem que têm em teoria uma preocupação em preservar a cultura em Matosinhos depois a nível prático seus comportamentos não são tão significativos. De facto, uma grande percentagem de turistas não procura conhecer a cultura e o património do território pois os dados observados demonstram que mais de metade dos inquiridos referiram ser nada frequente ou pouco frequente todas as categorias ligadas à cultura e património matosinhense. Existe porém uma exceção que é a procura de integração e envolvência com a comunidade local visto que existe uma procura de convívio bastante acentuada num total de 87,5%. Esta procura de envolvimento é recíproca pois a maioria com 50,3% gosta de interagir com estes turistas. No entanto, existe 31,6% que tem uma posição indiferente ao contacto com os visitantes. É pois necessário reforçar o contacto entre os visitantes e a comunidade local visto que isso melhora a experiência da visita e contribui para o intercâmbio cultural, aumentando o respeito pela cultura e património do local e em última cria um dinamismo que desenvolve outras atividades económicas. A nível de emprego, este tipo de turismo não tem um impacto significativo dados que para a grande maioria dos empresários da fase III (87,6%) este turismo não tem contribuído para aumentar o número de colaboradores na empresa. Se cruzarmos estes dados com os recolhidos a nível secundário (empresas familiares com poucos colaboradores caracterizados normalmente por empregar familiares e locais) pode-se mencionar que o impacto para o emprego e com isso para a melhoria da qualidade de vida da comunidade é limitada. Acresce ainda que os que afirmaram que aumenta o número (12,4%) esse aumento é só no verão (85,7%) revelando precariedade nos empregos pois são normalmente a recibos-verdes com tudo o que isso implica.

A nível de diminuição da qualidade de vida no que diz respeito ao trânsito e estacionamento este tipo de turismo não é percecionado pela população como um turismo que crie impactes

pois 47,7% discorda totalmente e 39,4 discorda respetivamente que o turismo de *surf* tenha efeitos negativos.

Relativamente à competição pelo uso do mesmo recurso, os turistas presenciaram conflitos (28,1%), sobretudo entre surfistas e escolas de *surf* (68,4%) e entre *surfistas* e praticantes de outras modalidades (26,3%) o que pode ser indicativo de uma pressão social latente no território em estudo. É importante salientar que apesar destes dados não serem muito relevante numa primeira abordagem, ela acaba por dar informação sobre os conflitos emergentes que este tipo de turismo está a criar pois não tendo os questionários sido aplicados numa época de forte fluxo de utilizadores da praia, a presença destes valores revela já um potencial problema nesta localidade. Estes dados são confirmados pelos questionários à comunidade/*surfistas* locais dado que 45,8% concordam que em Matosinhos existe excesso de *surfistas* em determinadas alturas do ano. Um dado a salientar, pela importância que tem para controlar o ultrapassar a capacidade de carga de maneira a não criar insatisfação na comunidade local é que 45,2% tem uma atitude negativa face a ter excesso de *surfistas* no mar. Esta situação leva a valores relativamente altos perante a perceção do condicionamento que o crescimento deste turismo tem provocado no condicionamento do tempo de lazer na praia (42,6%)

O teste de Teste de Mann-Whitney revela ainda que são os surfistas que são menos tolerantes à presença de outros surfistas em excesso no mar de Matosinhos, mostrando assim já um conflito latente. É importante salientar a necessidade de gerir esta situação através de um planeamento estratégico eficaz dado que o planeamento formal permite gerir os limites do crescimento e contribui para assegurar e proteger os recursos naturais (Mach, 2014; Ponting & O'Brian, 2014) como mencionado no tópico 5.10. De igual forma é fundamental apostar na mitigação das principais causas mencionadas na fase II – a política de baixo preço e a sazonalidade. A sobrelocação está intimamente relacionada com a capacidade de carga recreativa e esta por sua vez está relacionada com a atratividade e escolha de um destino (Buckley, 2002a,b; O'Brian & Ponting, 2013; Ponting, 2008; Ponting & O'Brian, 2014) sendo a ausência de muitos surfistas uma das motivações para escolher um local (secção 5.6). Sendo assim, é crucial olhar para esta fraqueza e orientar o planeamento turístico a fim de evitar o seu agravamento para que, a médio e longo prazo, o destino turístico de *surf* seja sustentável.

- **Impactes institucionais**

A pesquisa à oferta turística (Fase III) confirmam que as parcerias que existem são frágeis e poucas pois os dados revelam que 79,6% referem não ter qualquer contacto e das que têm 18,6% a maioria revela que são pouco frequentes. Estes dados permitem concluir que este turismo não tem dado o contributo necessário para um crescimento coeso do território como é de esperar num turismo sustentável. Como mencionado na revisão da literatura, o *surf* deve ser desenvolvido e planeado de forma mais abrangente, numa perspetiva de *cluster* pois só assim o contribui para desenvolvimento e sustentabilidade das economias locais” (Público, 2011; Reis & Jorge, 2012).

Os dados revelam ainda que a nível do planeamento existe pouco dinamismo no modelo participativo em Matosinhos. Assim, no que diz respeito à oferta turística os dados demonstram que 70,8% das empresas nunca foi inquirida ou interveio no processo de delinear o turismo de *surf*. Existe uma sensação, por parte de alguns inquiridos, de grande insatisfação como revela E2 “ninguém aqui é consultado para nada, não nos perguntam coisa alguma, é uma tristeza” que foi também percebida durante as entrevistas na fase II à oferta turística da modalidade com os mesmos sentimentos de revolta e insatisfação. Semelhante grau de insatisfação é observado na comunidade local dado que 61,9% discorda (31,6%) ou discorda totalmente (30,3%) com a afirmação: “em termos gerais estou muito satisfeito com o envolvimento e a influência dos residentes no planeamento e desenvolvimento do turismo de *surf* em Matosinhos. É importante salientar que a comunidade é uma peça essencial como parceiros do planeamento a médio e longo prazo de forma a garantir um turismo de *surf* sustentável (Andereck & Vogt, 2000; Buckley, 2002b; Mach, 2014; Moniz, 2006; O’Brian & Ponting, 2013; Ponting et al, 2005; Ponting & O’ Brian, 2014) e esta insatisfação pode colocar em causa essa sustentabilidade. Um dos motivos que pode estar a levar a este desconforto pode advir do facto de em Matosinhos não existir um planeamento estruturado do turismo de *surf*, ou de qualquer turismo segundo dados recolhidos durante a fase de pesquisa, o que limita esse processo de intervenção.

Em conclusão, pode afirmar-se que apesar de não criar impactes negativos significativos em Matosinhos, este produto turístico não se tem conseguido desenvolver de maneira a ser um turismo mais interveniente e assim contribuir para o desenvolvimento sustentável da região sobretudo a nível dos pilares económico e sociocultural.

Objetivo 2

a) Perfil do turista

Às informações prestadas pelos agentes da oferta da fase II, agregou-se os dados recolhidos na fase III, aos turistas de *surf*. Conclui-se que a nível de idades estão concentrados em duas faixas etárias principais: 15 aos 24 e dos 25 aos 49 anos. A nível de género, apesar de haver uma maior percentagem de inquiridos masculinos (54,7%), a discrepância não é acentuada podendo-se concluir que existe um quase equilíbrio de géneros. Tem um nível de escolaridade bastante elevado (73,4%) e uma grande parte dos turistas é ainda estudante. Este facto condiciona o rendimento que possuem, pois apesar de na fase II, a informação recolhida refere que têm um poder económico elevado, na fase III os dados observados revelam que mais de metade dos inquiridos (55,1%) tem um rendimento abaixo dos 1000 euros. Relativamente à nacionalidade, tal como mencionado na fase II provêm sobretudo da Europa contudo, existe ainda uma variedade de nacionalidades.

Um dado relevante a salientar é a descoberta de Matosinhos como destino turístico por conselho de amigos (53,1%) o que pode apontar para a satisfação que este destino está a proporcionar a nível de *surf* da Europa. Outro dado relevante são os turistas que vêm em mobilidade Erasmus dado que são um nicho de mercado interessante explorar. Outro dado importante relativamente à fonte de informação é o facto que a pesquisa digital ainda não ser das mais utilizadas. Dado que estamos perante um nicho de mercado jovem, é importante perceber as melhores formas de chegar a mais jovens através dos *media* e assim aplicar a tecnologia ao serviço do turismo de *surf*. Os dados, apesar de ténue a diferença, demonstram ainda que o *surf* não é a principal motivação para viajar (51,6%) e que esses maioritariamente estão cá para visitar o Porto (62%), o que está de acordo com os dados observados na fase II. Estes dados podem ser interessantes explorar pois existe um nicho de mercado enorme atraído pela cidade do Porto. Quase metade dos entrevistados (46,9%) viajam sozinhos, não sendo o tradicional turista de *surf* à procura de boas ondas mas sim o *soft tourist* (Martin & Assenov, 2008a, 2008b) que vêm a Matosinhos aprender *surf* por curiosidade ou porque estando cá pretendem ter experiências mais ricas em viagem. É no entanto importante realçar que estamos perante um número de entrevistados não muito elevado e que portanto não se pode tornar estes dados representativos.

b) Destino turístico

Os dados recolhidos dos turistas e da oferta turística nem sempre coincidem mas no geral a simpatia, a gastronomia, os bons acessos são os aspetos positivos mais salientados. Os turista realçam ainda a oportunidade de praticar desporto (32,8%) e os transportes de qualidade (31,3%) já os empresários do ramo ligado ao *surf* mencionam a segurança como característica positiva a salientar.

No que diz respeito às características negativas também não existe um total consenso sendo este apenas relacionado com a animação noturna, *packages* apelativos e a pobreza do património. Os turistas ainda mencionam a paisagem (31,3%) e os empresários o alojamento. É importante deter a atenção na parcela *packages* pois a diversificação dos produtos turísticos fornecendo uma maior riqueza e variedade de experiências, indo ao encontro do novo cidadão que procura experiências mais autênticas e únicas para ocupar as suas horas de lazer (Cunha, 2011; Cunha & Abrantes, 2013; Diniz, 2013). É ainda importante a diversificação dos produtos visto esta assegurar uma maior competitividade e desenvolvimento sustentável dos destinos (Benur & Bramwell, 2015) como mencionado na secção (5.3).

c) Destino turístico de *surf*

No que diz respeito a este *item* foram recolhidas informações dos empresários, dos turistas e dos *surfistas*. Também aqui as opiniões divergem havendo consenso na duração da temporada (*surfistas* e turistas), escolas a preços apelativos (escolas e turistas), receptividade (*surfistas* e turistas), diversidade dos locais para *surf* (escolas e *surfistas*). As infraestruturas (turistas), a diversidade de onda (escolas), e a segurança (escolas) foram mencionadas apenas por um *stakeholders*. Esta variação tem uma explicação bem fácil de compreender pois cada ator tem as suas necessidades e olha o destino de acordo com essas necessidades, por exemplo, as infraestruturas são consideradas boas pelos turistas pois eles vêm a Matosinhos para aprender e por isso, utilizam as escolas de *surf* e as suas infraestruturas. Já os *surfistas*, geralmente não praticam nas escolas e como as infraestruturas para o *surf* são escassas, esse é um elemento não salientado e até mencionado como negativo. Nos pontos fracos, o mais evidenciado é a qualidade ambiental pois todos são unânimes a referir como elemento negativo, sendo esta característica ainda mencionada de forma indireta pela oferta turística na fase III. Esta situação tem que ser cuidadosamente refletida pois a procura turística atual é influenciada por preocupações como o ambiente, que interfere

na escolha de um destino aquando da aquisição de produtos turísticos (Cunha, 2011; Cunha & Abrantes, 2013; Diniz, 2013; Moniz, 2006). De facto, a revisão da literatura revela que existe uma maior tendência para a preocupação ambiental dos destinos turísticos e para a procura de destinos com qualidade ambiental (CE, 2014a; Cravidão, 2013; Cunha, 2011; Cunha & Abrantes, 2013; Diniz, 2013; Moniz, 2006) como referido na secção 2.5. Acresce ainda a este facto, a noção que quem pratica *surf*, quer a nível profissional quer por recreio e lazer tem uma tendência em respeitar e apreciar o ambiente natural (Lazarow, et al., 2009; Reis & Jorge, 2012), secção 5.9. Assim, esta qualidade é fundamental para o turismo de *surf* pois a pior ou melhor qualidade ambiental pode colocar em causa a escolha ou não de um destino turístico. S8 defende a esse respeito que “[...] se eles querem que isto se torne um destino turístico, se querem que se torne um destino aprazível para o turista têm que melhorar muita a limpeza da praia e do areal pois muitos turistas fazem-me essa referência que o areal está sempre muito, muito sujo, [...]”.

Outras características indicadas são as infraestruturas (escolas e *surfistas*) e a temperatura da água (*surfistas* e turistas). O número de praticante é mencionado pelos *surfistas*, o clima (escolas), consistência (escolas) e a qualidade da água (turistas). Duas notas a salientar, o número de *surfistas* é considerado elevado pelos *surfistas* locais o que pode levar a conflitos e a qualidade da água apontada pelos turistas (32,8%). É importante ressaltar que grande parte dos turistas que querem experimentar *surf* o fazem na praia de Matosinhos, pelas condições ideais para ensino já referidas. Porém como pesquisado no capítulo 7, esta praia tem uma qualidade de água ainda fraca o que pode condicionar a atratividade do destino de Matosinhos. Assim este item acaba por ser fundamental pois, tal como a qualidade ambiental, a sua não melhoria pode condicionar o interesse a médio e longo prazo deste destino para ensino de *surf*.

Objetivo 3

Relativamente ao objetivo três – compilar propostas e estratégias para desenvolver sustentavelmente o turismo de *surf* – procura-se agora dar voz à maioria dos intervenientes inquiridos. As estratégias são várias, mas a que detém uma maior atenção é a necessidade de investir mais no planeamento e gestão integrada deste turismo mencionada pelas ONGA. Como já detalhado, qualquer turismo que não seja bem planeado e que não esteja integrado numa gestão mais global tem menos hipótese de a longo prazo ser sustentável. Assim, esta

estratégia é uma das mais relevantes e a que tem urgência a ser praticada primeiramente. Outra estratégia, que no fundo está interligada com o planeamento é investir mais na cooperação e participação de todos (oferta turística da região). Relativamente à participação, esta estratégia só consegue ser desenvolvida se fundamentada num planeamento eficaz pois este implica sempre uma participação ativa dos intervenientes. Especificando a cooperação esta deve ser reforçada através do despertar das consciências dos vários intervenientes que constituem as atividades económicas da região para a necessidade de trabalharem de uma forma mais integrada baseada na cooperação e não tanto na competição. É preciso desenvolver redes mais fortes de parcerias e educar os empresários para a necessidade de uma maior divulgação das outras atividades económicas da região, transformando o destino num *hyperclusters* que contribui para o desenvolvimento sustentável de toda a região. Esta estratégia tem outro ponto positivo pois permite, se bem delineada, estruturas produtos e serviços turísticos que proporcionam um leque mais completo e variado de experiências contribuindo para aumentar a satisfação dos turistas, e com isso a sustentabilidade do produto turístico de *surf*. Segundo a revisão da literatura, o envolvimento de todos num contexto de cooperação e parceria é um elemento central para assegurar a consistência, a competitividade e a sustentabilidade de um destino turístico de *surf* (Buckley, 2002 b; Cabeleira, 2011; Ponting et al., 2005; Tantamjarik, 2004).

Outra estratégia interligada com as anteriores é criar meios de melhorar a comunicação pois, como refere E65, “há muita falta de cooperação e comunicação das coisas todas aqui”. Esta limitação pode também ser observada pelo número de agentes turísticos que não têm noção nenhuma sobre o desenvolvimento do turismo de *surf* no concelho (14,2%) ou que não tem noção de qual é a perspectiva para este tipo de turismo (15%). Outros dados deste *stakeholder* reforçam ainda esta ideia pois constata-se que existe uma falta de conhecimento destas empresas sobre a dinâmica e as estratégias desenvolvimento no turismo de *surf* (88,5%).

Para combater a sazonalidade, e assim diminuir o impacte que um turismo sazonal provoca num destino, foram ainda mencionadas estratégias para desenvolver eventos ao longo de todo o ano. Contudo, os eventos precisam de ser repensados de maneira a que contribuam para o desenvolvimento económico das empresas locais (oferta turística e ONGA). Para isso é preciso delinear esses eventos e pensar numa só voz nas várias e possíveis contribuições que tais eventos poderão, proporcionar à economia local, o que só é possível se houver uma dinâmica baseada numa participação ativa e num planeamento eficaz. Estes eventos segundo

as ONGA devem ainda apostar na sensibilização e educação ambiental e devem promover atitudes ambientalmente sensíveis por parte dos visitantes e por parte dos organizadores.

Matosinhos, não tendo ondas diferenciadoras precisa de investir nas características únicas do destino de maneira a criar vantagem comparativa com os demais destinos. Assim, deve apostar na marca ensino (*surfistas*/empresas de animação turística) como forma de se diferenciar dos outros destinos turísticos de *surf*. Deve ainda apostar na imagem de um destino que possui diferentes tipos de onda, para captar outro tipo de turistas que não seja somente os que estão a aprender. Outra estratégia mencionada (oferta turística da região) passa por aproveitar as infraestruturas já existentes no concelho, nomeadamente as casas antigas, para renovar a imagem de Matosinhos e direccionar essas casas para *hostels* dedicados ao *surf*, contribuindo assim para tornar este destino numa imagem mais ligada à cultura do *surf*. Esta estratégia permite também que o turismo de *surf* não crie mais impacto em novas infraestruturas e o aproveitamento das casas antigas, para além de rejuvenescer o destino contribui para não provocar sobre-urbanização em excesso, que é no fundo um dos impactos negativos mais relevantes do turismo na zona costeira.

Melhorar as infraestruturas gerais de Matosinhos e específicas ligadas ao *surf* é outra estratégia mencionada (toda a oferta turística na fase II e fase III - forma direta; *surfistas* turistas - forma indireta). Este melhoramento passa, primeiramente por melhorar a qualidade ambiental e estética das praias. De facto, a qualidade ambiental foi uma característica salientada como negativa quer pelos turistas, quer pelos *surfistas* quer pela oferta turística geral e específica de *surf*. Este melhoramento permitirá a Matosinhos ter uma imagem de maior qualidade e no fundo contribui para a preservação da zona costeira. O melhoramento das infraestruturas a nível geral e específico do *surf* é outro dado a salientar. Este indicador da qualidade de um destino turístico, segundo Martin e Assenov (2014), é um elemento fundamental para a competitividade de um destino de *surf* pois constitui um elemento motivador para a captação de turistas (Reis, 2012).

Por tudo isto pode-se concluir que tem que haver adaptações ao caminho que o turismo de *surf* no concelho está a seguir para que este possa efetivamente a médio e longo prazo contribuir para um desenvolvimento sustentável do destino turístico de Matosinhos. Essas adaptações estão agrupadas sumariamente na seguinte lista:

- Planear estrategicamente o turismo com uma visão global de desenvolvimento territorial;

- Agregar ao turismo de *surf* outras atividades e eventos capazes de preencher as horas de lazer dos turistas nomeadamente através de eventos desportivos (e.g. campeonatos), eventos que divulguem a subcultura de *surf* (a sua música, forma de estar de olhar o mundo, de vestir, etc.), por exemplo, festas temáticas noturnas dedicadas ao *surf*, eventos e feiras focadas na modalidade, permitindo assim não somente a aprendizagem desta modalidade mas vivenciar toda a sua envolvência. Tal facto permitirá uma experiência mais autêntica e única, indo assim ao encontro das necessidades e tendências atuais ligadas a uma economia da experiência;
- Os eventos criados devem ser sempre baseados nas políticas de desenvolvimento sustentável e no seu planeamento deve haver espaço para a educação e sensibilização ambiental;
- Criar mais eventos sociais que contribuam para estimular a prática de *surf* na comunidade mais desfavorecida;
- Estimular o empreendedorismo ligado ao alojamento capaz de satisfazer as necessidades dos turistas que procuram o *surf* (sem que isso origine uma maior pressão urbanística para a região. Deve-se assim utilizar infraestruturas já existentes como casas devolutas);
- Promover estratégias que permitam melhorar de forma consistente e a longo prazo a qualidade ambiental;
- Colocar infraestruturas de apoio à prática dos desportos náuticos que permita dar qualidade ao destino e satisfazer as necessidades de quem pratica a modalidade;
- Promover a educação e sensibilização dos banhistas sobre os corredores de *surf*;
- Criar novas formas de delimitar os espaços;
- Repensar na estratégia de política de baixo preço que pode levar a que o turismo de *surf* deixe de ser um turismo sustentável em Matosinhos;
- Apostar mais na qualidade e não na quantidade não só para evitar o baixar dos preços que origina insustentabilidade dos negócios mas também para evitar ultrapassar a “capacidade de carga recreativa” que pode provocar conflitos sociais e a diminuição da atratividade do destino;
- Procurar repensar nos horários e realizar o *surf* nas horas menos utilizadas pelos outros frequentadores da praia;

- Aposta na divulgação e no *marketing* das características diferenciadoras do destino turístico de Matosinhos nomeadamente direccionar a marca destino turístico de Matosinhos como local ideal para o ensino em segurança deste desporto;
- Identificar o público-alvo que se pretende atingir para direccionar o *marketing*;
- Estimular no planeamento turístico a participação mais ativa e dinâmica de todos os *stakeholders* envolvidos, desde os agentes turísticos entrevistados até as ONGA e comunidade local;
- Criar parcerias e relações empresariais com empresas no concelho de forma a desenvolver como um todo a economia de Matosinhos. Fundamental repensar no turismo de *surf* no concelho e enquadrá-lo numa perspectiva mais vasta de *hypercluster*;
- Incentivar a utilização de tecnologia mais ecológica nomeadamente uma maior dinamização de transportes limpos – incentivar o uso de bicicletas elétricas, autocarros e metro por parte dos turistas, utilização de carros híbridos por parte das empresas; utilização de material de *surf* mais ecológico – uso de pranchas de cortiça, etc.;
- Desenvolver esforços e estimular a cooperação entre os intervenientes para desenvolver de uma forma mais estruturada a modalidade pela comunidade local;
- Fomentar, através do turismo de *surf*, o emprego na comunidade local;
- Procurar delinear estratégias que permitam desenvolver o turismo de *surf* ao longo de todo o ano, por exemplo: eventos em meses fora da época balnear (Matosinhos pelas suas condições tem a melhor época para eventos desportivos nos meses menos quentes), *marketing* em países onde os invernos são mais rigorosos captando assim um público que se adapte ao clima mais rigorosos do norte, desenvolver pacotes apelativos para as alturas de menor intensidade de fluxo turístico, procurar desenvolver estratégias e alianças com empresas de aviação que operam no aeroporto Francisco Sá Carneiro especialmente para usufruir e aproveitar as viagens *low-cost* dessas empresas;
- Incentivar os empresários ligados ao turismo de *surf* a utilizarem ferramentas políticas voluntárias ambientais com o intuito de aperfeiçoar o seu comprometimento e seriedade com as questões ambientais e sociais de forma a assegurar a sustentabilidade, e melhoria permanente da qualidade de vida da sociedade;

- Manter a estratégia de melhorar a qualidade ambiental para aumentar o número de praias com rótulo ecológico - Bandeira Azul - promovendo assim não só o melhoramento e a proteção ambiental mas também permitir o desenvolvimento de uma imagem de maior qualidade e atratividade do destino turístico de Matosinhos;

9.3 Limitações e recomendações finais

As conclusões aqui mencionadas carecem de uma investigação mais pormenorizada sobretudo os temas - destinos e turistas - visto que foram abordadas grandes temáticas e como tal, a generalização teve supremacia em detrimento do pormenor. Neste contexto, estes dois temas carecem de uma maior recolha de dados quer a nível de variáveis quer a nível de quantidade de inquiridos e um aprofundamento das conclusões mencionadas.

Existe porém outras limitações que é preciso mencionar nomeadamente o número de inquiridos, sobretudo a nível de turistas, pois a quantidade foi parca o que não pode permite efetuar grandes extrapolações para a generalidade da população inquirida. De igual forma é necessário investir na recolha de opinião por um período mais alargado de tempo. Nessa linha de pensamento, a concentração da recolha de dados apenas em dois meses e meio é limitativa pois condiciona respostas como a dos conflitos que poderiam ter conclusões mais evidentes caso fosse feito por mais tempo e abarca-se as várias estações do ano. Apesar disto, houve um esforço em incluir os múltiplos intervenientes, o que contribui para uma visão geral de todo o dinamismo que está por detrás do turismo de *surf* em Matosinhos.

Existe todavia outras limitações que ultrapassam a discente mas que condicionaram a pesquisa de dados nomeadamente a ausência de dados oficiais e de uma monitorização eficaz dos impactes que este tipo de turismo tem exercido na região. Este facto é aliás a base da recomendação para futuras pesquisas desenvolvidas em *prol* de um turismo de *surf* sustentável. Investir e desenvolver indicadores que permitam detetar impactes deste turismo a fim de mitigar e corrigir sempre que necessário o seu crescimento para que este se torne de facto um turismo sustentável capaz de contribuir para o desenvolvimento sustentável da região.

Outras recomendações de investigações passam por pesquisar o impacte que este turismo tem a nível económico não só para outras atividades turísticas mas também extrapolando para outras fileiras no sentido de desenvolver dados sobre a relevância de um *hypercluster* centrado neste produto turístico. Igualmente relevante é investigar o tema da “capacidade de

carga” identificando boas práticas de outros destinos e aprofundar os impactos e suas consequências em Matosinhos e noutras regiões para servir de alerta ou de exemplo para tomar as devidas medidas para evitar esse ultrapassar. Outra das sugestões é realizar estudo comparativos noutras regiões diferentes, a nível regional, nacional ou internacional para se poder comparar os resultados. Poder-se-ia também desenvolver pesquisas que comparem destinos que desenvolveram somente este produto turístico com aqueles que interligaram o *surf* com outros produtos do turismo náutico como por exemplo o SUP Paddle, a vela. Nessa linha de pensamento é ainda relevante estudar outros destinos cuja integração de vários serviços e produtos capazes de satisfazer e proporcionar mais horas de lazer e prazer, são exemplos a seguir (*benchmarking* a nível de destino). Relevante ainda aprofundar o perfil do visitante do turismo de *surf* em Matosinhos, visto que os dados recolhidos neste estudo mostram um perfil de turista de *surf* muito diferente das principais pesquisas realizadas em Portugal (e.g. Reis, 2012). Esta situação como mencionado anteriormente provém do facto de em Matosinhos quem pratica o turismo de *surf* não é profissional nem é praticante frequente mas sim um curioso ou um turista que pretende uma experiência nova no seu tempo de lazer. Como tal, o aprofundamento destes dados permitirá fornecer às empresas de animação turística e às instituições que planeiam o turismo da região dados relevantes para canalizar e criar atividades adequadas às suas necessidades.

Espera-se assim que este estudo tenha contribuído para compilar informação estruturada e sistematizada de maneira a que os decisores e planeadores turísticos possam de uma forma mais esclarecedora desenvolver estratégias e políticas relativamente ao turismo de *surf* para que este produto turístico tenha um papel cada vez mais significativo no desenvolvimento sustentável de Matosinhos.

Referências bibliográficas

Agencia Estatal de Meteorología de España M & Instituto de Meteorologia de Portugal [AEME &IMP] (2011). *Atlas climático Ibérico. Temperaturas do ar e precipitação (1971-2000)*. Madrid: Agencia Estatal de Meteorología Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino e Lisboa: Instituto de Meteorologia de Portugal

Albarello, L., Digneffe, F., Hiernaux, J.P., Maroy, C., Ruquoy, D. & Saint-Georges, P. (1997). *Práticas e métodos de investigação em ciências sociais*, (L. Baptista, Trad., 1ª ed.). Lisboa: Grávida-Publicações, Lda.

Albrechts, L. (2001). In Pursuit of New Approaches to Strategic Spatial Planning. A European Perspective. *International Planning Studies*, 6 (3), 293-310.

Albrechts, L. (2004). Strategic (spatial) planning reexamined. *Environment and Planning B: Planning and Design*, 31 (5), 743 - 758.

Albuquerque, H. (2004). *Turismo Sustentável nas Zonas Costeiras: o Caso das Praias de Mira*. Tese de Mestrado, Universidade de Aveiro, Aveiro.

Albuquerque, H. (2013). *Estratégia de desenvolvimento sustentável do turismo na ria de Aveiro*. Tese de Doutoramento, Universidade de Aveiro, Aveiro.

Albuquerque, H. & Martins, F. (2007, 5-7 de julho). *A inovação como aposta para o desenvolvimento turístico sustentável do litoral centro*. Artigo apresentado no 13º National Meeting of APDR: 1º Congress of Nature Management Conservation, Universidade dos Açores.

Albuquerque, H., Martins, F. & Costa, C. (2009). Achieving forms of sustainable and competitive tourism in coastal areas. The case of Baixo Vouga. [Número especial]. *Journal Of Coastal Research*, 56, 1110-1114.

Almeida, I. & Abranja, N. (2009). Turismo e sustentabilidade. *Cogitur, Journal of Tourism Studies*, 2 (2), 15-31.

Almodovar, M. (2009). *Estratégia Nacional para a Gestão Integrada da Zona Costeira. Encontros do litoral. Uma Nova Versão para o Litoral Norte*. Lisboa: Instituto Nacional da Água.

Andereck, K. & Vogt, V. (2000). The relationship between residents' attitudes toward tourism and tourism development options. *Journal of Travel Research*, 39 (1), 27 - 36.

Área Metropolitana do Porto [AMP] (2015). *Portal da área metropolitana do Porto*. Acedido em 16 de julho de 2015 em http://portal.amp.pt/pt/4/municipios/matosinhos/#FOCO_4

Agência Portuguesa do Ambiente [APA] (2007). *Sistema de indicadores de desenvolvimento sustentável*. Lisboa: Edição Agência Portuguesa do Ambiente, Amadora.

Agência Portuguesa do Ambiente [APA] (2015a). *Diretiva das Águas Balneares*. Acedido em 18 de julho de 2015 em <http://www.apambiente.pt/index.php?ref=16&subref=7&sub2ref=818&sub3ref=1290>

Agência Portuguesa do Ambiente [APA] (2015b). *Diretiva 91/271/CEE relativa ao Tratamento das Águas Residuais Urbanas*. Acedido em 18 de julho de 2015 em <http://www.apambiente.pt/index.php?ref=16&subref=7&sub2ref=818&sub3ref=1245>

ASCENDI (2015a). *Imagem das portagens na A41*. Acedido em julho de 2015 em <http://ascendi.pt/portagens-eletronicas/>

ASCENDI (2015b). *Dados sobre a empresa*. Acedido em 15 de julho de 2015 em <http://ascendi.pt/quem-somos/>

- Asia Development Bank (2012). *The sustainable development timeline*. Filipinas: Asia Development Bank
- Azapagic, A. & Perdan, S. (2011). *Sustainable Development in Practice: case studies for engineers and scientists*, (2ª ed). UK: John Wiley & Sons.
- Bandeira Azul (2015). *Dados sobre as praias de Matosinhos com Bandeira Azul*. Acedido em 15 de Outubro de 2015 em <http://bandeiraazul.abae.pt/>
- Barbieri, J., Vasconcelos, I., Andreassi, A. & Vasconcelos, F. (2010). Inovação e sustentabilidade: novos modelos e proposições. *Revista de administração de empresas* 50 (2), 146-154.
- Barbieri, C. & Sotomayor, S. (2013). Surf travel behavior and destination preferences: An application of the Serious Leisure Inventory and Measure. *Tourism Management* 35, 111-121.
- Bardin, L. (2014). *Análise de conteúdo*. (L. Pinheiro, 4ª ed., 978-972-44-1154-5, rev. act.). Lisboa: Edições 70, Lda.
- Beachcam (2015a). *Flyer do campeonato nacional surf esperanças*. Acedido em 16 de novembro de 2015 em <https://beachcams.sapo.pt/pt/newsroom/2015/09/junior-cup-campeonato-nacional-de-surf-2015-adiado/>
- Bell, S. & Morse, S. (2008). *Sustainability indicators: Measuring the immeasurable*. (2ª ed.) Londres: Sterling, VA
- Beni, M. (2013). *Clusters de turismo*. In C. Costa, F. Brandão, R. Costa & Z. Breda (Eds.). *Turismo na Lusofonia*. (Vol. II, pp. 19-37). Lisboa: Escolar Editora
- Benur, A. M., & Bramwell, B. (2015). Tourism product development and product diversification in destinations. *Tourism Management*, 50, 213-224.
- Bicudo, P. & Horta, A. (2009). Integrating surfing in the socio-economic and morphology and coastal dynamic impacts of the environmental evaluation of coastal projects. *Journal of Coastal Research*, 56 (2), 1115-1119.
- Board (2005). *Millennium ecosystem assessment*. Washington, DC: New Island.
- Buckley, R. (2002a). Surf Tourism and Sustainable Development in Indo-Pacific Islands. I. The Industry and the Islands. *Journal of Sustainable Tourism*, 10 (5), 405-424.
- Buckley, R. (2002b) Surf Tourism and Sustainable Development in Indo-Pacific Islands. II. Recreational Capacity Management and Case Study. *Journal of Sustainable Tourism*, 10 (5), 425-442
- Budeanu, A. (2007). Sustainable tourist behaviour – a discussion of opportunities for change. *International Journal of Consumer Studies*, 31, 499 – 508
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism management*, 21 (1), 97-116.
- Burns, P. (2004). Tourism planning: a third way? *Annals of Tourism Research*, 31 (1), 24 – 43.
- Butt, T. (2010). *The WAR report: Waves are resources*. Cornwall, UK: Surfers Against Sewage.
- Butler, R.W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources". *The Canadian Geographer/Le Géographe canadien*, 24 (1), 5-12.
- Cabeleira, T. (2011). *Turismo de surf na capital da onda: Ensaio sobre a sustentabilidade de uma rota de surf em Peniche*. Tese de Mestrado, Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, Estoril.
- Canotilho, J. (1998). *Introdução ao Direito do Ambiente*. Lisboa: Universidade Aberta.

- Carmo, J.A. & Marques, J.C. (2003) - *Proposta de princípios orientadores para o desenvolvimento sustentável da zona costeira Portuguesa*. Artigo apresentado no II Congresso sobre Planeamento e Gestão das Zonas Costeiras dos Países de Expressão Portuguesa, Recife, Brasil.
- Câmara, R.H. (2013). Análise de conteúdo: da teoria à prática em pesquisas sociais aplicadas às organizações. *Revista Interinstitucional de Psicologia*, 6 (2), pp.179-191.
- Campos, C. (2004). Método de análise de conteúdo: ferramenta para a análise de dados qualitativos no campo da saúde. *Revista brasileira de enfermagem*, 57 (5), pp.611-614.
- Carvalho, P. (2009a). *Planeamento, redes territoriais e novos produtos turísticos ecoculturais*. Artigo apresentado no 1º congresso de desenvolvimento regional de Cabo Verde, Cabo Verde.
- Carvalho, J.E. (2009b). *Metodologia do trabalho científico. "Saber fazer" da investigação para dissertações e teses* (2ªed.). Lisboa: Escolar Editora.
- Carrasco, S.F. (2001). La relevancia del turismo náutico en la oferta turística. *Cuadernos de Turismo* (7), 67-80.
- Centro Regional de Excelência Porto [CREP] (2010). *Um retrato da biodiversidade na área metropolitana do Porto*. Acedido em 22 de junho de 2015 em <http://creporto.blogspot.pt/2010/08/area-metropolitana-do-porto-na-rede.html>
- CM-Matosinhos (2004). *Conocer Matosinhos-ferias, fiestas y romarías*. Matosinhos: Câmara Municipal de Matosinhos
- CM-Matosinhos & Fundação Manuel Leão [FML] (2006). *Carta Educativa de Matosinhos-Proposta*. Matosinhos: Câmara Municipal de Matosinhos
- CM-Matosinhos (2014). Matosinhos, mar, movimento, cultura. *Revista do Senhor de Matosinhos*. Editorial MIC: Porto
- CM-Matosinhos (2015a). *Localização geográfica de Matosinhos*. Acedido em 14 de maio de 2015 em <http://www.cm-matosinhos.pt/pages/16>
- CM-Matosinhos (2015b). *Freguesias do concelho e imagem das freguesias*. Acedido a 14 de maio de 2015 em <http://www.cm-matosinhos.pt/pages/46>
- CM-Matosinhos (2015c). *Rios e Ribeiras de Matosinhos*. Acedido em 14 de maio de 2015 em <http://www.cm-matosinhos.pt/pages/130>
- CM-Matosinhos (2015d). *Caracterização das praias do concelho de Matosinhos*. Acedido em 17 de julho de 2015 em <http://www.cm-matosinhos.pt/pages/165>
- CM-Matosinhos (2015e). *Património histórico*. Acedido em 20 de maio de 2015 em <http://www.cm-matosinhos.pt/pages/495>
- CM-Matosinhos (2015f). *Dados sobre a temperatura da água nas praias urbanas em Matosinhos*. Acedido em 25 de julho de 2015 em <http://www.cm-matosinhos.pt/pages/151>
- CM-Matosinhos (2015g). *Qualidade da água*. Acedido em 27 de maio de 2015 em <http://www.cm-matosinhos.pt/pages/128>
- CM-Matosinhos (2015h). *Dados sobre o parque de campismo de Angeiras*. Acedido em 18 de julho de 2015 em http://www.cm-matosinhos.pt/pages/1062?poi_id=623

CM-Matosinhos (2015i). *Proposta de delimitação da área de reabilitação urbana de Matosinhos. Ao abrigo da Lei 32/2012, de 14 de agosto Regime Jurídico da Reabilitação Urbana*. Acedido em 10 de dezembro de 2015 em <http://www.cm-matosinhos.pt/>

CM-Matosinhos (2015j). *Monitorização das águas de Matosinhos*. Acedido em 11 de dezembro de 2015 em http://web2.cm-matosinhos.pt/sgam/index.php?option=com_content&view=article&id=38&Itemid=172

CM-Matosinhos (2015l). *Fauna e flora da zona litoral de Matosinhos*. Acedido em 17 de fevereiro de 2015 em http://web2.cm-matosinhos.pt/sgam/index.php?option=com_content&view=article&id=79&Itemid=227

CM-Matosinhos (2015m). *Indicadores da ocupação do solo*. Acedido em 15 de maio de 2015 em http://web2.cm-matosinhos.pt/sgam/index.php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=104

CM-Matosinhos (2015n). *Pontes históricas*. Acedido a 20 de maio de 2015 em http://www.cm-matosinhos.pt/pages/562?poi_id=66

Cinemateca digital portuguesa (2015). *Vídeo sobre Matosinhos nos anos 20-30*. Acedido em 15 de junho de 2015 em <http://www.cinemateca.pt/Cinemateca-Digital/Ficha.aspx?obraid=8294&type=Video>

Climate-data.org (2015). *Dados sobre o clima em Matosinhos*. Acedido em 24 de julho de 2015 em <http://pt.climate-data.org/location/882476/>

Coelho, A. (2011, julho 3). *Surfar para saltar da crise*. *Público*. Disponível em <https://www.publico.pt/tema/jornal/surfar-para-sair-da-crise-22331083>

Conselho Nacional do Ambiente e do Desenvolvimento Sustentável [CNADS] (2001). *Projeto de reflexão sobre o desenvolvimento sustentável da zona costeira*. Lisboa: CNADS

Comissão de Coordenação da Região Norte [CCOR-N] (2009). *Plano regional de ordenamento de território (PROT) da região norte – proposta de plano*. Porto: Comissão de Coordenação da Região Norte.

Comissão Europeia [CE] (1999a). *Lessons from the European Commission's Demonstration Programme on Integrated Coastal Zone Management*. Acedido a 14 de março de 2015 em <http://ec.europa.eu/environment/iczm/pdf/vol2.pdf>

Comissão Europeia [CE] (1999b). *Para uma estratégia europeia de gestão integrada das zonas costeiras (GIZC) – princípios gerais e opções políticas. Um documento de reflexão*. Direções-gerais ambiente, segurança nuclear e proteção civil, pesca, política regional e coesão, serviços das publicações oficiais das Comunidades Europeias. Luxemburgo: Comissão Europeia

Comissão Europeia [CE] (2001). *A União Europeia e as Zonas Costeiras*. Luxemburgo: Comunidades Europeias

Comissão Europeia [CE] (2007). *Portugal: Commission continues legal action over environmental and human health infringements*. Bruxelas: Comissão Europeia

Comissão Europeia [CE] (2013). *Caixa de ferramentas do Sistema Europeu de Indicadores de Turismo para destinos sustentáveis*. Luxemburgo: Comissão Europeia.

Comissão Europeia [CE] (2014a). *Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das regiões. Uma estratégia europeia em prol do crescimento e do emprego no setor do turismo costeiro e marítimo*. Luxemburgo: Comissão Europeia.

Comissão Europeia [CE] (2014b). *Comunicado de imprensa. Ambiente: Comissão leva novamente Portugal a tribunal por tratamento inadequado das águas residuais, requerendo a aplicação de coimas*. Acedido em 19 de Julho de 2015 em http://europa.eu/rapid/press-release_IP-14-1142_pt.htm

Comissão Europeia [CE] (2016a). *Assunto marítimos*. Acedido em 17 de junho de 2015 em http://ec.europa.eu/maritimeaffairs/policy/blue_growth/index_pt.htm

Comissão Europeia [CE] (2016b). *Tribunal de Justiça da União Europeia - Comunicado de imprensa n.º 67/16*. Luxemburgo: Comissão Europeia.

Costa, C. (1996). *Towards the Improvement of the Efficiency and Effectiveness of Tourism Planning and Development at the Regional Level: Planning, Organisations and Networks*. The Case of Portugal. Tese de Doutoramento, University of Surrey, Guildford.

Costa, C. (2001a) An emerging tourism planning paradigm? A comparative analysis between town and tourism planning. *International Journal of Tourism Research*, 3 (6), 425-441.

Costa, C. (2001b). *O papel e a posição do sector privado na construção de uma nova política para o turismo em Portugal*. Seminário Associação Empresarial de Portugal (AEP), Novas Estratégias para o Turismo, AEP, Porto.

Costa, A. (2012). *Caracterização e cartografia da fauna Intertidal das praias rochosas de Matosinhos*. Tese de Mestrado, Faculdade de Ciências da Universidade do Porto, Porto.

Costa, C. (2013). Gestão estratégica do turismo: evolução epistemológica dos modelos e paradigmas, e tendências para o futuro. In C. Costa, F. Brandão, R. Costa & Z. Breda (Eds.). *Turismo nos países Lusófonos*. (Vol.1, pp.19-40). Lisboa: Escolar Editora

Choi, H. & Sirakaya, E. (2006). Sustainability indicators for managing community tourism. *Tourism Management*, 27 (6), 1274-1289.

Cravidão, F. (2013). Velho(s) território(s):novo(s) turismo(s). C.Costa, F.Brandão, R. Costa & Z. Breda (Eds.). *Turismo nos países lusófonos*. (Vol.I, pp.59-69). Lisboa: Escolar Editora

Cunha, L. (2011). Autenticidade e Inovação: fatores de renovação dos destinos turísticos maduros. *Cogitur Journal of Tourism Studies*, (4), 7-28.

Cunha, L. & Abrantes, A. (2013). *Introdução ao Turismo*. 5ª Edição. Editora Lidel.

Centro Regional de Excelência Porto [CREP] (2010). *Um retrato da biodiversidade na área metropolitana do Porto*. Acedido em 22 de junho de 2015 em <http://creporto.blogspot.pt/>

Davis, D. & Tisdell, C. (1995). Recreation scuba diving and carrying capacity in marine protected áreas. *Ocean coast manage*, 26 (1), 19-40.

Direção Geral do Ambiente [DGA] (2000). Lei nº 31/2014 de 30 de maio “Proposta para um Sistema de Indicadores de Desenvolvimento Sustentável”. Lisboa: Edição da Direcção-Geral do Ambiente, Direcção de Serviços de Informação e Acreditação.

Direção Geral do Território [DGT] (2016). Acedido em 25 de junho de 2016 em <https://dre.pt/application/dir/pdf1sdip/2014/05/10400/0298803003.pdf>

Dias, J.A. (2005). Evolução da zona costeira portuguesa: forçamentos antrópicos e naturais. *Revista Encontros Científicos – Turismo, Gestão, Fiscalidade*, 1 (1), 8-28.

Dias, J. (2014). *Venturas e Desventuras do Litoral no país dos portugueses: uma contribuição crítica para o “Grupo de Trabalho do Litoral”*. Faro: CIMA – Centro de Investigação Marinha e Ambiental

Diniz, F. (2013). Análise e desenvolvimento regional. In C., Costa, F. Brandão, R. Costa & Z. Breda (Eds.). *Turismo nos países Lusófonos: Conhecimento, estratégia e territórios* (Vol. 1, pp.101-129). Lisboa: Escolar Editora.

- Direção Geral do Património Cultural- DGPC (2015). *Monumentos em Matosinhos*. Acedido em 21 de Julho de 2015 em <http://arqueologia.patrimoniocultural.pt/?sid=sitios>
- Direção Geral de Políticas para o Mar [DGPM] (2013). *Estratégia Nacional para o Mar 2013-2020. Plano mar-Portugal. Atualização janeiro 2015. Anexo B*. Lisboa: DGPM.
- Direção Geral de Políticas para o Mar [DGPM] (2015). *Estratégia Nacional para o Mar 2013-2020*. Lisboa: DGPM.
- Direção Regional de Estatística da Madeira [DRE-Madeira] (2006). *Sistema de Indicadores de Sustentabilidade do Turismo da Macaronésia 2000-2005*. Funchal: DRE.
- Dolnicar, F. & Fluker, M. (2003a). Behavioural market segments among *surf* tourists: investigating past destination choice. *Journal of Sport Tourism*, 8 (3), 186-196.
- Dolnicar, F. & Fluker, M. (2003b). *Who's Riding the Wave? An Investigation Into Demographic and Psychographic Characteristics of Surf Tourists*. Artigo apresentado na 13ª International Research Conference for the Council for Australian University Tourism and Hospitality Education, Austrália.
- Eberlein, J. (2011). *The Scarcity and Vulnerability of Surfing Resources . An Analysis of the Value of Surfing from a Social Economic Perspective in Matosinhos, Portugal*. Tese de Mestrado, University of Akureyri, Akureyri.
- Ecofys (2012). *Blue growth: Scenarios and drivers for Sustainable Growth from the Oceans, Seas and Coasts*. Third Interim Report. Rotterdam/Brussels. Acedido a 18 de Abril de 2015 em <http://ec.europa.eu/maritimeaffairs/documentation/studies/documents/>
- Eberlein, J. (2011). *The Scarcity and Vulnerability of Surfing Resources. An Analysis of the Value of Surfing from a Social Economic Perspective in Matosinhos, Portugal*. Tese de Mestrado, University of Akureyri, Akureyri.
- Edgell, D., Allen, M., Smith, G. & Swanson, J. (2008). *Tourism policy and planning*. Amsterdam: Routledge.
- Eixo atlântico & Xunta de Galicia (2012). *Guia etno-gastronómico do eixo atlântico*. Vigo: Eixo Atlântico.
- Espejo, A., Losada, I.J. & Méndez, F. (2014). Surfing wave climate variability. *Global and Planetary Change*, 121, 19-25.
- Estratégia Nacional para a Gestão Integrada da Zona Costeira [ENGIZC] (2009) *Resolução do Conselho de Ministros n.º 82/2009. Diário da República n.º 174/2009- I Série*. Acedido em 17 de fevereiro de 2015 em <https://docs.google.com/>
- European Union [EU] (2015). *Sustainable development in the European Union. 2015 monitoring report of the EU Sustainable Development Strategy*. Luxembourg: European Union.
- Ecological Tourism in Europe [ETE] (s.d.). *Sustainable Tourism Development in UNESCO Designated Sites in South-Eastern*. Bonn: UNESCO
- Fadigas, L. (2011). *Fundamentos ambientais do ordenamento do território e da paisagem* (2ª ed.). Lisboa: Edições Sílabo, LDA.
- Fayos-Solá, E. (1994). Competitividad y calidad en la nueva era del turismo. *Estudios Turísticos*, (123), 5-10.
- Fazenda, N., Silva, F. & Costa, C. (2008). Política e planeamento turístico à escala regional o caso da agenda regional de turismo para o norte de Portugal. *Revista portuguesa de estudos regionais*, 18, 77-100.
- Flick, U. (2013). *Métodos qualitativos na investigação científica*. (A., Pereira, Trad. 2ª ed.). Lisboa: Edições Monitor.

Fluker (2003). *Riding The Wave: Defining Surf Tourism*. Artigo apresentado no Council of Australian University Tourism and Hospitality Educators Conference, Coffs Harbour.

Freitas (2007). O litoral português, percepções e transformações na época contemporânea: de espaço natural a território humanizado. *Revista da Gestão Costeira Integrada* 7 (2), 105-115.

Freitas (2010). *O litoral português na época contemporânea: representações, práticas e consequências. Os casos de Espinho e do Algarve (c. 1851 a c. de 1990)*. Tese de Doutoramento, Universidade de Lisboa, Lisboa.

Freitas, J. & Dias, J. (2013). O caso de Espinho (Portugal): um exemplo das consequências das ações antrópicas nas zonas costeiras. In: M. A. C. Rodrigues, S. D. Pereira & S. Bergamaschi (eds.), *Interações Homem - Meio nas zonas costeiras: Brasil / Portugal*, (pp.123-136). Rio de Janeiro: Ed. Corbã.

Ferrão, J., Ramos, L. & Pinto, M. (2006). Planeamento e ordenamento costeiro em Portugal. *Centro de Informação Europeia Jacques Delors Europa: Novas Fronteiras Política marítima europeia: áreas-chave* (20), 109-116.

Friend, A.M. (1992). Economics, ecology and sustainable development: Are they compatible? *Environmental Values* 1 (2), 157 – 170.

Fortes, R (2007, 29 de agosto a 2 de setembro). *Mídia e subcultura do surfe*. Artigo apresentado no Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Santos, Brasil.

Fundação Rockefeller (2015). *Dados sobre a fundação*. Acedido em 17 de setembro de 2015 em <https://www.rockefellerfoundation.org/>

Gee, P. (2014). *Surfing - A Growing Industry*. Acedido em 18 maio de 2015 em <http://surfcareers.com/blog/surfing-a-growing-industry/>

Chiglione, R. & Matalon, B. (2001), *O Inquérito: Teoria e Prática* (4ª ed.). Oeiras: Celta Editora.

Gomes, F., Barroco, A., Pereira, A., Reis, C. Calado, H., Ferreira, J. et al. (2006). *Projeto de Relatório do Grupo de Trabalho. Bases para a Estratégia de Gestão Integrada da Zona Costeira Nacional: Projeto de Relatório do Grupo de Trabalho*. Lisboa: Ministério do Ambiente, Ordenamento do Território e do Desenvolvimento Regional (MAOTDR).

Gomes, F. (2007). A gestão da zona costeira portuguesa. *Revista da Gestão Costeira Integrada* 7 (2), 83-95.

Googlemaps (2015). *Distância entre o aeroporto Sá Carneiro e Matosinhos*. Acedido em 24 de Julho de 2015 em <https://www.google.pt/maps/dir/Aeroporto+Francisco+S%C3%A1+Cameiro,+4470-558+Maia/Matosinhos/>

Google Trends 2016). *Dados sobre o surf no motor de busca*. Acedido em 15 de maio de 2016 em <https://www.google.pt/trends/>

Guerra, A. (2014, Abril, 25). *Surf está a explodir em Portugal e já vale 400 milhões na nossa economia. Dinheiro Vivo*. Disponível em http://www.dinheirovivo.pt/Imprimir.aspx?content_id=3912851

Hall, C.M. (2001). Trends in ocean and coastal tourism: the end of the last frontier? *Ocean & Coastal Management* 44 (9), 601-618.

Hanai, F. (2012). Desenvolvimento sustentável e sustentabilidade do turismo: conceitos, reflexões e perspetivas. *Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento* 8 (1), 198-231.

Henrique, C. (2003). *Turismo cidade e cultura: planeamento e gestão sustentável*. Lisboa: Edições Sílabo.

- Hinch & Higham (2001). Sport Tourism: a framework for research. *International Journal of Tourism Research*, 3 (1), 45 –58.
- Horta, A. & Bicudo, P. (2012). *Surf and the socio-economics factor of environmental assessment of costal projects: Portuguese case study*. In J. Borrero & D. Phillips (Eds.) *Papers from the 6th and 7th International Surfing Science and Multipurpose Reef* (Vol.2, pp. 111-119). Sidney: The Reef Journal
- Infopedia (2015a). *Dados sobre Matosinhos*. Acedido em 4 de maio de 2015 em [http://www.infopedia.pt/\\$matosinhos,2](http://www.infopedia.pt/$matosinhos,2).
- Infopédia (2015b). *Definição de onda*. Acedido em 14 de maio de 2015 em <http://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/onda>
- Instituto de Ciências e Tecnologias Agrárias e Agroalimentares [ICETA]. (2004). *Estrutura Ecológica da Área Metropolitana do Porto*. Porto: Universidade do Porto
- Instituto Geográfico Português [IGP], (2007). *Cartografia de Risco de Incêndio Florestal. Relatório do Distrito do Porto. Versão provisória*. Lisboa: Ministério do ambiente, do Ordenamento do Território e do Desenvolvimento Regional.
- Instituto Nacional da Água [INAG] (2007). *Alteração ao POOC Caminha-Espinho, Volume I- Metodologia*. Lisboa: Instituto da Água.
- Instituto Nacional da Água [INAG]. (2010). *Zona costeira*. Acedido em 24 de abril de 2015 em http://engizc.inag.pt/doc/ENGIZC/3_zonacosteira.pdf.
- Instituto da Conservação da Natureza [ICN] (2007). *Plano de ordenamento e gestão do parque natural litoral*. Acedido em 19 de fevereiro de 2015 em: <http://portal.icnb.pt/>
- Instituto Nacional de Estatística [INE] (2011). *Censos- destaque informação à comunicação social*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.
- Instituto Nacional de Estatística [INE] (2014). *Anuário estatístico da região norte 2013*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.
- Instituto Nacional de Estatística [INE] (2015). *Conceitos estatísticos*. Acedido em 17 de julho de 2015 em <http://smi.ine.pt/ConceitoPorTema?clear=True>
- Instituto Politécnico de Viana do Castelo (IPVC) & Escola Superior Agrária [IPVC & ESA] (2013). *Valorização e qualificação ambiental e territorial- sistema de gestão e informação ambiental dos espaços classificados do concelho de Matosinhos- Componente Solos e Paisagem- resumo não técnico*. Acedido em 25 de junho de 2015 em http://web1.cm-matosinhos.pt/files/sgam/Solos_RNT_IPVC_final.pdf
- International Institute for Sustainable Development [IISD] (2012). *Sustainable development timeline*. Acedido em 14 de maio de 2015 em https://www.iisd.org/pdf/2012/sd_timeline_2012.pdf
- Kasthenholz, E., Lima, J. & Sousa, A. (2012). *A metodologia qualitativa no estudo da experiência turística em contexto rural: o caso do Projeto ORTE*, GOVCOPP Tourism Working Paper No.1/2012.
- Kasthenholz, E., Eusébio, C., Figueiredo, E., Carneiro, M. J. & Lima, J. (2014). *Reinventar o turismo rural em Portugal: cocriação de experiências turísticas sustentáveis*. Universidade de Aveiro, Aveiro.
- Korossy, N. (2008). Do Turismo Predatório ao Turismo Sustentável: uma revisão sobre a origem e a consolidação do discurso da sustentabilidade na atividade turística. *Caderno Virtual de Turismo* 8 (2), 56-68.
- Lanagan, D. (2002). *Surfing in the third millennium: commodifying the visual argot*. *The Australian Journal of Anthropology*, 13 (3), 283-291.

- Lazarow, N. (2007). The value of coastal recreational resources: a case study approach to examine the value of recreational *surfing* to specific locales. *Journal of Coastal Research*, 50, 12-20.
- Lazarow, N., Miller, M. and Blackwell, B. (2009). The value of recreational *surfing* to society. *Tourism in Marine Environments*, 5 (2 – 3), 145 – 158.
- Leal, A. & Cipriano, F. (2012). *Portugal surfguide*. Lisboa: Uzina Books
- Lobo, A. Santos, C. Machado, P. & Fonseca, M. (2014). *Portugal - investment portfolio in the ocean: economic, social, environmental valorization of the ocean and coastal áreas*. Lisboa: Ministério da Agricultura e do Mar.
- Lopes, J. (2008). *Surf e bodyboard como produtos turísticos da região autónoma da Madeira*. Tese de Mestrado, Universidade da Madeira, Funchal.
- Lopes, E. (coord.) (2009). *O Hypercluster da Economia do Mar. Um domínio de potencial estratégico para o desenvolvimento da economia portuguesa*. Lisboa: SaeR/ACL.
- Lopes, J. & Soares, J. (2009, 16-19 de setembro). *Surfing and bodyboarding as tourist products*. Artigo apresentado na 17 Sport Management Conference, EASM, Amsterdam.
- Lusa (2012, outubro 8). *Surf “devia ser o desporto nacional”*. *Público*. Disponível em julho de 2015 em <http://p3.publico.pt/node/4878>
- Mach, L. (2014). *From the endless summer to the surf spring. Technology and governance in developing world surf tourism*. Tese de Doutoramento, Universidade de Delaware, Newark.
- Machado, H. (2000). A construção social da praia. *Sociedade e Cultura 1, Caderno do noroeste, série sociologia 13* (1), 201-218.
- Malta, P.A. Eusébio, C. & Costa, C. (2009). Onde a Terra se acaba e o mar começa: territórios de turismo e (in)sustentabilidade. *Revista do centro de direito do ordenamento, do urbanismo e do ambiente-RevCEDOUA.*, 12 (23), 75-105.
- Manning, T. (1999) Opinion piece: Indicators of tourism sustainability. *Tourism Management* 20 (2), 179 – 181.
- Martins, F. (1997). *Políticas de Planeamento, Ordenamento e Gestão Costeira – contributo para uma discussão metodológica*. Tese de doutoramento, Universidade de Aveiro, Aveiro.
- Martin, S. (2013). *A surf resource sustainability index for surf site conservation and tourism management*. Tese de Doutoramento, Universidade de Prince of Songkla, Hat Yai.
- Martin, S. & Assenov, I. (2008a, 3-5 de junho) *Beach and coastal survey: What future for surf tourism?* Artigo apresentado na 7ª Conferência Forum Asia Pacific para estudantes graduados nas práticas de turismo: apontar para o futuro, Selangor, University Teknologi Mara.
- Martin, S. & Assenov, I. (2008b). *Interdisciplinary approaches toward sustainable surf tourism in Thailand*. Acedido em 19 de maio de 2015 em <http://centerforsurfresearch.org>
- Martin, S. & Assenov, I. (2013a). The genesis of a new body of sport tourism literature: a systematic review of *surf* tourism research (1997 – 2011). *Journal of Sport & Tourism*, 17 (4), 257-287.
- Martin, S. & Assenov, I. (2013b). Measuring the conservation aptitude of *surf* beaches in Phuket, Thailand: An application of the *surf* resource sustainability index. *Journal of tourism research* 17 (2), 105-117.
- Martin, S. & Assenov, I. (2014). Developing a *Surf* Resource Sustainability Index as a Global Model for *Surf* Beach Conservation and Tourism Research. *Asia pacific journal of tourism research* 19 (7), 760-792.

- Marujo, M. & Carvalho, P. (2010). Turismo, planeamento e desenvolvimento sustentável. *Turismo & Sociedade*, 3 (2), 147-161.
- Mcnamara, G. (2015). *Dados sobre surf no norte de Portugal*. Acedido em 27 de junho de 2015 em <http://www.portuguesewaves.com/waves/>
- Mendes, J. F. (2007). PROTN – *Plano regional de ordenamento do território do norte - PROT-Norte Fase I – Estudos Complementares de Caracterização Territorial e Diagnóstico Regional*. Acedido em 15 de maio de 2015 em <http://consulta-prot-norte.inescporto.pt/plano-regional/relatorio-do-plano/>
- Metro do Porto, SA (2015). *Dados sobre a linha andante*. Acedido em 24 de julho de 2015 em <http://www.linhandante.com/faq.asp#qfaq41>
- Ministério do Ambiente e do Ordenamento do Território [MAOTE], 2014. *Compromisso para o crescimento verde*. Governo de Portugal. Acedido em 10 de maio de 2015 em <http://www.portugal.gov.pt/media/>
- Ministério da Economia e do Emprego [MEE] (2013). *Plano Estratégico Nacional do Turismo. Horizonte 2013-2015*. Lisboa: Ministério da Economia e Emprego.
- Moniz, A., I. (2006). *A sustentabilidade do turismo em ilhas de pequena dimensão: o caso dos Açores*. Tese de Doutoramento, Universidade dos Açores, Ponta Delgada, Açores.
- Monjardino, I. (2009, 6-11 julho). *Indicadores de Sustentabilidade do Turismo nos Açores: o papel das opiniões e da atitude dos residentes face ao Turismo na Região*. Artigo apresentado no 15º Congresso da APDR-Redes e Desenvolvimento Regional. Cabo Verde, Praia.
- Mota, I. Pinto, M., Sá, J., Marques, V., Ribeiro, J. (2004). *Estratégia nacional para o desenvolvimento sustentável (ENDS) -2005-2015*. Acedido em 16 de maio de 2015 em <http://www.portugal.gov.pt/>
- Moreira, C. (1994). *Planeamento e estratégias da investigação social*. Lisboa: Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, Universidade Técnica de Lisboa.
- Moreira, J.R. (2005). *Zona Costeira em Portugal – Uma Reflexão Crítica*. Oceanography and Marine Sciences Group, i-x. Acedido em 18 de abril de 2015 em http://www.fc.up.pt/pessoas/ptsantos/azc-docs/Moreira-Zona_costeira_Portugal_litoral_2005.pdf
- Mowforth, M. & Munt, I. (2009). *Tourism and Sustainability: Development and new tourism in the third world*. (3ª edição). London: Routledge.
- Naturlink (2015). *Mapa de Portugal*. Acedido em 2 de agosto 2015 em <http://naturlink.sapo.pt/>
- O'Brian, D. & Ponting, J. (2013). Sustainable surf tourism: A Community Centered Approach in Papua New Guinea. *Journal of Sport Management*, 27 (2), 158-172.
- Observatório das desigualdades (2015). *Conceito de taxa de desemprego*. Acedido em 17 de novembro de 2015 em <http://observatorio-das-desigualdades.cies.iscte.pt/index.jsp?page=indicators&id=100>
- Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico [OCDE] (1993). *Coastal zone management-integrated policies*. Paris: OECD Publications services.
- Organização Mundial do Turismo [OMT] (2003). *Guia de Desenvolvimento do Turismo Sustentável, Organização Mundial do Turismo*. Porto Alegre: Bookman.
- Otto (2010, 8-9 outubro). *Strategic Approaches for Developing Sustainable and Strategic Approaches for Developing Sustainable and Competitive Tourism Products*. Artigo apresentado no Fifth International Meeting on the Silk Road. Samarkand: República do Uzbequistão.

- Pardal, L. & Lopes, E. S. (2011). *Métodos e técnicas de investigação social*. Porto: Editores Areal
- Pedrosa, A. (2013). Risco de erosão no litoral Norte de Portugal: uma questão de ordenamento do território. *Sociedade & Natureza, Uberlândia*, 25 (1), 133-146.
- Pereira, H., Leadley, P.W., Proença, V., Alkemade, R., Scharlemann, J.P.W, Fernandez-Manjarré, J.F. et al. (2010). Scenarios for global biodiversity in the 21st century. *Science*, 330, 1496 – 1501.
- Pereira, P.J. (2014, outubro 1). *Surf* tem retorno mediático acima de 20 milhões. *Económico*. Disponível em http://economico.sapo.pt/noticias/surf-tem-retorno-mediatico-acima-de-20-milhoes_202650.html
- Persha, L., Agrawal, A. & Chhatre, A. (2011). Social and ecological synergy: Local Rulemaking, Forest Livelihoods, and Biodiversity Conservation. *Science*, 331, 1606 – 1608.
- Pestana, M. H. & Gageiro, J. N. (2014). *Análise de dados para ciências sociais. A complementaridade do SPSS* (6ª edição). Edições Sílabo: Lisboa.
- Pinho, L., Albuquerque, H. & Martins, F. 2008 (2008) Vozes do mar não chegam a terra – segunda residência em áreas de risco costeiro. *Revista Portuguesa de Estudos Regionais*, (17), 77-87.
- Pires, I., Craveiro, J. & Antunes, O. (2012). Artificialização do solo e Vulnerabilidade Humana em duas zonas sujeitas a processos de erosão costeira: casos de estudo da Costa da Caparica e Espinho (Portugal). *Revista da Gestão Costeira Integrada* 12 (3), 277-290
- Ponting, J. (2001). *Managing the Mentawais: An examination of sustainable tourism management and the surfing tourism industry in the Mentawai Archipelago, Indonesia*. Tese de Mestrado, Universidade de Tecnologia de Sydney, Sydney.
- Ponting, J. McDonald, M. & Wearing, S. (2005). Deconstructing wonderland: *surfing* tourism in the Mentawai Islands, Indonesia. *Loisir et Societe. Society and Leisure*, 28 (1), 141 – 162.
- Ponting, J. (2008). *Consuming Nirvana: an exploration of surf tourism space*. Tese de doutoramento, University of Technology, Sydney, Sydney.
- Ponting, J. & O'Brien, D. (2014). Liberalizing Nirvana: an analysis of the consequences of common pool resource deregulation for the sustainability of Fiji's *surf* tourism industry. *Journal of Sustainable Tourism*, 22 (3), 384-402.
- Ponting, P. & O'Brien, D. (2015). Regulating “Nirvana”: Sustainable *surf* tourism in a climate of increasing regulation. *Sport Management Review*, 18 (1), 99-110.
- Proman & Agri.Pro.Ambiente (2008). *Obras marítimas do terminal de cruzeiros de Leixões. Projeto de execução. Estudo do impacto ambiental, resumo não-técnico, volume 1*. Porto: APDL
- Quercus (2015a). *Dados sobre a ONGA*. Acedido em 15 de julho de 2015 em <http://www.Quercus.pt/home/quemsomos/apresentacao>
- Quercus (2015b). *Dados sobre a bandeira de ouro*. Acedido em 14 de julho de 2015 em <http://www.quercus.pt/comunicados>
- Quercus (2016a). *Cimeira das Nações Unidas sobre desenvolvimento sustentável*. Acedido em 16 de fevereiro de 2016 em <http://www.Quercus.pt/comunicados/2015/774-setembro/4445-cimeira-das-nacoes-unidas-sobre-desenvolvimento-sustentavel>
- Quercus (2016b). *Dados sobre listagem de praias com bandeira de qualidade de ouro*. Acedido em 26 de maio de 2016 em <http://www.Quercus.pt/comunicados/2016-col-150/maio/4754-Quercus-classifica-382-praias-com-qualidade-de-ouro-em-2016>

- Ramos, P. (2014). *Surf como promotor de preservação ambiental: estudo de caso do litoral português*. Tese de Mestrado, Universidade do Porto, Porto.
- Rebelo, C. & Carvalhinho, L.A. (2013). Turismo de *surf*. Perceção das Potencialidades de Peniche como Destino de *Surf*. In *Livro da Conferência Internacional de Animação Turística*. (Building Bridges over Tourism Recreation Practices, pp. 20-40). Peniche: Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar -Instituto Politécnico de Lisboa,
- Reis, C. (2010). *Caracterização das fontes de poluição na orla costeira do Concelho de Matosinhos e respetivo impacto sobre a qualidade das águas balneares*. Tese de Mestrado, Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto, Porto.
- Reis, P. (2012). *Turismo de surf: segmentação pela motivação e escolha de um destino*. Tese de Mestrado, Instituto Politécnico de Leiria, Leiria.
- Reis, P. & Jorge, J. (2012, 7-9 novembro). *Surf tourism: segmentation by motivation and destination choice*. Artigo apresentado na 2ª Conferência Internacional de turismo recreativo, Peniche (Portugal).
- Reis, E. & Moreira, R. (1993). *Pesquisa de mercados*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Reynolds, Z. & Hritz, N. M. (2012). *Surfing as adventure travel: Motivations and lifestyles*. *Journal of Tourism Insights*, 3 (1), 1-18.
- Ribeiro, M. (2011). *Caracterização e Valorização de Serviços de Ecossistema no Apoio à Conservação e Gestão do Litoral de Matosinhos*. Tese de Mestrado, Universidade do Porto, Porto.
- Ribeiro, T., Rodrigues, V. (1997). The evolution of sustainable development strategies in Portugal. *Environmental Politics* 6 (1), 108-130.
- Rita, P. & Antunes, J. (2013). A importância do marketing no desenvolvimento de destinos e produtos. In C. Costa, F.Brandão, R. Costa & Z.Breda (Eds.). *Turismo nos países lusófonos: conhecimento, estratégia e territórios* (Vol.I, pp.187-204). Lisboa: Escolar Editora
- Roberts, S. & Tribe, J. (2008). Sustainability Indicators for small tourism enterprises: an exploratory perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 16 (5), 575-594.
- Robinson, J. (2004). Squaring the circle? Some thoughts on the idea of sustainable development. *Ecological Economics* 48 (4), 369 – 384.
- Saarinen, J. (2006). Traditions of sustainability in tourism studies. *Annals of Tourism Research*, 33 (4), 1121-1140.
- Sharachandra, L. (1991). Sustainable Development: A Critical Review. *World Development*, 19 (6), 607-621.
- Santos, F., Lopes, A., Moniz, G., Ramos, L., Taborda, R. (2014). *Gestão da Zona Costeira O Desafio da Mudança- sumário executivo e recomendações*. Relatório do Grupo de trabalho do litoral. Lisboa: APA
- Sharpley, R. (2000) Tourism and sustainable development: exploring the theoretical divide. *Journal of Sustainable Tourism* 8 (1), 1-19.
- Sharpley, R. & Telfer, D. (2008). *Tourism and Development in the developing world* (2ªed). New York: Routledge Perspectives on Development.
- Sharpley, R. (2010). *The Myth of Sustainable Tourism*. Centre of Sustainable Development Working Papers Series 2009-2010, 4, p. 1-15.

- Scheyvens, R. (2011). The challenge of sustainable tourism development in the Maldives: Understanding the social and political dimensions of sustainability. *Asia Pacific Viewpoint*, 52 (2), 148 – 164.
- Sealife Aquarium Portugal (2015). *Evento praias limpas*. Acedido em 21 de setembro em <https://www.facebook.com/pages/Sealife-Porto/1448468358740121?fref=ts>
- Schmidt, L., Santos, F., Prista, P., Saraiva, T. & Gomes, C. (2012). Alterações climáticas, sociais e políticas em Portugal: processos de governança num litoral em risco. *Revista Ambiente & Sociedade*, 15 (1), 23-40
- SOS (2008). *Salvem o surf*. Acedido em 17 de abril de 2015 em <http://www.salvemosurf.org/quemsomos.html>
- Surf forecast.com (2015). *Dados sobre o clima em Matosinhos*. Acedido em 14 de agosto de 2015 em <http://pt.surf-forecast.com/breaks/Praia-do-Aterro>
- SurfPortugal (2014). *Surf contribui com 400 milhões de euros para a economia nacional*. Acedido em 18 de Junho de 2015 em <http://www.surfportugal.pt/noticias-surf-portugal/4441-surf-contribui-com-400-milhoes-de-euros-para-a-economia-nacional>
- Surfrider Foundation (2015). *Dados sobre a ONG*. Acedido em 15 de julho de 2015 em <http://www.surfrider.org/mission>
- Surftotal (2015a). *Ondas em vias de extinção*. Acedido em 13 de junho de 2015 em <http://surftotal.com/noticias/ambiente/item/4495-ondas-em-vias-de-extincao>
- Surftotal (2015b). *Flyer do surfmarket*. Acedido em 27 de novembro de 2015 em <http://surftotal.com/noticias/agenda-eventos/item/5174-surf-market-surf-no-mercado-de-matosinhos>
- Surftotal (2015c). *Flyer da mostra do cinema de surf em Matosinhos*. Acedido em 14 de dezembro de 2015 em <http://surftotal.com/noticias/agenda-eventos/item/5998-mostra-de-cinema-de-surf-em-Matosinhos>
- Sustentare (2009). *Turismo Sustentável e a sua importância para o sector em Portugal*. Acedido em 19 de janeiro de 2015 em <http://www.sustentare.pt/pdf/Research5-%20Turismo-Sustentavel.pdf>
- Tantamjarik, P. A. (2004). *Sustainability issues facing the Costa Rica surf tourism industry*. Tese de Mestrado, Universidade de Havai, Havai.
- Tapia, G. (2014). Turismo sostenible. Introducción y marco financiero. *Revista de investigación em modelos financeiros*, 1, 1-23
- Tourism Sustainable Group (2007). *Action for more sustainable european tourism*. Bruxelas: European Commission.
- The Travel Foundation (2015). *Políticas de turismo sustentáveis*. Acedido em de 15 de fevereiro em http://www.thetravelfoundation.org.uk/green_business_tools/sustainable_tourism_policy
- Turismo de Portugal [TP] (2006). *Dez produtos estratégicos para desenvolver o turismo em Portugal: o turismo náutico*. Lisboa: Turismo de Portugal.
- Turismo de Portugal [TP] (2012). *Relatório de Sustentabilidade 2011: atuar para o desenvolvimento sustentável*. Lisboa: Turismo de Portugal, IP
- Turismo de Portugal [TP] (2013a). *Animação turística-guia para empresários e empreendedores*. Lisboa: Turismo de Portugal.
- Turismo de Portugal [2013b]. *Plano Estratégico Nacional do Turismo-revisão e objetivos 2013 e 2015*. Lisboa: Turismo de Portugal, I.P.

Turismo de Portugal [TP] (sd). *Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal 2014-2020*. Lisboa: Turismo de Portugal

Turismo do Porto e Norte de Portugal [TPNP] (2014). *Flash regional-dezembro 2014*. Acedido em 22 de dezembro de 2015 em <http://www.turismodeportugal.pt/>

Turismo de Portugal [TP] (2014). *Inquérito a turistas*. Acedido em 11 de junho de 2015 em <http://www.turismodeportugal.pt/Português/ProTurismo/estatísticas/EstudosdeSatisfaçãodosTuristas/>

United Nations [UN] (2002). *Report of the World Summit on Sustainable Development*. Johannesburg: United Nations.

United Nation Environmental Programme [UNEP] 2005. *Making tourism more sustainable: A guide for policy makers*. Madrid: World Tourism Organization Publications.

United Nation Environmental programme [UNEP] (2009). *Sustainable coastal tourism: An integrated planning and management approach*. Paris: UNEP.

UP magazine (2012). *Praia de Leça, 1927: os primeiros surfistas no país*. Acedido em 24 de agosto de 2015 em http://upmagazine-tap.com/pt_updailys/praiadeleca-1927-os-primeiros-surfistas-no-pais/

Vaz, S. & Delfino, A. (2010). *Ética ambiental*. Lisboa: Universidade Aberta.

Value of the waves (2015). *Questões para a recolha de dados*. Acedido em 14 de maio de 2015 em <http://www.valueofwaves.org/>

Videira, N., Alves, I. & Subtil, R. (2005). *Instrumentos de apoio à gestão ambiental*. 1º Volume. Lisboa: Universidade Aberta

WCED (1987). *O Nosso Futuro Comum*, Comissão Mundial do Ambiente e Desenvolvimento. Lisboa: Meriberia. Líder Editores.

Wehri, R., Prinskin, J., Demarmels, S., Kolberg, S., Schaffner, D., Shawarz, J., et al. (2013). *How to Communicate Sustainable Tourism Products Effectively to Customers*. Artigo apresentado no World Tourism Forum, Lucerne, Suíça.

Wearing, S. & Ponting, J. (2009). Breaking down the system: How volunteer tourism contributes to new ways of viewing commodified tourism. In T. Jamal & M. Robinson (Eds.). *The Sage handbook of tourism studies* (pp. 254 – 268). Londres: Sage.

White M. D. & Marsh, E. (2006). Content Analysis: A Flexible Methodology. *Library Trends* 55 (1),22-45

Worster, D. (1993) The shaky ground of sustainability. In W. Sachs (ed.) *Global Ecology: A New Arena of Political Conflict* (pp.133-145). London and New Jersey: Zed Books.

World Tourism Organization [WTO] (2004) *Indicators of Sustainable Development of Tourism Destinations: A Guidebook*. Madrid: WTO.

World Tourism Organization [WTO] (21-23 de Março de 2001) *Workshop on Sustainable Tourism Indicators for the Islands of the Mediterranean – Final Report*, Kukljica, Island of Ugljan, Croatia. Madrid: WTO

10 ANEXOS

10.1 Anexo I: Escolas de *surf* inquiridas

Escola	Atividades	Localização
<i>Surf in Monkeys</i>	Escola de <i>surf</i> e de <i>skate</i> , <i>surf camps</i> ; Aulas de <i>yoga</i> , <i>massagens</i> ; Festas de despedida de solteiro e de aniversário, festas desportivas de verão; Erasmus; <i>Personal training</i> .	Matosinhos
<i>Surf Aventura</i>	Atividades náuticas: escola de <i>surf</i> (aulas/aluguer de material); <i>surf camps</i> (<i>surf</i> +hotel); passeios de barco (<i>wakeboard</i> ; mergulho, apneia, pesca). Programas de atividades e eventos: <i>Slide</i> , escalada, <i>paintball</i> , festas de aniversários, campo de férias; programas no Porto (visitas); organização de eventos; Outras atividades: <i>skate</i> (aulas/curso); natação; ténis (vocacionado para o 1º/2º ciclo).	Praia de Matosinhos
<i>Surfing Life Club</i>	Programa SURF EDUCA® - projeto de ensino especial com alunos com deficiência mental, em parceria com a APPACDM; <i>Surf Camp & Hostel</i> (Maceda); <i>Surf safaris</i> (<i>surfaris</i>)/ <i>surftrips</i> ; <i>surf city breaks</i> ; <i>Stand up paddle surf</i> ; <i>Erasmus - surf Students in Porto</i> ; Aulas (conceito de <i>low cost</i>), treinos funcionais; Campo de férias, festas de aniversário.	Praia de Matosinhos
Onda Pura	Cursos de <i>surf</i> , <i>paddle surf</i> ; Aulas de <i>SUP</i> , <i>race</i> ; Campos de férias; Aluguer de material; Festas de aniversário; Atividades para empresas e grupos (<i>team building</i>); <i>Fit to surf</i> (preparação física especial); Programa personalizado de prescrição de exercícios que trabalha harmoniosamente o corpo e a mente.	Praia de Matosinhos
<i>Godzilla Surf's Cool</i>	Escola de <i>surf</i> (aulas em grupo/individuais); <i>Surf</i> para crianças; Aulas direcionadas para universitários, Aulas de <i>skate</i> , <i>bodyboard</i> , <i>stand up paddle</i> ; <i>Surf camps</i> , <i>surf trips</i> ; Atividades para empresas e grupos (<i>team building</i>); Aluguer de material.	Praia de Matosinhos
<i>Oporto Fish Surf School</i>	Aulas de <i>surf</i> ; <i>Pool surf</i> (aprendizagem numa piscina); <i>Fish surf pro</i> (programa para potencializar o desempenho desportivo); <i>Surftours</i> ; Campos de férias; Festas de aniversário.	Matosinhos
<i>Penas surf school</i>	Aulas de <i>surf</i> (grupo/individuais); <i>Surf trip</i> ; Batismo de <i>surf</i> ; Festas de aniversário.	Leça da Palmeira
<i>Kiber Surfleça</i>	<i>Surfshop</i> , <i>surfschool</i> e <i>coffe shop</i> . Exposição de arte ligada sobretudo à temática do <i>surf</i> e loja de equipamentos.	Matosinhos Leça da Palmeira

10.2 Anexo II: Entrevista às empresas de animação turística



Universidade De Aveiro

Guião de entrevista semiestruturada aplicada às empresas turísticas ligadas ao *surf* da região de Matosinhos

Esta entrevista estruturada insere-se no trabalho de investigação levado a cabo no âmbito de uma dissertação de Mestrado em Gestão e Planeamento do Turismo da Universidade de Aveiro, e pretende recolher a opinião sobre o turismo de *surf* no Concelho de Matosinhos. Todas as respostas são anónimas e o seu tratamento será efetuado de forma global e confidencial. O preenchimento do guião tem uma duração prevista de 20 minutos. Uma vez que a sua opinião é de extrema importância, agradecemos desde já a sua colaboração!

PARTE I

Opinião sobre o destino turístico e produto turístico de *surf* em Matosinhos

1. Atendendo à sua experiência na actividade turística, indique segundo o quadro seguinte, quais são os pontos mais fortes e os mais fracos do território para a prática do *surf*?

Característica	Assinale
Qualidade ambiental nas praias (exemplo limpeza, equipamentos em número suficiente e em boas condições para recolha seletiva dos resíduos; edifícios e equipamentos existentes com boas condições de conservação)	
Clima	
Qualidade da água (exemplo ausência de poluição)	
Temperatura da água	
Qualidade da onda	
Consistência da onda	
Número de praticantes dentro de água	
Diversidade de tipos de onda	
Diversidade de locais para <i>surf</i> ar	
Ondas desafiantes que estimulam a técnica de <i>surf</i> ar	
Escolas de <i>surf</i> com pacotes de aulas a preços apelativos	
Duração da temporada de <i>surf</i>	
Presença da bandeira azul / qualidade de ouro	
Condições de segurança das praias (presença de nadador-salvador, serviço de primeiros socorros na praia, devidamente assinalado)	
Cultura de <i>surf</i> de um destino turístico	
Infraestruturas adequadas para o <i>surf</i>	
Recetividade da comunidade local ao <i>surf</i>	

Explique a sua escolha? (pode colocar outros elementos se assim o entender)

.....
.....
.....

2. Para si, e de acordo com o quadro abaixo, quais os atributos mais positivos e os que deveriam ser melhor desenvolvidos ou alterados por serem mais fracos.

Característica	Assinale
Singularidade do destino	
Package disponíveis/ Produtos turísticos diversificados	
Bom acesso ao local	
Simpatia da comunidade local	
Disponibilidade /qualidade dos transportes locais	
Estabelecimentos de alojamento com qualidade a preços acessíveis	
Atividades para toda a família	
Oportunidades para a prática de desporto/atividades de lazer	
Gastronomia	
Animação noturna	
Paisagem	
Riqueza do património cultural, arquitetónica e histórico	
Oportunidade para fazer compras	
Custo de vida acessível	
Facilidade de serviços complementares (bancos, telecomunicações, etc)	
Segurança pessoal	
Praias e zonas balneares	

Explique o porquê dessa escolha? (pode colocar outras características se assim o pretender)

.....
.....
.....

3. Quais os destinos turísticos em Portugal, a nível de turismo de *surf*, que são concorrentes diretos a Matosinhos. Porquê?

.....
.....
.....

4. Matosinhos possui algum aspeto que o diferencie dos demais e que lhe permita ser reconhecido como um destino de *surf* de eleição? Se sim, exemplifique.

.....
.....
.....

5. Quais as praias que têm boas condições para *surf* no concelho de Matosinhos e para que nível ou níveis (iniciante, intermédio, avançado, profissional) de *surf*.

.....
.....
.....
.....

6. Qual o perfil, média de idade e nacionalidade do turista de *surf* que vem a Matosinhos? (incluir turistas domésticos-Portugal)

.....
.....
.....

7. Que *feedback* recebe dos turistas sobre o destino turístico de Matosinhos em geral e como destino de *surf* em particular?

.....
.....
.....

PARTE II

8. Considera o turismo de *surf* um produto sazonal? Se sim, porquê e de que forma tenta contornar essa situação? Quais os meses com maior fluxo e menor?

.....
.....
.....

9. O número de turistas de *surf* tem vindo a aumentar na sua empresa? As receitas provenientes do turismo de *surf* têm aumentado ao longo dos anos? (Por favor, quantifique)

.....
.....
.....

10. Quantos colaboradores tinha a empresa no início da sua formação e agora? Se aumentou, o turismo de *surf* contribui para esse aumento?

.....
.....

11. Estão em *part-time* ou a tempo completo e a contrato? No inverno os números de colaboradores mantêm-se? Se altera o número, por favor, detalhe o motivo.

.....

12. Das empresas abaixo referenciadas assinale, por favor, quais as que têm parceria com a sua empresa:

Empresa	Existe contacto com:	Frequência do contato (1) Nada Freqüente a Muito Freqüente(5)				
	Assinale com X	1	2	3	4	5
Bluesailing Lda						
Borges & Burnay, Lda						
Delfim & Miguel, Ldaguel, Lda						
Tuktour Porto						
Encanto do Horizonte - Viagens e Turismo, Lda						
A Portodouro - Serv. de Animação Turística, Unip., Lda						
Loja dos fatos de <i>surf</i>						
Tundra - Aventura e Animação Turística, Lda						
Wild Action - Desporto Aventura e Lazer Lda						
Wltur, Unipessoal Lda						
Feel Culture - Sociedade Unipessoal Lda						
Vindima, Animação Turística e Cultural Lda						
Happy World Lda						
Atlanticrelax Lda						
Trajectoria Surpresa - Unipessoal Lda						
Culturfriends Wavcomfort, Lda						
Unlimited Tours, Lda						
Arquivo de Lembranças Unipessoal Lda						
Mergulhomania - Animação Turística Lda						
Oporto Excentric <i>surf house/surf hostel</i>						
Oportocean <i>Hostel Surf</i>						
Waimea <i>Surf Shop (desde 1992)</i>						
Gonzo						
Playground						
Surfing Life Club						
Foz <i>surf shop</i>						

13. Existem outras empresas, independentemente se são da área do *surf* ou não, relevantes no concelho ou fora que não foram mencionadas e que sejam importantes? Se sim, quais e qual o grau de contacto que tem com elas. Descreva também por favor, qual a importância que dá a estas parcerias?

.....
.....
.....

14. A Câmara tem dinamizado reuniões no sentido de vos envolver no processo de planeamento e desenvolvimento do turismo de *surf*?

.....
.....

PARTE III

15. Os seus alunos/clientes são maioritariamente do concelho de Matosinhos (por favor quantifique-Nº de alunos do concelho/Nº de alunos total/Idade/Género)?

.....
.....

16. Existe algum protocolo com escolas, associações desportivas, ou outros para divulgar o *surf* pelo concelho, em caso afirmativo especifique? Segundo a sua opinião, qual seria a melhor forma de envolver a população com este desporto?

.....
.....

17. Os seus colaboradores são do concelho? (Por favor, especifique o nº). O número de colaboradores do concelho tem vindo a aumentar? Fornece aos colaboradores formação?

.....
.....

18. Disponibiliza informação aos clientes sobre as atrações turísticas e serviços locais? Incentiva ou disponibiliza serviços nesse sentido?

.....
.....

PARTE IV

19. Que tipo de iniciativas (e com que frequência) a sua empresa já criou atividades de proteção / recuperação ambiental. Tiveram a participação de quem (*surfistas*, turistas de *surf* ou comunidade) e qual foi o contributo para o melhoramento do local?

.....

 20. Dá formação sobre educação ambiental e motiva os colaboradores e alunos a seguir essas práticas?

.....

 21. Por favor responda às seguintes questões:

Questões	Sim	Não
Já ouviu falar na <i>Agenda 21 para o Sector das Viagens e do Turismo</i> ?		
Tem acesso a esse documento (em suporte eletrónico ou em papel)?		
Já fez uma avaliação do impacte da sua actividade no ambiente e no desenvolvimento local?		
Possui uma política de turismo sustentável com objetivos bem definidos?		
Possui um programa ambiental bem definido?		
Faz separação de resíduos para reciclagem?		
Reutiliza produtos e embalagens quando possível?		
Implementa medidas para reduzir o consumo de energia?		
Emprega tecnologias de poupança energética (LED/Painéis solares)?		
Utiliza reguladores para reduzir o consumo de água (nas torneiras, nos autoclismos)?		
Estimula a mobilidade sustentável (eg: informação sobre o metro aos turistas, bicicleta, metro)		
Sensibiliza os turistas de <i>surf</i> , colaboradores e alunos para a poupança de água e de energia (através de panfletos, educação)?		
Tem alguma aplicação móvel ou programa para criar uma base de dados dos turistas de <i>surf</i>		

22. A sua empresa tem alguma certificação ambiental ou de sustentabilidade (por exemplo ISO 14 001, EMAS, rótulo ecológico do turismo, etc.)? Se sim, qual se não porquê? (eg: Códigos de conduta, Guias de boas práticas, Eco etiquetas, selos ou prémios de qualidade ambiental, Sistemas de gestão ambiental-ISO14001 - Sistema de Gestão Ambiental)

.....

 23. A sobrelotação de *surfistas* em alguns *spots* é um dos problemas das praias de Matosinhos. Concorda com essa afirmação, ou não? Porquê? Se sim, que estratégias utilizaria para mitigar este problema?

.....
.....
24. Considera a *internet* como meio de comunicação fundamental para divulgação a empresa e os seus serviços e captar turistas? Sim/Não. Porquê? A sua empresa aposta nessa via para divulgar o destino turístico de Matosinhos? Sim/Não. De que forma?
.....
.....
.....

PARTE V

Contributos para o desenvolvimento sustentável do turismo de *surf*

25. Qual é a sua opinião sobre o desenvolvimento do turismo de *surf* no concelho e o que faria para o melhorar? (Tenha em conta o desenvolvimento numa perspetiva de equidade social e sustentabilidade ambiental).
.....
.....
.....

26. Quais as atividades (exemplo gastronomia, saúde, outros desportos, visitas culturais, etc.) que devem ser trabalhadas em conjunto com o turismo de *surf*, de forma a enriquecer este produto? Esta estratégia de integração de várias atividades já está a ser realizada? Qual a melhor forma de desenvolver esta integração?
.....
.....

PARTE VI

27. Informações gerais

Informação sobre a empresa turística	
Nome da empresa turística	
Ano de entrada em funcionamento	
Localização da sede da organização (concelho)	
Volume de negócios em 2014 (euros)	Até 50.000..... De 50.001 a 100.000..... 1001.000 a 150.000..... Mais de 150.001.....

Informação sobre o responsável da empresa turística	
Nome do responsável	
Cargo que ocupa	
Ano de início de funções	
Ocupação anterior	
Nº de anos na actividade turística	
Habilitações	
Formação específica na área do turismo	
Naturalidade (concelho)	
Local de residência	

28. Houve necessidade de diversificar os produtos/serviços da empresa? Se sim, quais são os novos produtos? Estes novos produtos/serviços têm ligação com outras atividades que não seja o *surf*? Quais?

.....

Se tiver interessado em conhecer os resultados finais sobre o turismo de *surf* em Matosinhos, por favor indique o seu correio eletrónico.

.....

Muito obrigada pela sua participação!

10.3 Anexo III: Entrevista à Câmara Municipal de Matosinhos



Universidade De Aveiro

Entrevista ao chefe de departamento do turismo da Câmara Municipal de Matosinhos

Turismo de *surf* em Matosinhos - dados e impactes percecionados

1. Como considera a evolução do turismo de *surf* no concelho de Matosinhos?

.....
.....
.....

2. Existem dados sobre o tipo de impactes que tem tido a nível económico, social ou ambiental?

.....
.....
.....

3. Que tipo de iniciativas na área do turismo de *surf* já foram realizadas e qual a sua importância para o desenvolvimento do concelho (a nível económico, ambiental e social)?

.....
.....
.....

Planeamento, políticas e estratégias

4.1 Existe alguma estratégia da Câmara Municipal de Matosinhos para desenvolvimento do turismo de *surf* no concelho?

.....
.....
.....

4.2. Se não existe ainda nenhuma estratégia estão a considerar o seu desenvolvimento, e se sim qual vão adotar e porquê?

.....
.....

.....

5. Existe um plano formal para implementar o turismo de *surf* em Matosinhos? Se sim, em que é que consiste e qual a maior dificuldade sentida nessa implementação?

.....
.....
.....

6. A câmara possui uma política para proteção e melhoria do património natural sobretudo no que se refere às praias e ao mar? Que tipo de interligação existe com o turismo e com o turismo de *surf*?

.....
.....
.....

7. Existe alguma estratégia para incorporar outros produtos turísticos ao turismo de *surf* associados ao turismo (eg: cultural, gastronómico)? Se sim diga, por favor, alguns exemplos.

.....
.....
.....

8. Existe alguma informação sobre qual a recetividade dos turistas de *surf* relativamente a esta agregação de produtos? Caso seja negativa a resposta indique, por favor, os motivos para que tal ainda não aconteça.

.....
.....
.....

Cooperação e participação

9.1 Já alguma vez a Câmara Municipal de Matosinhos incentivou uma discussão pública sobre o desenvolvimento do turismo de *surf* em Matosinhos, envolvendo todos os *stakeholders* (comunidade local, empresas privadas independentemente se estão ligadas ao

surf e ao turismo, ONGas e associações desportivas? Considera importante esta discussão pública / participação dos *stakeholders*?

.....
.....
.....
.....

9.2 Se sim, como é que foi desenvolvida essa discussão pública e quais resultados que foram alcançados? Esses resultados alcançados eram os esperados pela Câmara Municipal de Matosinhos? Porquê?

.....
.....

9.3 Se não houve ainda discussão pública, existiu algum motivo para que tal não acontecesse? Está planeado no futuro essa discussão relativamente ao turismo de *surf*? Em que moldes vai ser essa discussão?

.....
.....
.....

Comportamento face aos princípios da sustentabilidade

10.1 Qual a importância que a Câmara dá ao desenvolvimento da prática e da cultura do *surf* na comunidade local? A Câmara criou algum incentivo para incutir essa prática e cultura na comunidade matosinhense? Existe alguma estratégia para reforçar esta integração do *surf* na comunidade?

.....
.....
.....

10.2 Caso não tenha sido realizado ainda nenhuma estratégia nesse sentido estão considera realizá-lo? De que forma?

.....
.....
.....

11. A Câmara estimula as empresas ligadas ao turismo de *surf* a desenvolverem políticas voluntárias (eg: rótulo ecológicos, prémios de qualidade ambiental) de forma a seguirem boas práticas ambientais? Como é realizado esse incentivo?

.....
.....
.....
.....

12. Que tipo de instrumentos voluntários tem o destino turístico de Matosinhos e como tem sido feita a sua gestão? Algum em especial está interligado ao destino turístico de *surf*? (eg: código de conduta para a comunidade, guia das boas práticas, rótulo ecológico, como bandeira azul, sistema de gestão ambiental, agenda 21 local, indicadores do desenvolvimento sustentável).

.....
.....
.....
.....

13. A sobrelotação é um dos problemas identificados nas praias deste concelho. Uma vez que o turista de *surf* é sensível a este fator, sendo um dos motivos da diminuição da atratividade de um destino turístico de *surf* que estratégias a Câmara adotou ou pensa adotar para mitigar este problema?

.....
.....
.....
.....

14.1 Que tipo de construções/infraestruturas nas zonas costeiras foram criados especificamente com o intuito de desenvolver o turismo de *surf* e satisfazer as necessidades deste tipo de turistas?

.....
.....
.....
.....

14.2 Essa construção criou impactes negativos no ambiente costeiro ou conflitos de interesses na comunidade? Em caso afirmativo foram utilizadas estratégias para mitigar esses impactes? Se sim, quais? Em caso negativo, porquê?

.....
.....
.....
.....

15. A preocupação latente, por parte dos empresários ligados ao *surf*, de aumentar o esporão de Leça é uma realidade percecionada pelos agentes da oferta turística que foram contactados. O que tem a dizer sobre o assunto?

.....
.....
.....
.....

Muito obrigada pela sua participação!

10.4 Anexo IV: Entrevista às ONGA



Universidade De Aveiro

Entrevista ONGAs

1. Que opinião tem sobre o contributo que o turismo de *surf* em geral tem dado para estimular o desenvolvimento sustentável de um destino? (por favor especifique o caso de Matosinhos)

.....
.....
.....
.....

2. Quais os impactes positivos e negativos (sociais, culturais ambientais, económicos) que o turismo de *surf* pode causar nos destinos costeiros? (Se tiver conhecimento na área de Matosinhos, por favor, especifique)

.....
.....
.....
.....

3. Que estratégias devem ser adotadas para que o turismo de *surf* reduza os seus impactes negativos?

.....
.....
.....
.....

4. De que forma este tipo de turismo pode contribuir para a proteção ambiental das zonas costeiras? Há casos práticos sobre essa proteção (por favor, especifique no caso de Matosinhos)? Quais os resultados visíveis?

.....
.....
.....
.....

5. Pela sua experiência que tipos de infraestruturas o turismo de *surf* necessita para satisfazer as necessidades dos turistas e que podem contribuir para agravar a pressão existente nas zonas costeiras?

.....
.....
.....
.....

6. Se não for possível evitar essas infraestruturas, quais as medidas que devem ser realizadas para mitigar esses impactes? (especifique, por favor, para cada caso)

.....
.....
.....
.....

7. De acordo com a sua experiência, os turistas de *surf* têm preocupação em respeitar a cultura local e o ambiente de que forma? (por favor, especifique casos em concreto, especialmente em Matosinhos)

.....
.....
.....
.....

8.1 Existe um intercâmbio dinâmico entre a sua organização, as entidades públicas e os empresários de *surf* em Matosinhos para criarem eventos ou programas de educação ligadas ao ambiente quer para a comunidade quer para os turistas? Exemplifique.

.....
.....
.....
.....

8.2 Que resultados têm tido? Há quantificação desses resultados?

.....
.....

.....
.....

9. Se não tem havido um intercâmbio, ou se acho que são insuficientes, quais os motivos que levam a esta ausência de parcerias e como deve ser contornada essa situação?

.....
.....
.....
.....

10.1 Existe uma procura por parte da Câmara Municipal de Matosinhos para envolver a participação das ONGs no processo de planeamento do turismo de *surf*? Se sim, como tem sido essa participação e quais os resultados já alcançados?

.....
.....
.....
.....

10.2. Se não, quais os motivos que pensa estarem por detrás deste comportamento e qual a forma de os alterar?

.....
.....
.....
.....

11. Que tipos de instrumentos políticos voluntários (eg: indicadores do desenvolvimento sustentável, conduta para a comunidade, guia das boas práticas, rótulo ecológico) devem ser aplicados ao turismo de *surf* para que este contribua para o desenvolvimento mais sustentável de um destino?

.....
.....
.....
.....

12. Que estratégias devem ser adotadas no planeamento de um destino turístico de *surf* que permita desenvolver de forma sustentável a região?

.....
.....
.....
.....

13. Os eventos desportivos ligados ao *surf*, são uma forma de dinamizar o turismo e a economia local. Que tipo de impactes negativos este tipo de eventos pode criar na zona costeira e qual a melhor forma de os mitigar?

.....
.....
.....
.....

Muito obrigada pela sua contribuição!

10.5 Anexo V: Oferta turística entrevistada na fase III

Empresas que participaram no estudo		Empresas que não participaram no estudo
<p>Trype Porto Expo Hotel Restaurante Ondas do mar Holiday Inn Express Crepes Gel A Chalandra Residencial Leão de Ouro Rei da Sardinha Assada Marisqueira dos pobres Restaurante os Marques Cantinho da Lota Dopeixe O Lusitano Tasquinha da Polónia Restaurante Palato Sr.do Padrão Trás d’orelha grill Restaurante Toupeirinho Restaurante pizaria San Martino Restaurante O Poeta Pensão Praia Mar Residencial Porto dos Leixões Hostel Amadeos Café/Restaurante Maurícia Bista o mar Hotel Porto Mar Residencial Senhor de Matosinhos Residencial Del Rei Restaurante Ricardo Impaço Restaurante/Bar L’kodac Restaurante/Café do Grupo desportivo de Aldeia Nova Hostel Ocean Surf Black Coffee Bar Fuzelhas Restaurante/Bar Mhai-coffee Armazém do Café Restaurante/Bar quatro e meio Egoista Creperia/Gelataria Estilo Bar de praia Ozono Restaurante Osaka Cachorro do mar Restaurante Bus Restaurante Pata Negra Francesinha Al Forno Casa do Serrão Restaurante Estrela da Manhã Bufete/Bar Carla Maria Cascata Praia Bar do Oscar Restaurante Casa Campos Residencial Leão de Ouro Restaurante Milho Rei Bufete Pontinho Restaurante Ai Se Ti Restaurante Teresa Residencial Godinho Wltur, Unipessoal Lda</p>	<p>Onda Mar Bar e Grill- Café Lounge Lais de Guia Mixpão Cremosi Pensão e restaurante Aliança Bufete da Nelinha Cilas Prazeres da Bairrada Restaurante Bokado Kitchen burger gourmet Getaway Van Leitaria da Quinta do Paço Restaurante Quatro Estações Agência de Viagens Navitur Agência Abreu La Maison des délices Restaurante O Porquinho Café/Confeitaria Ferreira Café/confeitaria Imperial Restaurante Costa Café/Tasca Ondas de Mar Carioca Marisqueira “A Antiga” A Marisqueira de Matosinhos Agência de Viagens Fátima Cardoso Brízio Agência de viagem Unlimited tours Agência de Viagem Portodouro Agência Halcon Restaurante/Bar Vagas Restaurante A Proa Casa Serrão São Valentim O Malcriado Restaurante o Cais 51 Restaurante “ O Clássico” Restaurante O Manuel Restaurante Mar na Brasa Petisqueira do João Restaurante o Gaveto Restaurante Restaurante O Robalo Restaurante O Zeferino Restaurante João Ratão Ramada do Mar A Varina Sempre a Assar Casa Chaves Restaurante Fernando Internavitur-viagens e turismo Agência de Viagem Esfera d’ Emoção Oscartur, Viagens e turismo,Ltd Globoviagens Marviagens Parsitur Tudomania</p>	<p>Pizaria El Forno Mauritânia Gril Casa de Chá Restaurante Memorial Restaurante/Bar Azul Pedra do Sal Agência de Viagem Resende Culturfriends Wav Comfort Restaurante Rochedo Springwater- Consultadoria e serviços SA Feel Culture-animação turística Culturfriends wavcomfort Atlanticrelax, Lda Hudisurf bar Indio surfista bar Vintage tour Xarroco Restaurante António Restaurante Tito I e II Restaurante Casa Freitas Restaurante Moçambique Restaurante Límínio II Restaurante Vila Verde Marisqueira O Marujo Encanto do Horizonte Marisqueira Marajaha Restaurante O Pescador</p> <p>Empresas encerradas: Viajar é bom - Antunes, Viagens e turismo Bluesailing Tundra Wildaction - animação turística Vindima animação turística Mergulhomania La Gondola</p>

10.6 Anexo VI: Questionário à oferta turística de Matosinhos

Este inquérito insere-se no trabalho de investigação levado a cabo no âmbito de uma dissertação de Mestrado em Gestão e Planeamento do Turismo da Universidade de Aveiro, e pretende recolher a opinião sobre o turismo de *surf* no Concelho de Matosinhos. Todas as respostas são anónimas e o seu tratamento será efetuado de forma global e confidencial. O preenchimento do inquérito tem uma duração prevista de 8 minutos. Uma vez que a sua opinião é de extrema importância, agradecemos desde já a sua colaboração!

1. Perceção relativamente ao turismo de *surf*

1.1 Qual é a sua perceção sobre o desenvolvimento do turismo de *surf* em Matosinhos?

(Assinale com um X)

- Muito bom
- Bom
- Satisfatório
- Insatisfatório
- Muito insatisfatório
- Não sei

1.2 Na sua opinião o turismo de *surf* em Matosinhos no futuro vai: **(Assinale com um X):**

- Aumentar
- Manter
- Diminuir
- Não sei

1.3 Indique quais as estratégias que deveriam ser aplicadas em Matosinhos para desenvolver de forma sustentável o turismo de *surf*.

2. Impactes

2.1 Como avalia o impacte que o turismo de *surf* tem a nível económico para a sua empresa (**Assinale com um X**):

- Muito Relevante
- Relevante
- Pouco relevante
- Nada relevante
- Não sei

2.2 O turismo de *surf* tem contribuído para aumentar do número de colaboradores? (**Assinale com um X**)

Sim Não

Se sim (**Assinale com um X**):

Só no verão	
Só na primavera e verão	
Só na primavera, verão e outono	
Todo o ano	

2.3 Estes trabalhadores estão (**Assinale com um X**):

- A tempo inteiro a contrato
- A tempo inteiro a recibos verdes
- A tempo parcial a contrato
- A tempo parcial a recibos verdes
- Outro. Especifique: _____

3. Parcerias/Participação (**Assinale com um X**)

3.1 A sua empresa tem participado no planeamento e desenvolvimento do produto turístico de *surf* em Matosinhos?

Sim Não

3.2 Conhece as estratégias para desenvolver o turismo de *surf* no concelho de Matosinhos?

Sim Não

3.3 A sua empresa alguma vez foi contactada por empresas ligadas ao turismo de *surf* para desenvolver parcerias?

Sim Não

3.4 Se sim, indique quais as empresas, o motivo e a frequência do contacto (Nada Frequente(1) a Muito Frequente(5))

Empresa	Motivo	Frequência				
		1	2	3	4	5

4. Informação geral (Assinale com um X)

4.1 Indique o seu tipo de atividade:

- Alojamento
- Restaurantes e afins
- Prestador de serviços de entretenimento
- Prestador de atividades recreativas ao ar livre
- Outro. Especifique: _____

4.2 Localização (freguesia) _____

4.3 Indique o tipo de empresa:

- Empresa individual
- Empresa societária

4.4 Indique a sua função na empresa: _____

4.5 Género

- Masculino Feminino

4.6 Grupo etário

- 15 – 24
- 25 – 49
- 50 – 64
- 65 – 79
- 80 e superior

4.7 Nível de Escolaridade

- Sem Escolaridade
- Ensino Básico
- Ensino Secundário
- Ensino Superior
- Outro. Especifique _____

4.8 Formação em Turismo

- Sim Não

Muito obrigada pela sua participação!

10.7 Anexo VII: Questionário à comunidade local de Matosinhos

Este inquérito insere-se no trabalho de investigação levado a cabo no âmbito de uma dissertação de Mestrado em Gestão e Planeamento do Turismo da Universidade de Aveiro, e pretende recolher a opinião sobre o turismo de *surf* no Concelho de Matosinhos. Todas as respostas são anónimas e o seu tratamento será efetuado de forma global e confidencial. O preenchimento do inquérito tem uma duração prevista de 7 minutos. Uma vez que a sua opinião é de extrema importância, agradecemos desde já a sua colaboração!

1. Relação entre comunidade e turismo de *surf*

1.1 Assinale na tabela abaixo, o seu grau de concordância ou discordância com as seguintes afirmações, tendo em atenção a seguinte escala **(Assinale com um X)**

[(1) Discordo totalmente (2) Discordo (3) Neutro (4) Concordo (5) Concordo totalmente (6) Não sei]

Afirmação	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Existem benefícios para a comunidade resultantes do turismo de <i>surf</i> e das visitas dos turistas de <i>surf</i> a Matosinhos.						
Em termos gerais, estou muito satisfeito com o envolvimento e a influência dos residentes no planeamento e desenvolvimento do turismo de <i>surf</i> em Matosinhos.						
O turismo de <i>surf</i> contribui para criar mais conflitos de uso de recurso (eg: sobrelotação das praias e mar)						
Gostaria que, no futuro houvesse mais turistas de <i>surf</i> nas praias do concelho de Matosinhos.						
Estou satisfeito com o crescimento do turismo de <i>surf</i> no concelho de Matosinhos.						
O turismo de <i>surf</i> contribui para o carácter distintivo e para a identidade, cultura e património local de Matosinhos						
Existe excesso de <i>surfistas</i> e de turistas de <i>surf</i> nas praias de Matosinhos em determinadas alturas do ano						
O crescimento dos turistas de <i>surf</i> em Matosinhos tem condicionado o meu tempo de lazer na praia (praias e mar lotados)						
Não aprecio ter demasiados <i>surfistas</i> no mar de Matosinhos visto isso condicionar a utilização do mar por parte dos banhistas						
O turismo de <i>surf</i> está a criar impactes negativos sobre o ambiente visto que provoca uma pressão excessiva sobre o recurso natural – mar, praia e biodiversidade						
O turismo de <i>surf</i> condiciona a minha qualidade de vida em Matosinhos no verão visto ter menos espaço de estacionamento.						
O turismo de <i>surf</i> em Matosinhos aumenta o tráfego limitando a possibilidade de eu usufruir do meu tempo livre quando vou à praia						

O turismo de <i>surf</i> em Matosinhos tem contribuído para a poluição das águas e das praias do concelho						
Afirmção	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
O turismo de <i>surf</i> tem contribuído para melhorar a qualidade das infraestruturas na praia (eg: chuveiros, lava pés).						
Gosto de ter contato com os turistas de <i>surf</i> para perceber a subcultura que está inerente a esta modalidade						

1.2 Pratica ou tem alguma familiar próximo a praticar esta modalidade? (**Assinale com um X**)

Sim. Especifique _____ Não

Se é praticante da modalidade, por favor, responda às questões seguintes (2-3). Se não for, por favor, passe para a pergunta 3.

2. Surfistas

2.1 Quais as praias que têm boas condições para *surf* no concelho de Matosinhos e para que nível ou níveis (iniciante, intermédio, avançado, profissional) de *surf*.

2.2 Quais os destinos turísticos em Portugal, a nível de turismo de *surf*, que são concorrentes diretos a Matosinhos. (**Assinale com um X**)

Destinos turísticos de <i>surf</i> em Portugal	R
Peniche	
Nazaré	
Carcavelos (Lisboa)	
Costa Vicentina	
Ericeira	
Arrifana (Alentejo)	
Sagres	
Outros. Especifique	

2.3 Existe alguma(s) característica(s) que diferencia(m) Matosinhos dos demais destinos turísticos de *surf* que conhece em Portugal?

2.4 Atendendo à sua experiência no *surf*, indique segundo o quadro seguinte, quais são os três pontos mais fortes (+) e os três mais fracos (-) do território para a prática do *surf*?
(Assinale com um X)

Característica	(+)	(-)
Qualidade ambiental nas praias (exemplo limpeza, equipamentos em número suficiente e em boas condições para recolha seletiva dos resíduos; edifícios e equipamentos existentes com boas condições de conservação)		
Clima		
Qualidade da água (exemplo ausência de poluição)		
Temperatura da água		
Qualidade da onda		
Consistência da onda		
Número de praticantes dentro de água		
Diversidade de tipos de onda		
Diversidade de locais para <i>surf</i>		
Ondas desafiantes que estimulam a técnica de <i>surf</i>		
Escolas de <i>surf</i> com pacotes de aulas a preços apelativos		
Duração da temporada de <i>surf</i>		
Presença da bandeira azul / qualidade de ouro		
Condições de segurança das praias (presença de nadador-salvador, serviço de primeiros socorros na praia, devidamente assinalado)		
Cultura de <i>surf</i> de um destino turístico		
Infraestruturas adequadas para o <i>surf</i>		
Recetividade da comunidade local ao <i>surf</i>		

3. Questões demográficas (Assinale com um X)

3.1 Género

Masculino Feminino

3.2 Grupo etário

- 15 – 24
 25 – 49
 50 – 64
 65 – 79
 ≥80

3.3 Nível de Escolaridade

- Sem Escolaridade
 Ensino Básico
 Ensino Secundário

- Ensino Superior
- Outro. Especifique _____

3.4 Identifique das opções seguintes a sua situação profissional

- Trabalho a tempo inteiro (30+ horas por semana)
- Trabalho a tempo parcial (<30 horas por semana)
- Trabalho ocasional
- Estudante
- Doméstica
- Reformado/Pensionista
- Atualmente sem trabalho remunerado
- Outra situação

3.5 Freguesia onde reside _____

3.6 Qual/Quais da(s) seguinte(s) praia(s) do concelho de Matosinhos costuma frequentar na época balnear?

- Leça da Palmeira
- Aterro
- Cabo do Mundo/Júlio Marinho
- Matosinhos
- Nenhuma
- Outra. Especifique _____

3.7 Indique com que frequência vai às praias do concelho de Matosinhos na época balnear:

- No fim-de-semana
- 2 a 3 vezes por semana
- Mais de 4 vezes por semana
- Na época balnear não vou às praias de Matosinhos
- Outra. Especifique _____

3.8 Se não frequenta as praias do concelho na época balnear, indique qual o motivo:

Muito obrigada pela sua participação!

10.8 Anexo VIII: Questionário aos turistas (versão inglesa)

INQUIRY TO VISITORS

This questionnaire was developed as part of the thesis on Master in Management and Planning of Tourism at the Aveiro University and aims to gather the views of the *surf* tourism in Matosinhos Municipality. Your support is crucial to this work. All responses are anonymous and the treatment will be made global and confidential. The filling out of questionnaire is expected to last 8minutes. Since your opinion is of utmost importance, we **thank you for your cooperation!**

1. Satisfaction/Loyalty

1.1 This was your first visit to Matosinhos? **(Complete with an X)**

Yes No

If Not, how many times did you visited this destination in the last five years? _____

1.2 Overall, how would you rate your satisfaction with the experience associated with *surf* tourism in the municipality of Matosinhos **(Complete with an X)**

- Poor
- Fair
- Good
- Very good

1.3 Probability of returning to visit Matosinhos to make *surfing* tourism. **(Complete with an X)**

- Not at all likely
- Unlikely
- Likely
- Very likely
- Certainly

1.4 Likelihood to recommend the Matosinhos *surf* tourist destination to your group of family and friends **(Complete with an X)**

- Not at all likely
- Unlikely
- Likely
- Very likely
- Certainly

2. Economic Impacts

2.1 Are you hosted in Matosinhos (**Complete with an X**)

Yes No. Where? _____

If yes, please indicate how many nights are you staying in Matosinhos _____

2.2 How much do you think spending per person per day during your visit in the municipality of Matosinhos? (Transport to the destination, food and drink, shopping and entertainment expenses. Please note if you are not staying in Matosinhos delete the value of spending on accommodation). (**Complete with an X**)

<25 €

25-50 €

50 - 100 €

100-200 €

≥200 €

2.3 What did you visited or think visit in Matosinhos. (**Complete with an X**)

Built cultural heritage

Heritage gastronomic

Cultural Heritage (festivities)

Natural Heritage

I do not think anything in Matosinhos visit only intend to go *surfing*

Other. Specify _____

3. Matosinhos destination

3.1 Indicate in the table below three strengths (+) and the three weakest (-) of territory for *surfing*? (Fill the three frames with an X)

Characteristic	(+)	(-)
Environmental quality on the beaches (eg: cleaning, sufficient equipment and in good condition for selective collection of waste and existing buildings and equipment with good storage conditions)		
Weather		
Water quality (eg: absence of pollution)		
Water temperature		
Wave Quality		
Consistency wave		
Number of practitioners in water		
Diversity wave types		
Local diversity to <i>surf</i>		
Challenging waves that stimulate the <i>surfing</i> technique		
<i>Surf</i> schools with appealing classes packages prices		
Duration of the <i>surf</i> season		
Presence of blue flag / quality gold		
The beaches safety conditions (presence of lifeguard, first aid on the beach service, clearly marked)		
A tourist destination <i>surf</i> culture		
Adequate infrastructure for <i>surfing</i>		
Receptivity of the local community to <i>surf</i>		
Other (s). Specify		

3.2 For you, and according to the chart below, which the three most positive attributes (+) and the three most negative (-) in the tourist destination of Matosinhos in general.

Characteristic	(+)	(-)
Uniqueness of destination		
Package available / diversified tourist products		
Good access to the site		
Friendliness of the local community		
Availability / quality of local transport		
Accommodation establishments with quality affordable		
Activities for the whole family		
Opportunities to practice sport / leisure activities		
Gastronomy		
Nightlife		
Landscape		
Rich cultural heritage, architectural and historical		
Opportunity to shop		
Cost of living affordable		
Additional services facility (banks, telecommunications, etc.)		
Personal security		
Beaches and bathing areas		
Other (s). Specify		

3.3 Did you experiences some conflicts in the water or on the beach?

Afirmation	
Among the <i>surfers</i> and swimmers	
Among the professional <i>surfers</i> and the beginners	
With <i>surfers</i> and other practitioners of water sports	
Between locals and <i>surfers</i>	
Between locals and tourists	
Among <i>surfers</i> and <i>surf</i> schools	
Other. Specify	

4. Behavior

4.1 Check the table below, the degree of agreement or disagreement with the following statements, taking into account the following scale **(Complete with an X)**

[(0) Do not know (1) Nothing common (2) Less common (3) Frequently (4) Very frequently (5) Always]

Claims	(0)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
I have sought to preserve the natural environment of Matosinhos						
I sense concern to preserve the culture of Matosinhos.						
I sense concern to preserve the culture of Matosinhos.						
I have visited churches, castles and historical centers of the municipality of Matosinhos						
I have enjoyed exhibition crafts and local products (Matosinhos)						
I have participated in cultural activities of the municipality of Matosinhos						
Whenever I'm in a destination I try to interact with the local community (eg: live with local <i>surfers</i>)						
When I decide for a tourist destination it always has based their environmental quality selection						
I not always respect the dunes protective barriers because if they shorten the way, I do not mind stepping on them						
When choosing the destination I have in consideration the accommodation with good environmental practices						
I have endeavored to save water and energy						
I have endeavored to make the recycling of waste (eg. Paper, glass, plastic) when I visit Matosinhos						
I have endeavored to buy products in Matosinhos "environmentally friendly"						

4.2 What method of transport used / plan to use during your stay / visit to Matosinhos? **(Complete with an X)**

- Bicycle
- Local collective transport (bus, train, metro)
- Other (private cars, taxi)

4.3 Did you participated in any initiative of protection / environmental recovery in the destination Matosinhos (eg: garbage collection on the beaches) **(Complete with an X)**

Yes No

4.4 If you are learning with a *surf* school, it is provided some training on environmental education? **(Complete with an X)**

Yes No I'm not learning *surf* in any school

5.Tourist profile (Complete with an X)

5.1 Gender

Male Female

5.2 Age group

- 15-24
- 25-49
- 50-64
- 65-79
- 80 and above

5.3 Professional status

Which of the following best describes your situation to the job?

- In work full-time (30+ hours per week)
- In part-time work (<30 hours per week)
- Occasional work
- Student
- Domestic
- Retired / Pensioner
- currently without paid work
- Another situation

5.4 Education Level

- No Education
- Basic Education
- Secondary Education
- Higher Education

5.5 Net monthly household income (in euros)

- Up to 500
- From 501-1000
- From 1001 to 2000
- In 2001-4000
- In 4001-6000
- Greater than or equal to 6001

5.6 Nationality _____

5.7 Did you travel to this tourist destination (Mark with an X):

Affirmation	A
Alone	
With family	
With her boy(girl)friend	
With a small group of friends who do not practice <i>surfing</i> (2/3)	
With a large group of friends who do not practice <i>surfing</i> (≥ 4)	
With a small group of friends who practice <i>surfing</i> (2/3)	
With a large group of friends who practice <i>surfing</i> (≥ 4)	
Other. Specify	

5.8 How did Matosinhos knowledge as a tourist destination *surf*? (Mark with an X)

Affirmation	A
Travel agency / tour operator.	
Social Communication	
Tourism fair held in your country	
Specialty magazines. Specify	
Recommendation of friends/family	
Site of <i>surf</i> schools	
Other. Specify	

5.9 The *surf* was your main motivation to travel to Portugal?

- Yes No. Specify _____

Thank you for your participation!

10.9 Anexo IX: Questionário aos turistas (versão francesa)

ENQUÊTE AUX VISITEURS

Cet enquête s'inscrit dans un travail d'investigation qui sera inclu dans la dissertation d'une thèse de Maîtrise en Gestion et Conception du Tourisme de l' Université d'Aveiro et il prétend cueillir des opinions sur le tourisme du *surf* dans la commune de Matosinhos. Toutes les réponses sont anonymes e son traitement sera fait d'une façon globale et confidentielle. Le remplissage de cet enquête a une durée prévue de 8 minutes. Comme votre opinion est extrêmement importante, nous vous remercions d'avance de votre colaboration!

1. Satisfaction/Fidèlement

1.1 Est-ce-que c'est votre première visite à Matosinhos? **(Remplissez avec un X)**

Oui Non

Si vous avez répondu Non, Combien de fois avez-vous pris cette destination dans les cinq dernières années? _____

1.2 Globalement, comment classifiez-vous votre satisfaction par rapport à l'expérience associée au tourisme du *surf* à la commune de Matosinhos **(Remplissez avec un X)**

- Mauvais
- Raisonnable
- Bonne
- Très bonne

1.3 Quelle est la probabilité de revenir à Matosinhos pour faire du tourisme de *surf*. **(Remplissez avec un X)**

- Pas probable
- Peu probable
- Probable
- Assez probable
- Certainement

1.4 Probabilité de recommander Matosinhos comme une destination *surf* touristique à votre groupe d'amis et famille **(Remplissez avec un X)**

- Pas probable
- Peu probable
- Probable
- Assez probable
- Certainement

2. Impacte économique

2.1 Vous êtes logé à Matosinhos **(Remplissez avec un X)**

Oui Non. Où? _____

Si oui, indiquez combien de nuits vous y resterez _____

2.2 Combien pensez-vous y dépenser par personne et par jour, pendant votre visite à la commune de Matosinhos? (moyens de transport, alimentation et boissons, achats et amusements. Attention, si vous n'êtes pas logé à Matosinhos, rayé la valeur des dépenses du logement). **(Remplissez avec un X)**

- <25 €
- 25 – 50 €
- 50 – 100 €
- 100 – 200 €
- ≥200 €

2.3 Qu'est-ce-que vous avez visité ou vous pensez visiter à Matosinhos? **(Remplissez avec un X)**

- Le patrimoine culturel bâti
- Le patrimoine gastronomique
- Le patrimoine culturel (festivités)
- Le patrimoine naturel
- Je ne pense rien visiter à Matosinhos, je ne prétends que pratiquer du *surf*
- Un autre. Spécifiez _____

3. Destination Matosinhos

3.1 Indiquez, selon le tableau suivant, les trois points plus forts (+) et les trois points faibles (-) du territoire pour pratiquer le *surf*? **(Remplissez les trois avec tableau avec un X)**

Caractéristiques	(+)	(-)
Qualité ambientale sur les plages (exemple: propreté, existante equipements en nombre suffisant et en bonnes conditions pour la cuieillette selective de résidus; bâtiments et équipements existants en bonnes conditions de conservation		
Climat		
Qualité de l'eau (exemple: absence de pollution)		
Temperature de l'eau		
Qualité de la vague		
Consistence de la vague		
Nombre de pratiquants dans l'eau		
Diversité dans les types de vague		
Diversité de locaux pour pratiquer le <i>surf</i>		
Vagues déifiantes pour pratiquer la técnica du <i>surf</i>		
Écoles de <i>surf</i> avec des paquets de cours à des prix apellatifs		
Durée de la saison du <i>surf</i>		
Pésence du drapeau bleu/ qualité d'or		
Conditions de sécurité aux plages (présence d'un surveillant de baignade, premiers secours à la plage et bien signalés)		
Culture du <i>surf</i> comme destination touristique		
Infrastructure adéquates au <i>surf</i>		
Réceptivité de la communauté locale		
Autre(s). Spécifiez:		

3.2 Pour vous, et d'accord avec le tableau ci-dessous, quels sont les trois attributs positifs (+) et les trois négatifs (-) dans cette destination en générale à Matosinhos.

Caractéristique	(+)	(-)
Singularité de la destination		
Package disponibles/ Produits touristiques diversifiés		
Accès facile au local		
Sympathie de la communauté locale		
Disponibilité /qualité des transports locaux		
Offerte de logement et la qualité à des prix accessibles		
Offerte d'activités pour toute la famille		
Offerte pour stimuler la pratique du sport		
Gastronomie		
Animation nocturne		
Paysage		
Richesse du patrimoine culturel, architectonique et historique		
Achats		
Niveau de vie accessible		
Facilité d'accès aus services complementaires (banques, télécommunications, etc		
Securité		
Plages et zones balneaires		
Autre(s). Lequel(lesquelles):		

3.3 Avez-vous observé des conflits dans l'eau ou à la plage?

Questions	R
Entre <i>surfistes</i> et nageurs	
Entre <i>surfistes</i> qualifiés et apprennants	
Entre <i>surfistes</i> et d'autres pratiquants de sports aquatiques	
Entre habitants et <i>surfistes</i>	
Entre habitants et touristes	
Entre <i>surfistes</i> et les écoles de <i>surf</i>	
Autre. Lequel?	

4. Comportement

4.1 Signalez dans le tableau ci-dessous, le degré de concordance ou discordance, avec affirmations suivantes, prenant comme base le tableau qui se suit (**Remplissez avec un X**)

[(0)Je ne sais pas (1) Rien commun (2)Décalé (3) Fréquent (4) Bien solvante (5) Toujours]

Afirmattions	(0)	(0)	(2)	(3)	(4)	(5)
J'ai cherché à préserver l'ambient naturel à Matosinhos						
J'ai senti le besoin de préserver la culture de Matosinhos.						
J'ai visité des églises, des châteaux ou des centres historiques dans la commune de Matosinhos						
J'ai visité des expositions d'artisanat et de produits locaux (Matosinhos)						
J'ai participé à des activités culturelles de la commune de Matosinhos						
Quand je suis dans un endroit quelconque, je cherche à avoir une action reciproque avec la communauté locale (ex: avoir de la proximité avec les <i>surfistes</i> locaux)						
Quand je me décide pour une destination touristique, je seleccionne toujours sa qualité ambientale						
Je ne respecte pas toujours les barrières de protection des dunes, les fouler ne me gêne pas						
Quand je choisi la destination, j'ai en considération les logements qui font une bonne gestion ambientale						
Je fais des efforts pour ménager l'eau et l'électricité						
Je fais des efforts pour recycler les ordures (ex: papier, verre, plastique) quando je visite Matosinhos						
Je me force à acheter des produits à Matosinhos "amis de l'ambient"						

4.2 Quel est le moyen de transport utilisé/pensez-vous utiliser pendant votre séjour/visite à Matosinhos? (**Remplissez avec un X**)

- Velô
- Moyens de transport locaux (bus, train, metro)
- Autres (voiture particulière, táxi)

4.3 Avez-vous participé à des programmes de protection/rétablissement ambiantal dans la commune de Matosinhos (ex: ramassage d'ordures aux plages)

Oui Non

4.4 Si vous êtes en train d'apprendre la modalité dans une école de *surf*, avez-vous y eu de la formation sur éducation ambiantale? **(Remplissez avec un X)**

Oui Non Je ne frequente aucune école de *surf*

5.Profil du touriste (Remplissez avec un X)

5.1 Genre

Masculin Féminin

5.2 Âge

- 15 – 24
- 25 – 49
- 50 – 64
- 65 – 79
- 80 ou plus

5.3 Situation professionnelle

Quelle est, selon les options suivantes, celle qui mieux décrit votre situation professionnelle?

- À temps intégral (30+ heures par semaine)
- À temps partiel (moins de 30 heures par semaine)
- Travail occasionnel
- Étudiant
- Menagère
- Retraité/Pensionné
- Actuellement sans travail payant
- Autre situation

5.4 Niveau de Scolarité

- Sans scolarité
- Éducation de base
- Enseignement secondaire
- Enseignement Supérieur

5.5 Revenus mensuels liquide de l'agrégat familial (en euros)

- Jusqu'à 500
- De 501 à 1000
- De 1001 à 2000
- De 2001 à 4000
- De 4001 à 6000
- Plus ou égale à 6001

5.6 Nationalité _____

5.7 Vous avez voyagé à cette destination touristique (**Signalez avec un X**):

Afirmação	R
Seul	
Avec la famille	
Avec le/ la fiancé(é)	
Avec un petit groupe d'amis qui ne pratiquent pas le <i>surf</i> (2/3)	
Avec un grand groupe d'amis qui ne pratiquent pas le <i>surf</i> (plus de 4)	
Avec un petit groupe d'amis qui pratiquent le <i>surf</i> (2/3)	
Avec un grand groupe d'amis qui pratiquent le <i>surf</i> (plus de 4)	
Autre Lequel?	

5.8 Comment avez-vous pris connaissance sur Matosinhos comme une destination touristique de *surf*? (**Signalez avec un X**)

Question	R
Agence de voyage/ opérateur touristique.	
À travers des media	
Foire de tourisme réalisé dans votre pays	
À travers de magazines de la spécialité .Spécifiez	
À travers d'amis/ famille	
Site d' écoles de <i>surf</i>	
Autre. Spécifiez:	

5.9 Le *surf* a été la principale motivation pour voyager sur le Portugal?

- Oui Non. Spécifiez _____

Merci de votre participation!

10.10 Anexo X: Acessibilidade

O concelho é atravessado por vias de comunicação importantes nomeadamente a autoestrada A28, que é um dos troços da IC1 (itinerário complementar do litoral) e que liga o Porto a Viana do Castelo e atravessa Matosinhos (CM-Matosinhos & FML,2006), “constituindo uma verdadeira espinha dorsal do concelho” (CM-Matosinhos & FML,2006,p.5). Outras importantes vias de comunicação são a EN13 e EN14 (Via Norte), o IP4 (liga o grande Porto, mais precisamente Matosinhos a Trás-os-Montes) (Figura 10.1) e o IC24 que liga Matosinhos a Lousada que após obras passou a ser A41 E A42, deixando de ser uma SCUT (sem custos para o utilizador) para passar a ser taxada como demonstrado na Figura 10.2.



Figura 10.1: Mapa de Matosinhos com algumas das principais vias de comunicação
Fonte: CM-Matosinhos & Fundação Manuel Leão (2006)



Figura 10.2: Portagens da A41 e A42
Fonte: ASCENDI⁴⁷ (2015a)

⁴⁷ Ascendi: empresa que representa a atividade de um conjunto de 7 concessionárias rodoviárias que são responsáveis pela gestão de uma rede com cerca de 1.300 km (ASCENDI, 2015b)

Matosinhos tem ainda o Porto de Leixões, classificado como porto comercial, (Mendes, 2007), sendo considerado como a maior infraestrutura portuária do Norte de Portugal e uma das mais importantes do País (Mendes,2007), o aeroporto que fica sensivelmente a 11 km (dados *Googlemap*) na cidade vizinha da Maia e a linha do metro A (Figura 10.3), que liga o Estádio do Dragão ao Senhor de Matosinhos, e que permite cruzar no seu itinerário com as linhas da Maia, Fânzeres, Póvoa do Varzim, Aeroporto e General Torres (Vila Nova de Gaia) como demonstrado na figura 10.4, apresentando assim uma rede viária bastante densa e com excelentes condições de acessibilidade (Mendes, 2007).



Figura 10.3: Interligação das infraestruturas de transporte no município de Matosinhos
 Fonte: Adaptado de Mendes (2007)



Figura 10.4: Ligação de todas as linhas de metro do Porto
 Fonte: Metro do Porto (2015)

O metro apresenta ainda para quem é turista um título de transporte específico o *Andante Tour*, caracterizado pela máxima simplicidade e que oferece acesso a toda a rede intermodal Andante permitindo um número ilimitado de viagens tendo dois tipos de tarifário: Andante Tour 1 dia= 7,00 EUR e Andante Tour 3 dias = 15,00 EUR (Metro, SA 2015).

10.11 Anexo XI: Estrutura e dinâmica demográfica

A população de Matosinhos no ano de 1960 era de 91017 habitantes e esse número quase duplicou até ao ano 2014, (Figura 10.5), fruto provavelmente das condições favoráveis que este concelho apresenta - ser litoral, com facilidade em acessibilidades e com um tecido empresarial vasto o que origina uma maior dinâmica a nível de emprego. Como refere o relatório de Mendes (2007), Matosinhos é considerado, a nível de sistema socioeconómico um dos municípios de maior dinamismo da AMP, a par de outros municípios como o do Porto e de Vila Nova de Gaia.

Contudo, esse crescimento tem vindo a abrandar ligeiramente nos últimos anos, tendo até diminuído em 2014, provavelmente devido à crise que se tem vindo a agravar ao longo destes últimos anos e que tem potencializado a emigração portuguesa.

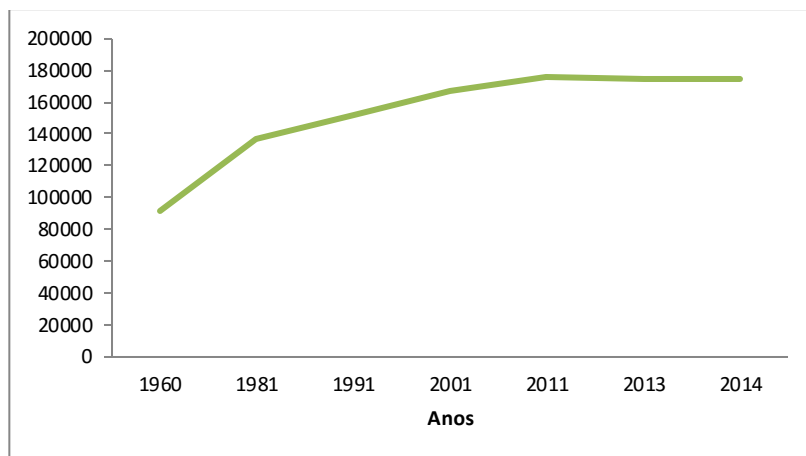


Figura 10.5: População residente em Matosinhos, 1960-2014

Fonte: AMP (2015) e INE (2000 a 2015)

Assim, no ano de 2014, residiam um total de 174368 habitantes, resultando numa densidade populacional⁴⁸ de 2 793,5 habitantes por km² (INE, 2014). O concelho apresentou uma tendência de crescimento (Figura 10.6) até 2011 porém, nos últimos anos regista-se uma diminuição ligeira desta densidade, provavelmente devido à crise que tem assolado nos últimos anos e que tem potencializado a emigração portuguesa.

⁴⁸ Densidade populacional: Intensidade do povoamento expressa pela relação entre o número de habitantes de uma área territorial determinada e a superfície desse território (habitualmente expressa em número de habitantes por quilómetro quadrado (INE, 2015).

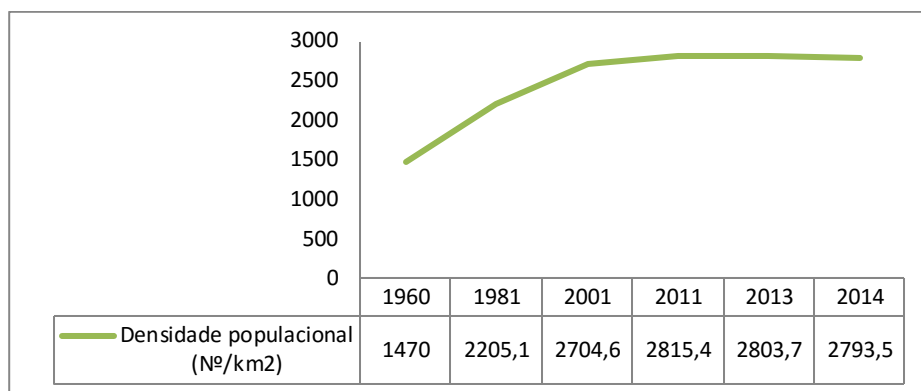


Figura 10.6: Densidade populacional de Matosinhos entre 1981-2014
 Fonte: INE (2014) e PORDATA (2015)

Comparando ainda a densidade populacional do concelho de Matosinhos com a região Norte e com Portugal, a figura 10.7 revela que Matosinhos apresenta densidade populacional significativamente superior à média das restantes regiões. O grande Porto, onde está incluído o concelho de Matosinhos revela uma densidade populacional muito superior ao território nacional o que contribui para que os limites de Matosinhos se diluam com os concelhos vizinhos (CM-Matosinhos & FML, 2006).

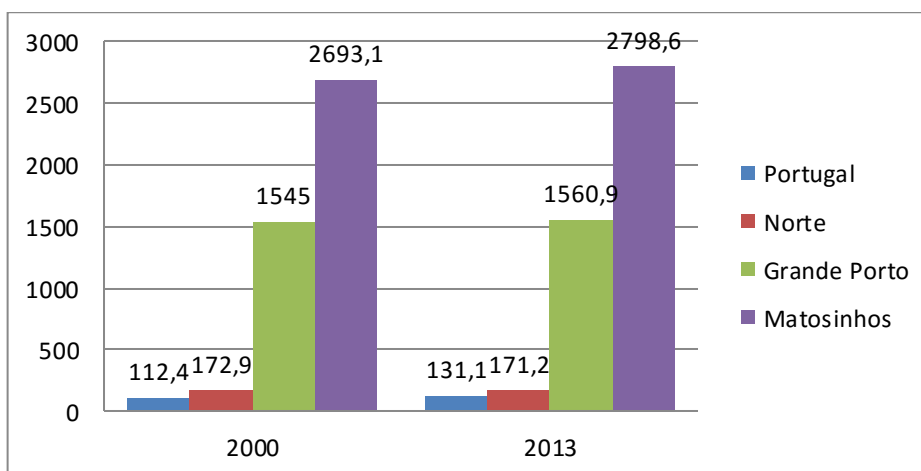


Figura 10.7: Densidade populacional de diferentes territórios
 Fonte: INE (2015)

Matosinhos é assim considerado um dos 10 concelhos mais populosos em Portugal no ano de 2011, como demonstrado na figura 10.8.

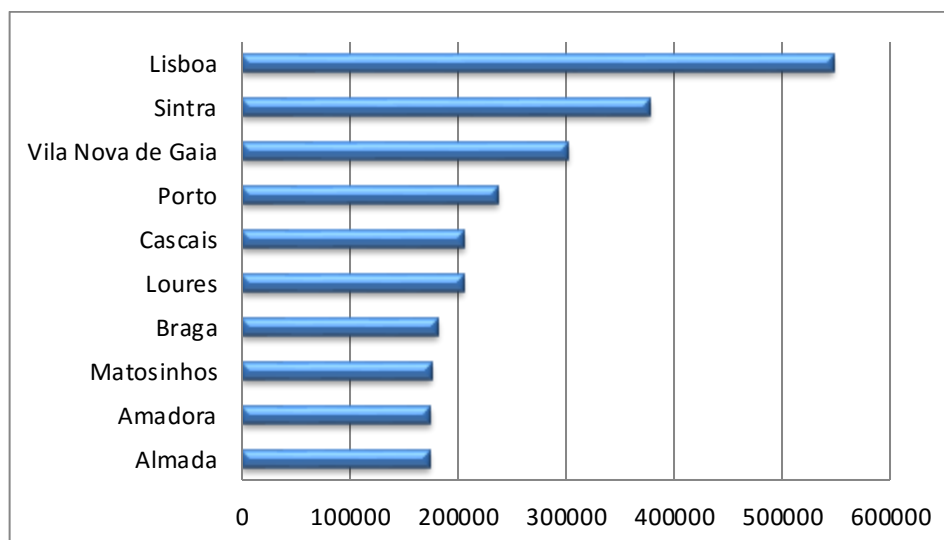


Figura 10.8: Os 10 municípios com mais população residente em 2011
 Fonte: INE (2011)

Esta imagem reforça ainda a ideia explanada no capítulo 2, que refere que as zonas costeiras são áreas que atraem mais população uma vez que dos 10 municípios mais populosos em 2011, nove concelhos são considerados litorais. Assim, os dados confirmam que é nas zonas costeiras que existe uma maior densidade populacional e que tal facto contribui para as pressões constantes sentidas nessas regiões.

Se detalharmos a densidade populacional pelo concelho de Matosinhos pode-se ainda constatar que esta está mais concentrada no litoral, o que demonstra a maior atratividade das litorais para a captação de pessoas e atividades económicas. A Figura 10.9 faz uma comparação da distribuição da densidade populacional no concelho de Matosinhos tendo como referência o ano de 1991, 2001 e 2011.

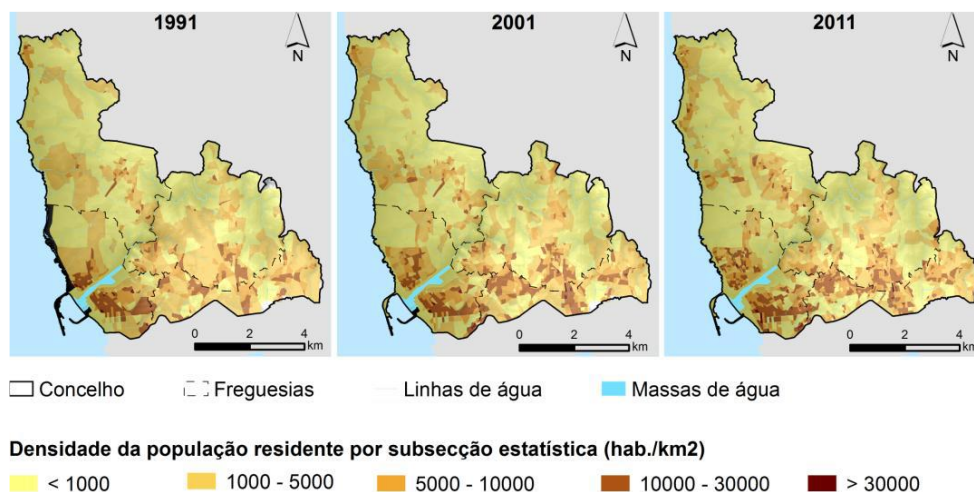


Figura 10.9: Distribuição da densidade populacional no concelho de Matosinhos
 Fonte: IPVC & ESA (2013)

Quanto à população residente está razoavelmente equilibrada em termos de género, sendo composta por 92 123 mulheres (53%) e 82 245 homens (44%) revelando contudo uma maior predominância do género feminino.

Relativamente à distribuição etária, a maior percentagem de população residente encontra-se na faixa etária compreendida entre os 40 e os 59 anos, seguida da faixa etária entre os 20-39 ano, perfazendo, as duas, um total de 56% da população residente. Há a salientar que a população entre os 60 e os 73 anos tem uma maior percentagem (21%) que a faixa etária mais jovem (19%) (Figura 10.10)

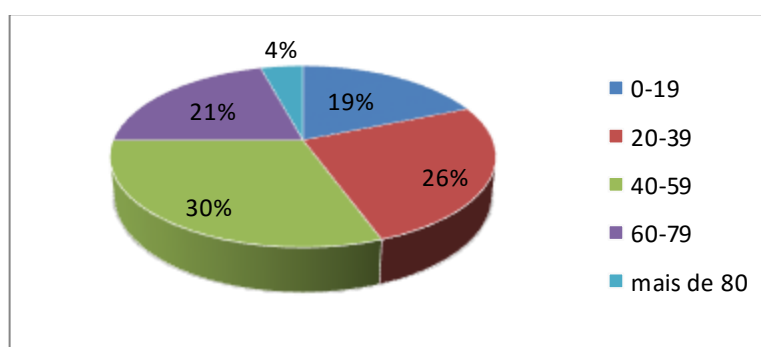


Figura 10.10: Percentagem de população residente, por faixa etária, no concelho de Matosinhos
 Fonte: PORDATA (2015)

Para averiguar a evolução relativa à distribuição etária da população ao longo dos anos, foi realizada uma comparação entre o ano de 2001 e 2014, como revela a Figura 10.11.

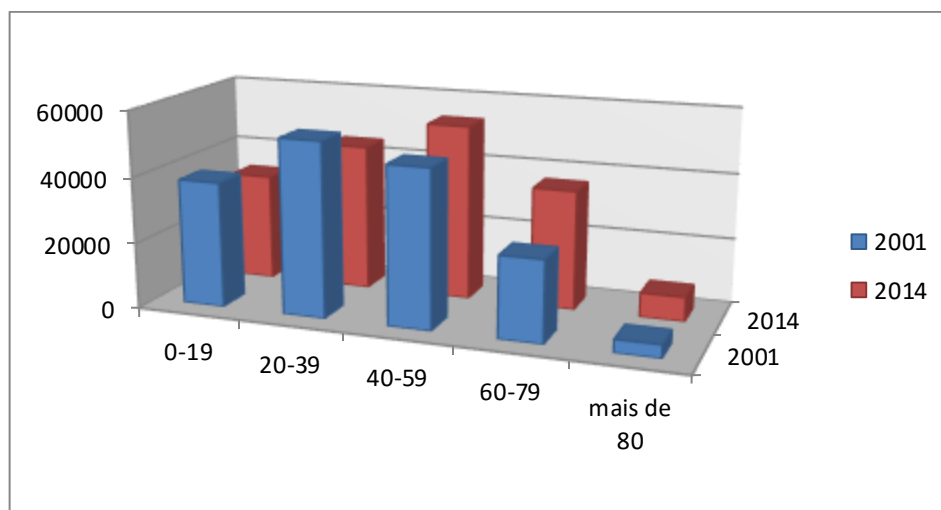


Figura 10.11: Distribuição da população por faixa etária nos anos de 2001 e 2014
 Fonte: PORDATA (2015)

Os dados demonstram uma diminuição dos grupos etários mais jovens (0-19 e 20-39) ao longo dos anos e em oposição um aumento dos grupos etários mais velhos (40-59, 60-79 e mais de 80) o que indicam que, caso a tendência se mantenha, Matosinhos enfrentará no futuro um problema de envelhecimento da população. Consequência direta desta realidade, os valores do índice de envelhecimento ⁴⁹(Figura 10.12) têm aumentado significativamente desde 1981 a 2014, sendo que neste último ano para cada 100 jovens com a faixa etária dos 0-14 anos existem 130,4 de idosos, um acréscimo bem significativo se tivermos como termo de comparação o ano de 1981 que para cada 100 jovens entre os 0-14 anos apenas existiam 29,1 idosos.

⁴⁹ Índice de envelhecimento: relação entre a população idosa e a população jovem, definida como o quociente entre o número de pessoas com 65 ou mais anos e o número de pessoas com idades compreendidas entre os 0 e os 14 anos (expressa por 100 pessoas dos 0 aos 14 anos) (INE, 2015).

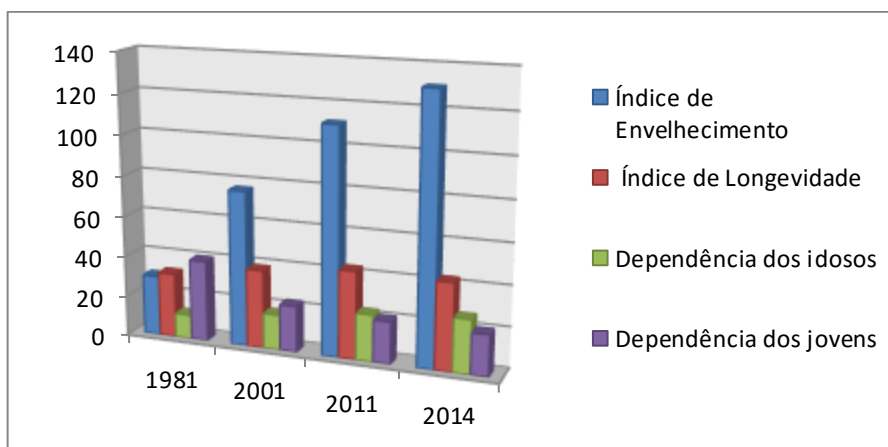


Figura 10.12: Porcentagem relativa aos Índices de envelhecimento, longevidade, dependência dos idosos e jovens

Fonte: AMP (2015) e PORDATA (2015)

De igual forma, os dados indicam que os valores do índice de longevidade ⁵⁰ também têm uma propensão para aumentar, o que demonstra que a esperança de vida da população está a aumentar mostrando uma população com melhores condições de vida. No entanto houve uma ligeira diminuição no ano de 2014 que pode estar relacionado com a regressão que assolou o mundo desde 2008, que tem originado uma diminuição dessas mesmas condições. Da figura anterior ainda se pode concluir que o índice de dependência dos idosos ⁵¹ têm vindo também a aumentar ao longo dos anos pesquisados tendo como consequência um maior grau de dependência dos idosos em relação à população em idade ativa. Em oposição o índice da dependência dos jovens ⁵² tem diminuído, devido à redução do número de jovens até aos catorze anos comparativamente com a população em idade ativa.

Se compararmos o índice de envelhecimento em Matosinhos com o índice de envelhecimento da AMP em 2001, vê-se que o concelho ultrapassou a área metropolitana onde se insere o que demonstra que Matosinhos tem um envelhecimento da população ligeiramente superior à área onde se localiza mas inferior ao território nacional. Os valores

⁵⁰ Índice de longevidade: relação entre a população mais idosa e a população idosa, definida habitualmente como o quociente entre o número de pessoas com 75 ou mais anos e o número de pessoas com 65 ou mais anos (expressa habitualmente por 100 pessoas com 65 ou mais anos) (INE, 2015).

⁵¹ Índice de dependência dos idosos: a relação entre a população idosa e a população em idade ativa. Habitualmente definido como o quociente entre o número de pessoas com idade igual ou superior a 65 anos e o número de pessoas com idades compreendidas entre os 15 e os 64 anos. Geralmente é expresso em percentagem (por 100 pessoas com 15-64 anos) (INE, 2015).

⁵² Índice de dependência dos jovens: É a relação entre a população jovem e a população em idade ativa. Habitualmente definido como o quociente entre o número de pessoas com idades compreendidas entre os 0 e os 14 anos e o número de pessoas com idades compreendidas entre os 15 e os 64 anos. Geralmente é expresso em percentagem (por 100 pessoas com 15-64 anos) (INE, 2015).

do índice de longevidade em todas as áreas estudadas revelam também uma propensão para aumentar o que demonstra que a esperança de vida da população está a aumentar revelando envelhecimento da população com melhores condições de vida.

Desta forma, o coeficiente de dependência dos idosos têm vindo também a aumentar ao longo dos anos pesquisados tendo como consequência um maior grau de dependência dos idosos em relação à população em idade ativa. Ainda assim, o concelho apresenta valores mais baixos que os da AMP e de Portugal. Inversamente o índice da dependência dos jovens tem diminuído como demonstrado no Quadro 10.1, devido à diminuição do número de jovens até aos catorze anos comparativamente com a população em idade ativa, sendo em Matosinhos mais baixo que os restantes territórios estudados.

Quadro 10.1: Comparação dos índices de envelhecimento, longevidade, dependência dos idosos e jovens entre os vários territórios

Índice	Envelhecimento			Longevidade			Dependência dos Idosos			Dependência dos jovens		
	Ano	1981	2001	2011	1981	2001	2011	1981	2001	2011	1981	2001
M	29,7	76,4	113	31,8	38,1	43,9	11,8	17,1	23,2	39,9	22,3	20,6
AMP	32,1	75,7	107,9	32,9	39,1	45,1	13,6	18,1	23,7	42,5	24,0	21,9
P	44,9	102,2	127,8	34,2	41,4	47,9	18,2	24,2	28,8	40,5	23,6	22,5

Legenda
M - Matosinhos AMP - Área Metropolitana do Porto P - Portugal

Fonte:AMP (2015) e PORDATA (2015)

Relativamente à natalidade e mortalidade (Figura 10.13) verifica-se que a taxa de mortalidade ⁵³tem subido ultrapassando em 2013 a taxa de natalidade⁵⁴, sendo que esta tem tido um decréscimo acentuado ao longo dos anos em estudo, o que corrobora a tendência de uma pirâmide invertida no concelho.

⁵³ Taxa de mortalidade: Número de óbitos observado durante um determinado período de tempo, normalmente um ano civil, referido à população média desse período (habitualmente expressa em número de óbitos por 1000 (10³) habitantes) (INE, 2015)

⁵⁴ Taxa de natalidade: Número de nados vivos ocorrido durante um determinado período de tempo, normalmente um ano civil, referido à população média desse período (habitualmente expressa em número de nados vivos por 1000 (10³) habitantes) (INE, 2015).

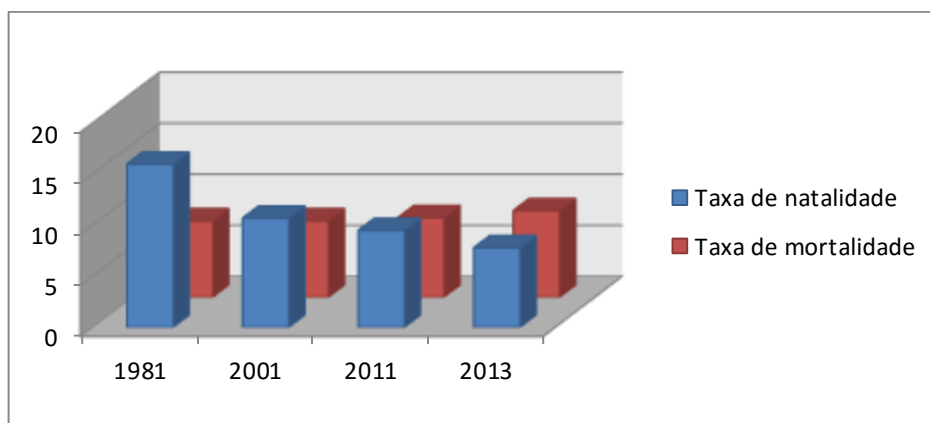


Figura 10.13: Taxa de natalidade e mortalidade (%)
 Fonte: PORDATA (2015)

Apesar de Matosinhos ter saldo positivo até 2011, em 2013 a variação da população ⁵⁵é negativa, fruto do saldo migratório ⁵⁶e do saldo natural ⁵⁷também o serem (Quadro 10.2). Este facto ocorre, como demonstrado, em todo o território mas em Matosinhos torna-se evidente a pressão que a crise mundial acarretou sobre os territórios. Assim, até 2001 “Matosinhos dividia-se de forma contrabalançada pelo saldo natural e pelo saldo migratório, embora a influência deste último fosse ligeiramente superior” CM-Matosinhos & FML, (2006, p.12). Porém, os dados revelam que em 2011 tal condição já não ocorre existindo um desequilíbrio entre o saldo migratório, que se torna negativo e saldo natural que permanece positivo, havendo por parte deste último uma supremacia acentuada. Esta alteração é agravada em 2013 com ambos os saldos negativos o que torna a variação da população também negativa. Esta situação ocorre muito provavelmente com a acentuada emigração e com a diminuição da taxa de imigração que desde 2011 se faz sentir em todo o território português bem como com o constante envelhecimento da população. Este acontecimento ocorre em todo o território de forma ainda mais acentuada o que revela que Matosinhos não se encontra numa situação demasiado crítica face ao território global.

⁵⁵ Variação da população: taxa de natalidade mais a taxa de migração menos a taxa de mortalidade (INE, 2015).

⁵⁶ Saldo migratório: é a diferença entre o número de entradas e saídas por migração, internacional ou interna, para um determinado país ou região, num dado período de tempo (INE,2015).

⁵⁷ Saldo natural: é a diferença entre o número de nados vivos e o número de óbitos, num dado período de tempo (INE, 2015).

Quadro 10.2: Saldo migratório, natural e variação da população entre os anos de 1991 a 2013

Período de referência dos dados	Local de residência	Saldo migratório (N.º)	Saldo natural (N.º)	Varição populacional
		N.º	N.º	N.º
2013	Portugal	-36 232	-23 756	-59 988
	Grande Porto	-6 636	-806	-7 442
	Matosinhos	-502	-129	-631
2011	Portugal	-24 331	-5 992	-30 323
	Grande Porto	-3 496	1 072	-2 424
	Matosinhos	-20	289	269
2001	Portugal	56 213	7 682	63 895
	Grande Porto	3 515	3 577	7 092
	Matosinhos	913	527	1 440
1991	Portugal	-32 829	12 417	-20 412
	Grande Porto	-877	4 691	3 814
	Matosinhos	198	858	1 056

Fonte: INE (2015)

Relativamente ao nível de instrução ⁵⁸da população de Matosinhos (Quadro 10.3) verifica-se que esta apresenta uma média a elevada escolaridade, uma vez que se juntarmos os quantitativos da população com cursos médios e superiores estes ultrapassam os quantitativos que têm apenas até ao terceiro ciclo. O quadro revela ainda que ao longo destes 30 anos, desde 1981 a 2011, existe uma diminuição acentuada de quantitativos sem nível de escolaridade e de quantitativos que têm somente o primeiro ciclo básico. Inversamente existe o aumento exponencial da população com o ensino secundário e ainda mais acentuado o do ensino superior. Do quadro ainda se pode concluir que a nível global Matosinhos apresenta desde 1981 sempre uma taxa inferior de indivíduos sem escolaridade e que sempre teve um maior número de quantitativos no ensino superior nos anos estudados do que os restantes territórios pesquisados. O quadro revela assim que este concelho tem um nível de instrução acima da média nacional, regional e sub-regional.

⁵⁸ Nível de instrução: Grau de ensino mais elevado atingido pelo indivíduo (completo, incompleto, frequência) (INE, 2015)

Quadro 10.3: População residente com 15 e mais anos por nível de escolaridade (%)

T	S/ esc.	1º ciclo	2º ciclo	3º ciclo	Sec.	Médio	Superior							
Ano	1981	2011	1981	2011	1981	2011	1981	2011	1981	2011	1981	2011	1981	2011
P	36,9	10,4	38,8	27,2	10,5	12,8	7,0	19,1	3,1	15,7	1,2	1,0	2,1	13,8
N	36,9	10,3	41,9	29,7	10,2	14,8	5,6	18,5	2,4	14,0	1,2	0,8	1,6	12,0
AMP	28,9	7,9	44,2	28,3	11,8	14,1	7,4	18,9	3,5	15,2	1,3	1,0	2,5	14,6
M	27,3	7,4	46,0	26,8	11,6	12,1	7,8	18,2	3,4	16,2	1,1	1,1	2,4	18,0

Legenda:

AMP - Área Metropolitana do Porto N - Norte M - Matosinhos

P - Portugal S/esc. - sem escolaridade Sec.: secundário

Fonte: PORDATA (2015)

A Figura 10.14 detalha os dados de 2011 e demonstra que a população de Matosinhos apresenta um nível de escolaridade elevado, uma vez que a parcela de indivíduos com nível de ensino superior destaca-se notoriamente das restantes parcelas. Ademais, a parcela referente ao nível de escolaridade inferior ao básico/1ºciclo é a parcela mais baixa.

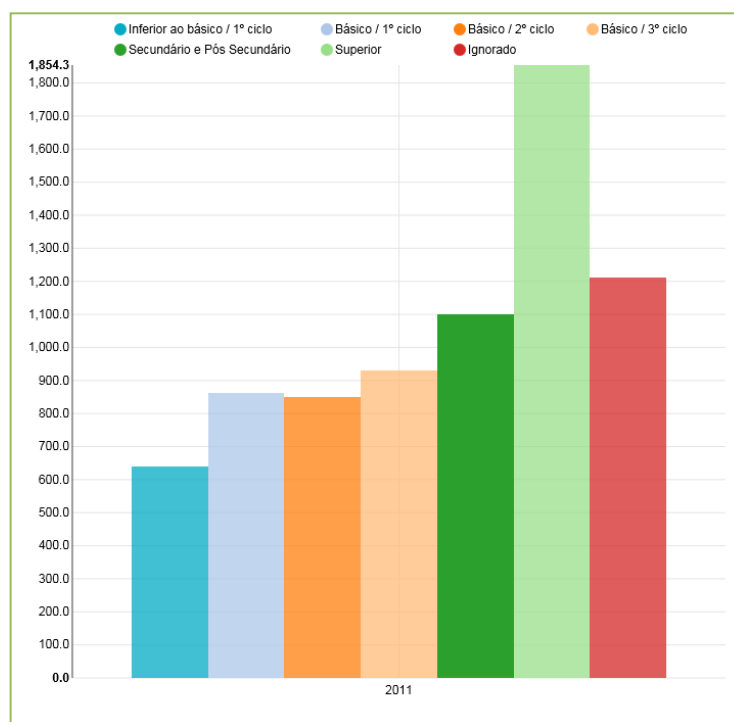


Figura 10.14: Nível de escolaridade (nº)

Fonte: AMP (2015)

Esta realidade é confirmada pela taxa de analfabetismo ⁵⁹(Figura 10.15), na medida que Matosinhos sempre apresentou uma taxa inferior quer a nível nacional, quer a nível regional e sub-regional onde se insere. Da análise do quadro pode-se concluir que a taxa de analfabetismo diminuiu drasticamente ao longo dos anos em estudo em todas as regiões estudadas sendo que Matosinhos permanece com a taxa mais inferior desta análise. Tal situação pode acontecer provavelmente porque esta região é classificada maioritariamente como urbana e está dedicada ao setor terciário, como referenciado seguidamente, o que implica uma necessidade de formação profissional.

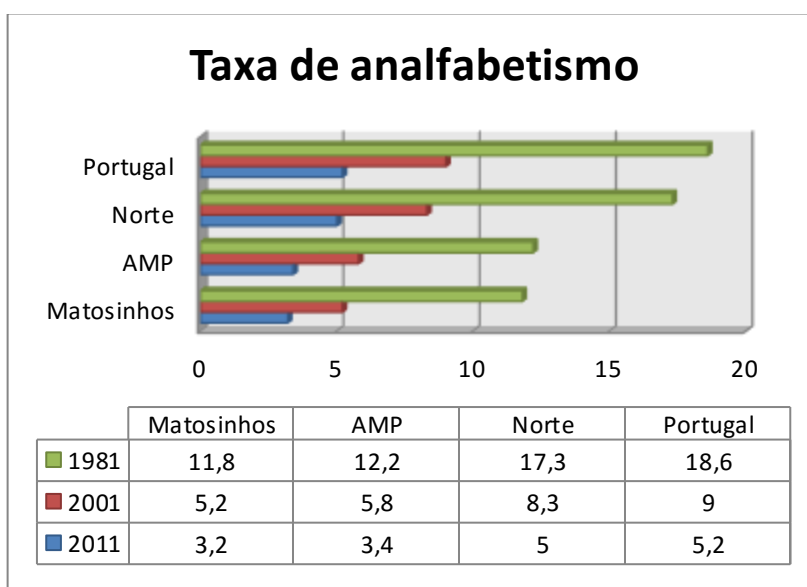


Figura 10.15: Taxa de analfabetismo (%)
Fonte: PORDATA (2015)

No que se refere ao género pode-se constatar que existe uma discrepância na taxa de analfabetismo tendo o género feminino os valores sempre mais elevados. Esta desigualdade é bem visível no ano de 1981 sendo que nos anos mais recentes tem vindo a ser diluída este desequilíbrio. Apesar disso em Matosinhos, como no restante território, a maior taxa de analfabetismo continua a ser a do género feminino, sendo que também aqui Matosinhos apresenta os valores mais baixos (Quadro 10.4).

⁵⁹ Taxa de analfabetismo: Taxa definida tendo como referência a idade a partir da qual um indivíduo que acompanhe o percurso normal do sistema de ensino deve saber ler e escrever. Considera-se que essa idade corresponde aos 10 anos, equivalente à conclusão do ensino básico primário (INE, 2015).

Quadro 10.4: Taxa de analfabetismo (%) por género e região

Região	Taxa de analfabetismo					
	Mulheres			Homens		
	1981	2001	2011	1981	2001	2011
Portugal	23,0	11,5	6,8	13,7	6,3	3,5
Norte	22,2	10,9	6,6	11,8	5,5	3,2
AMP	16,5	7,9	4,7	7,3	3,4	2,0
Matosinhos	16,4	7,4	4,5	6,9	2,8	1,7

Fonte: PORDATA (2015)

10.12 Anexo XII: Clima

A influência atlântica, enquanto moderadora do clima da área metropolitana do Porto (AMP) é evidenciada pelas temperaturas amenas, e pela existência de uma humidade relativa elevada e nas chuvas abundantes (ICETA, 2004). Segundo o mesmo instituto, “a componente mediterrânica do clima ainda se faz sentir por uma diminuição acentuada e mesmo interrupção, em alguns anos, das precipitações nos meses de Verão” (ICETA, 2004, p.23). Assim e segundo a Agencia Estatal de Meteorologia de Espanha (AEME) e o Instituto de Meteorologia de Portugal (IMP) (AEME & IMP, 2011) o clima⁶⁰ em Matosinhos, é considerado temperado com Verão seco e temperado, sendo que este clima abrange a maior parte do litoral oeste de Portugal Continental e numerosas áreas montanhosas do interior. Matosinhos devido à sua proximidade ao mar tem um clima mais temperado, com Verões e Invernos suaves com amplitudes térmicas anuais fracas (climate-data.org, 2015). A temperatura média anual (Figura 10.16) em Matosinhos é 14.6 °C sendo que as temperaturas médias variam 9.7 °C ao longo do ano. Julho é considerado o mês mais quente, com temperatura média de 19.4 °C e o mês de Janeiro com uma temperatura média de 9.7 °C, é considerado o mês com a temperatura média mais baixa. Esta informação é comprovada pela figura 10.16 fornecida pela AEME &IMP, 2011.

⁶⁰ Clima: descrição estatística das características do estado do tempo durante um período de tempo desde poucos meses até milhões de anos. O período clássico é de 30 anos, adotado pela Organização Mundial de Meteorologia (AEME & IMP, 2011, p.15)

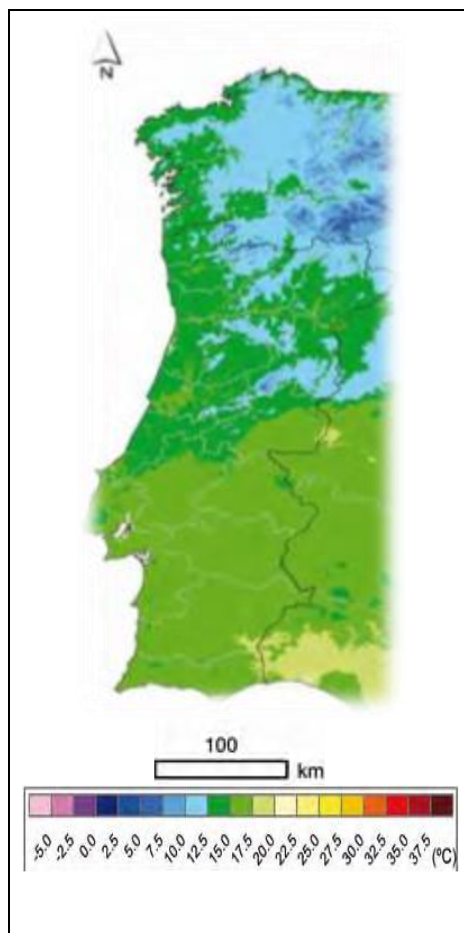


Figura 10.16: Temperatura média anual
 Fonte: AEME & IMP (2011)

Em relação à precipitação, esta ocorre essencialmente no Inverno (Figura 10.17) passa da 7.14 para a 7.17 (AEME & IMP, 2011; ICETA, 2004) sendo o mês mais seco o julho com 15 mm e o mês com o valor máximo o janeiro, com uma média de 161 mm. Existe uma diferença de 146 mm entre a precipitação do mês mais seco (julho) e do mês mais chuvoso (janeiro), sendo 1183 mm o valor da pluviosidade média anual (climate-data.org, 2015).

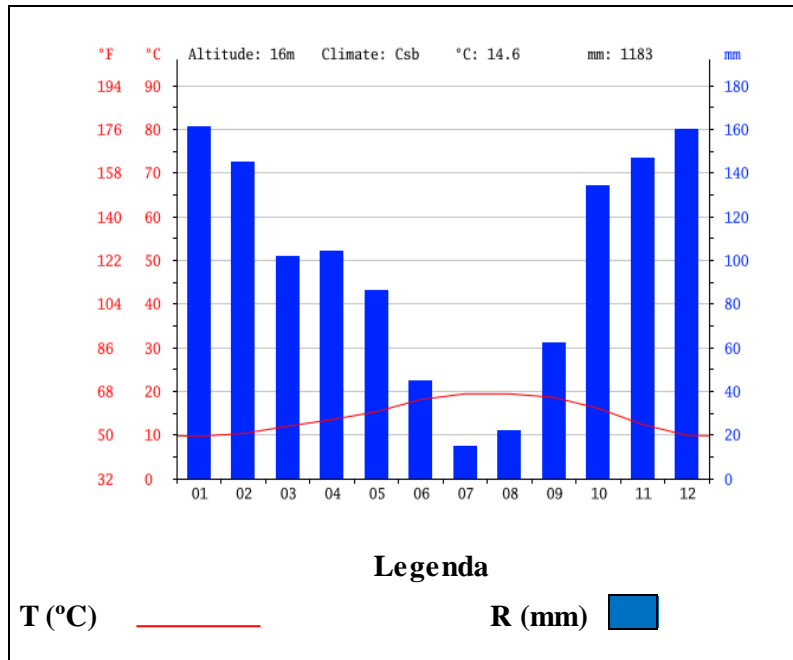


Figura 10.17: Dados termo pluviométrico recolhido entre 1982 a 2012
 Fonte: climate-data.org (2015)

A figura 10.18 revela que segundo os dados estudados pela AEME & IMP, 2011, a região em análise encontra-se localizada numa das regiões mais pluviométricas de Portugal e tem o número médio anual de 125 dias de precipitação $\geq 0,1$ mm.

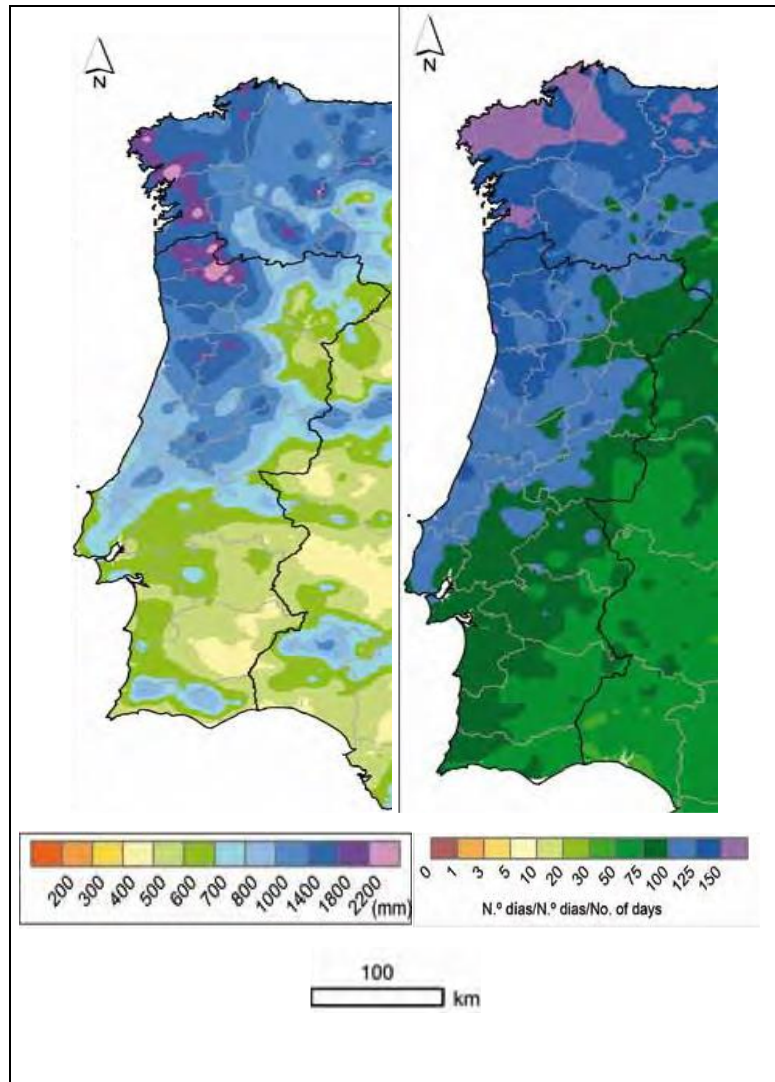


Figura 10.18: Precipitação média anual (esquerda) e número médio anual de dias com precipitação $\geq 0,1$ mm. nos anos entre 1971-2000
 Fonte: AEME& IMP (2011)

Uma vez que este presente trabalho tem como foco a zonas costeira de Matosinhos e o turismo de *surf* é ainda importante identificar a temperatura das águas das praias urbanas deste concelho. Esta pode variar em vários graus especialmente após longos períodos de ventos fortes, chuvas intensas ou perto do delta dos rios (*surf forecast*, 2015) porém normalmente a temperatura média da água no Inverno é cerca de 9 °C e no Verão sobe até cerca de 19°C (CM-Matosinhos, 2015f).

Sucintamente pode-se concluir que Matosinhos é um concelho que para a prática do turismo de sol e praia não é tanto atrativo uma vez que a sua temperatura não atinge normalmente valores altos, apresenta nevoeiro, um número médio anual de pluviosidade elevada e as suas águas são frias.

10.13 Anexo XIII: Breve história sobre Matosinhos

Matosinhos tem a sua origem numa povoação anterior à fundação da nacionalidade, chamada *Matesinus* (Câmara Municipal de Matosinhos [CM-Matosinhos],2014; CM-Matosinhos &FML, 2006), adquirindo o estatuto de entidade territorial e administrativa própria, com a atribuição do Foral a Matosinhos pelo rei D. Manuel I a 30 de Setembro de 1514 (CM-Matosinhos, 2014). O Foral adveio do reconhecimento da crescente importância que a população desfrutava devido à sua estreita relação com o mar (CM-Matosinhos, 2014).

Os primeiros indícios da presença humana na região datam da era Paleolítico contudo a fixação de pessoas só foi documentada a partir do Neolítico com vestígios de monumentos funerários, as antas, em distintos locais do concelho (CM-Matosinhos & FML, 2006). É, no entanto, no final da era da Idade do Bronze que se destaca algum dos vestígios mais importantes como o é o Castro de Guifões (Castro do Monte Castelo) que foi classificado como Monumento de Interesse Público em 1971 (CM-Matosinhos & FML, 2006; CM-Matosinhos, 2015e) (Figura 10.19)



Figura 10.19: Castro de Guifões-Matosinhos
Fonte: CM-Matosinhos (2015e)

Com a chegada dos romanos, há dois mil anos atrás, foram realizadas grandes obras como vias de comunicação e a construção de pontes, como exemplo a Ponte da Pedra (CM-Matosinhos &FML, 2006) construída no século II d.C (Figura 10.20).



Figura 10.20: Ponte da Pedra
Fonte: CM-Matosinhos (2015n)

Com a entrada na Idade Média outras edificações de importância assinalável foram construídas, como é o caso do Mosteiro de Bouças e o Mosteiro de Leça do Balio (Figura 10.21) que no século XII, foi a primeira sede em Portugal da Ordem dos Cavaleiros Hospitalários (CM-Matosinhos & FML, 2006;CM-Matosinhos, 2015e).



Figura 10.21: Mosteiro de Leça do Balio
Fonte: CM-Matosinhos (2015e)

Na época dos descobrimentos, entre 1415 e 1543, a relação com o mar torna-se mais importante uma vez que do litoral de Matosinhos partiram muitos mareantes na época dos descobrimentos (CM-Matosinhos & FML, 2006). Durante, o reinado de D. Maria, em 1583, foi elevado a vila (CM-Matosinhos & FML, 2006) e as suas praias foram ainda palco da Guerra Civil portuguesa (1828-1834) entre absolutistas e liberais, pois foi aí que desembarcou, em 8 de julho de 1832 (CM-Matosinhos, 2015e), o exército comandado por D. Pedro, que implantou o liberalismo em Portugal. No local do desembarque, atualmente

encontra-se um obelisco construído em 1864 e restaurado em 2001 (figura 10.22) a perpetuar a memória deste acontecimento (CM-Matosinhos, 2015e).



Figura 10.22: Obelisco da Praia da Memória-Matosinhos
Fonte: CM-Matosinhos (2015e)

Contudo, e apesar de ser um território estratégico, somente em 1909 é que Matosinhos viu o seu concelho ser definitivamente criado, passando a cidade em 1984 (CM-Matosinhos & FML, 2006). Na atualidade, a íntima relação com o mar é ainda uma das particularidades que diferencia este território voltado para o Oceano Atlântico dos de mais. É possível constatar esta relação em várias vertentes, desde possuir uma das melhores infraestruturas portuárias do país, o Porto de Leixões (vencedora de vários prémios internacionais), a uma gastronomia rica em sabores do mar cuja especialidade têm por base o peixe e o marisco, sendo a restauração um dos polos de atração turística (AMP, 2015) Esta relação é ainda bem patente nas inúmeras atividades económicas que do mar dependem e nas horas de lazer dos matosinhenses que rumam às praias e ao mar para disfrutar desse marco diferenciador de Matosinhos (Figura 10.23).



Figura 10.23: Tempo de lazer na praia de Matosinhos
Fonte: Elaboração própria

10.14 Anexo XIV: Qualidade ambiental

A qualidade ambiental é um parâmetro importante a averiguar uma vez que um dos motivos que torna atrativo um destino ligado ao *surf* é a sua qualidade ambiental, como já referido no capítulo 5 secção (5.8). Seguindo essa linha de pensamento é fundamental identificar o investimento que a Câmara Municipal de Matosinhos está a realizar para o melhoramento a qualidade do ambiente no concelho. Os dados fornecidos pelo Instituto Nacional de Estatística [INE] estão agrupados no Quadro 10.5. que revela as receitas e as despesas provenientes deste investimento, identificando também quais os domínios que obtém um maior investimento.

Quadro 10.5: Receitas e despesas do município de Matosinhos segundo os domínios de gestão e proteção do ambiente (milhares de euros)

Ano	Receitas (euros)				Despesas (euros)			
	Gestão de resíduos	Proteção da biodiversidade da paisagem	Outros	Total	Gestão de resíduos	Proteção da biodiversidade e da paisagem	Outros	Total
2001	2036	-	-	2036	5623	-	-	5623
2011	5501		13	5514	9435	313	35	9785
2013	5604	2411	621	8636	12290	3043	734	16067

Legenda
(-) Resultado nulo

Fonte: INE (2015)

Pode-se concluir pelos dados do quadro que existe um investimento considerável ao longo dos anos pesquisados sendo que o investimento é realizado sobretudo no domínio da gestão dos resíduos e proteção da biodiversidade e da paisagem. Porém outros investimentos foram realizados em novos domínios no ano de 2011, nomeadamente a proteção da qualidade do ar e clima, a proteção contra ruído e vibrações, tendo também aumentado o investimento em outros domínios não especificados. No ano de 2013 para além do aumento do investimento nos domínios já referenciados, surge ainda o domínio proteção e recuperação dos solos, águas subterrâneas e superficiais num total de investimento de 112 milhares euros (Figura 10.24).

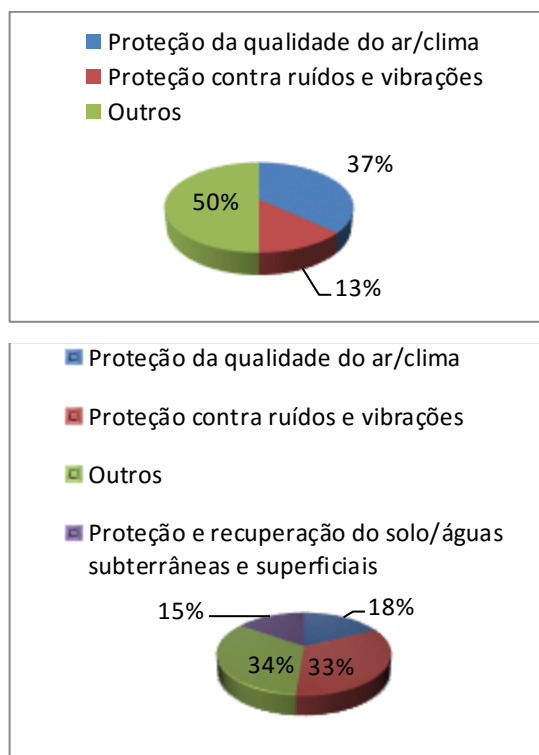


Figura 10.24: Distribuição do investimento realizado pela Câmara Municipal de Matosinhos em domínios ambientais para o ano de 2011 (cima) e 2013 (baixo)
 Fonte: PORDATA (2015)

Estes dados revelam que a Câmara Municipal de Matosinhos está a apostar numa estratégia de investimento na recuperação e proteção ambiental em vários domínios. É porém ainda relevante recolher informação sobre a qualidade das águas balneares uma vez que todo o trabalho é orientado para o *surf* e a qualidade das águas interfere com a atratividade dos destinos turísticos de *surf*, como referido no capítulo 5. A esse respeito no *site* da Agência Portuguesa do Ambiente (APA, 2015a) “a qualidade das águas balneares representa assim não só um fator de saúde como também um importante indicador de qualidade ambiental e de desenvolvimento turístico”. Assim, a necessidade de manter a qualidade da água dentro de parâmetros satisfatórios é um requisito fundamental para proteger o ambiente e não comprometer as atividades económicas que estão dependentes de uma boa qualidade do recurso do mar, como é o caso do turismo. A água balnear de Matosinhos durante a época de 2000 apresentava problemas de contaminação sobretudo com origem em esgotos clandestinos domésticos e dos rios poluídos que atravessam o território (INAG, 2007). Matosinhos tem vindo a melhorar a qualidade das suas águas (CM-Matosinhos, 2015g) bem patente no quadro seguinte (Quadro 10.6).

Quadro 10.6: Classificação da qualidade das águas costeiras (%)

Total	Excelente	Boa	Aceitável	Má	Interdita
2001	-	50	50,0	0,0	0,0
2013	62,5	31,3	6,3	0,0	0,0

Fonte: PORDATA (2015)


O quadro revela que de 2001 a 2013 as águas balneares em Matosinhos passaram a ter, segundo a classe de qualidade, mais de 60% com classificação excelente, sendo que a classificação aceitável diminuiu mais de 40 % passando para a classificação boa ou excelente. A preocupação por parte da autarquia em melhorar a qualidade de água dos rios está bem patente no investimento na monitorização, com a instalação de duas estações fixas de monitorização da qualidade da água nos dois rios que percorrem o concelho, o Rio Leça e o Rio Onda (CM-Matosinhos, 2015j).


Este facto é ainda visível no aumento do número de praias com bandeira azul (instrumento voluntário classificado como rótulo ecológico considerado um instrumento para diferenciar os destinos em relação aos seus concorrentes, Moniz, 2006). Matosinhos tem um total de participação no programa bandeira azul de 12 anos e das 16 praias existentes no concelho pode-se identificar no quadro 10.7 quais as que têm esse galardão.

Quadro 10.7: Praias com Bandeira Azul (2003-2015)

Anos	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Total
Funtão	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	7
Angeiras Sul	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Angeiras Norte	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Aterro	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	7
Agudela	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	7
Azul – Conchinha	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	3
Pedras Brancas	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	2
Pedras do Corgo	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
Leça da Palmeira	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	5
Marreco	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	9
Memória	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	10
Boa Nova – Senhora	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1	6
Matosinhos	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Quebrada	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	8
Fuzelhas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	4
Cabo do Mundo	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	8
TOTAL	3	0	1	2	2	4	9	13	14	12	10	10	11	

Legenda

Praias com maior número de bandeiras azul 

Praias com menor número de bandeiras azul 

Fonte: Bandeira Azul (2015)

Os dados demonstram uma evolução na preocupação com a qualidade ambiental ao longo dos anos estudados porém é de notar que tem havido também alguma oscilação do número de bandeiras azuis mesmo em anos recentes o que leva a perceber uma dificuldade na manutenção e perseverança da melhoria ambiental. Esta situação pode estar relacionada, como referido anteriormente, pela ligação de redes hidrográficas de outros municípios, como é o caso da praia de Matosinhos (vermelho), onde desagua no Porto de Leixões o Rio Leça sendo ainda influenciado pelas marés pelo rio Douro e da praia de Angeiras Norte onde passa o rio Onda e que influência também a praia de Angeiras Sul. É relevante ainda salientar que os dados evidenciam que uma das praias mais procuradas para o ensino de *surf*, a praia de Matosinhos, e onde estão alojadas a maior parte das escolas de ensino é uma das praias com menor qualidade ambiental. Outra avaliação importante salientar é a classificação efetuada

pela *Quercus*- Bandeira Qualidade de Ouro – que apesar de ser mais limitada em comparação com os múltiplos critérios para atribuição da Bandeira Azul, é mais específica para as águas pois baseia-se apenas na qualidade da água das praias (*Quercus*, 2015b). Esta inclui todas as águas balneares, não envolvendo qualquer processo de candidatura (*Quercus*, 2015b). Esta ONGA pretende com esta atribuição realçar as garantias de praias que ao longo de cinco anos consecutivos apresentam boa qualidade, e que portanto oferecem uma maior fiabilidade no que respeita à boa qualidade da sua água (*Quercus*, 2015b). Visto que a disponibilidade dos dados na página oficial da *Quercus* começa só a partir de 2011, o quadro 10.8 apresenta sintetizado desde essa data as praias em Matosinhos que têm bandeira de qualidade de ouro.

Quadro 10.8: Praias com bandeira de ouro em Matosinhos

Praias	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Total
Matosinhos	X	X	X	X	X	X	0
Leça da Palmeira	X	X	X	✓	X	✓	2
Boa Nova	X	X	✓	✓	✓	✓	4
Azul	X	X	X	X	X	X	0
Aterro	✓	X	✓	✓	✓	✓	4
Cabo do Mundo	✓	✓	✓	X	X	X	3
Memória	X	X	✓	X	✓	✓	3
Marreco	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6
Quebrada	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6
Agudela	X	X	✓	✓	✓	✓	4
Pedras do Corgo	✓	✓	✓	✓	X	✓	5
Pedras Brancas	X	X	✓	✓	✓	✓	4
Funtão	X	X	✓	X	X	X	1
Angeira Sul	X	X	X	X	X	X	0
Angeira Norte	X	X	X	X	X	X	0
Total	5	4	10	8	7	9	

Fonte: *Quercus* (2016b)

Este quadro permite observar que apesar da oscilação existe uma evidente aposta na melhoria da qualidade das águas, pelo aumento do número de praias com bandeira de ouro. Porém, existe ainda uma dificuldade em manter a bandeira em algumas praias como Cabo do Mundo que é uma praia considerada um *spot* para *surfistas*, como posteriormente detalhado (capítulo 8). Pela sua importância para o turismo de *surf* salienta-se ainda a praia de Matosinhos que não conseguiu até hoje obter qualquer classificação positiva.

Assim, estes dados mostram que apesar dos esforços realizados estes ainda não são suficientemente eficazes. Um dos motivos para essa dificuldade pode ser devido ao

tratamento inadequado das águas residuais urbanas ⁶¹ realizado em Matosinhos que utiliza apenas tratamento primário (CE, 2007). O documento da Comissão Europeia (CE), 2014, p.1 refere a continuação deste problema: “em Matosinhos [...] segundo as últimas informações de que a Comissão dispõe, ainda não começaram as obras de modernização da estação de tratamento e o novo sistema não estará operacional antes do final de 2017, na melhor das hipóteses. Até lá, continuarão a ser descarregadas no mar águas residuais inadequadamente tratadas. Conforme previsto na legislação da UE, as referidas obras deveriam ter ficado concluídas em 2000”.

É portanto fundamental investir no tratamento das águas residuais, uma vez que, segundo o mesmo documento, p.1 “[...] põe em risco a saúde dos residentes, já que os efluentes não tratados ficam, em regra, contaminados com bactérias e vírus nocivos” e “[...] é reconhecido como um fator importante para garantir a prosperidade do setor do turismo, que é fundamental para a economia portuguesa”.

⁶¹ O tratamento das Águas Residuais Urbanas foi regulado através da Diretiva 91/271/CEE do Conselho Europeu, de 21 de maio de 1991, posteriormente alterada pela Diretiva 98/15/CE da Comissão Europeia, de 27 de fevereiro de 1998, que altera o anexo I da mencionada Diretiva 91/271/CEE, no que respeita aos requisitos para as descargas das estações de tratamento de águas residuais urbanas em zonas sensíveis sujeitas a eutrofização e, pelo Regulamento (CE) n.º 1882/2003, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 29 de setembro. Estas Diretivas foram transpostas para a legislação portuguesa, respetivamente, pelo Decreto-Lei n.º 152/97, de 19 de junho, que aprovou também a lista de identificação das zonas sensíveis e das zonas menos sensíveis para o território continental, e pelo Decreto-Lei n.º 348/98, de 9 de novembro. Contudo, uma vez que o Decreto-Lei n.º 152/97, de 19 de junho, tinham apenas uma incidência nacional e considerando a necessidade de garantir uma coordenação que permitisse o pleno cumprimento da Diretiva 91/271/CEE, o Decreto-Lei n.º 261/99, de 7 de julho, veio alargar às Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira as obrigações contidas na mesma e alterar o anexo II do Decreto-Lei n.º 152/97, de 19 de junho, relativo à delimitação das zonas menos sensíveis. Este Decreto-Lei sofreu várias alterações ao longo dos anos sendo o Decreto-Lei n.º 133/2015 o último que define o tratamento das águas residuais (APA, 2015b).

10.15 Anexo XV: Estabelecimentos hoteleiros e capacidade de alojamento no concelho de Matosinhos

	Indicadores	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Total	Estabelecimentos	11	11	11	10	11	13	13	14	15	16	16	17
	Capacidade de alojamento	727	812	840	844	881	950	947	1307	1605	1565	1518	1735
	Quartos	x	x	x	x	x	x	x	611	741	780	775	795
Hotéis	Estabelecimentos	3	3	3	3	3	3	3	4	5	7	10	11
	Capacidade de alojamento	339	414	414	414	413	410	410	713	1095	1142	1316	1393
	Quartos	x	x	x	x	x	x	x	348	482	567	674	691
Pensões	Estabelecimentos	6	6	6	5	6	7	7	7	7	7	6	6
	Capacidade de alojamento	204	214	214	168	210	228	225	228	230	231	202	208
	Quartos	x	x	x	x	x	x	x	117	117	...	101	104
Estalagens	Estabelecimentos	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0
	Capacidade de alojamento	92	92	120	120	120	120	120	98	96	0	0	0
	Quartos	x	x	x	x	x	x	x	0	0	0
Motéis	Estabelecimentos	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	0	0
	Capacidade de alojamento	92	92	92	142	138	192	192	268	184	192	...	0
	Quartos	x	X	x	x	x	x	x	0

Legenda

...- dados confidenciais x- dados inexistentes para os anos em questão

Fonte: INE, (2015) e PORDATA, (2015)

10.16 Anexo XVI: Diversificação das atividades e produtos oferecidos pela oferta turística (fase II)

Temática	Categorias/ Problemáticas	Respostas
<i>Diversificação das atividades e produtos oferecidos pela oferta turística (fase II)</i>	✓ <i>Surfcamps</i>	E3 “Entretanto para o ano estou a pensar num <i>surfcamp</i> aqui em Matosinhos, [...]”; E5 “[...] temos <i>surfcamps</i> , na região de Aveiro em Maceda mas estamos a reparar que está a ser necessário abrir aqui em Matosinhos ou no Porto, pois estamos a ter mais procura e será mais rentável mais perto, por isso, estamos a programar abrir para o ano em Matosinhos, [...]”; E7 “[...]depois acrescentei os campos de férias, [...]”; E8 “[...] tivemos que diversificar voltados sempre para o <i>surfe</i> para o turismo nomeadamente o <i>surcamps</i> que é uma semana de <i>surf</i> , ok?”
	✓ Aniversários	E2 “[...] ou então para satisfazer uma procura dos surfistas locais como os aniversários”; E5 “[...]festas de aniversário, [...]”; E7 “[...] festas de aniversário”.
	✓ Outras atividades	E3 “[...] juntei escola, café e loja de roupas ligadas ao <i>surf</i> para ter no fundo algo que me diferenciasse, acho que não há nada aqui em Matosinhos assim”; E4 “[...] e agora também temos desde há um ano, [...]venda de material novo e roupa também sobretudo feminino que é um mercado em expansão [...]porque há uma exigência no mercado, [...] passamos para o aluguer também de equipamentos ligados ao <i>surf</i> [...]”; E5 “[...] <i>skate</i> , <i>slide</i> , [...] com o <i>hostel</i> diversificamos ainda mais as atividades e programas, alugamos bicicletas, faz-se cruzeiro no douro, criamos programas de patins em linha, visitas ao Porto com o “Porto <i>Tram City Tour</i> ”, <i>wake camp</i> , <i>wake board</i> , <i>wake surf</i> , <i>camp BTT</i> e outros”. E7 “[...] <i>surf tours</i> [...]”.

10.17 Anexo XVII: Características positivas e negativas do destino turístico de Matosinhos

Características positivas do destino turístico Matosinhos

<i>Característica</i>	<i>Número</i>	<i>Frases</i>
<i>Acessibilidade</i>	7	<p>E1“ [...] pois temos [...] excelentes acessos, [...] aeroporto, tem acessibilidades fantásticas, [...]”;</p> <p>E2“Depois a acessibilidade é muito boa, de Matosinhos chegamos a qualquer lado e mais ainda de qualquer lado pode-se chegar facilmente a Matosinhos”;</p> <p>E4“Depois...Matosinhos tem umas boas acessibilidades, estão à beira do Porto e há metro que foi algo importante [...]”;</p> <p>E5“Temos acessibilidade bastante boa, [...]”;</p> <p>E6“ [...] temos bons acessos o que facilita a vinda de turistas para cá”;</p> <p>E7“[...] acho que a nível de acessibilidade estamos muito bem, [...] tem bons transportes[...]”;</p> <p>E8“um ponto positivo para eles (turistas), que eles (turistas) referem muito é a acessibilidade da praia, ok? [...] Do centro aqui é muito fácil aqui chegar”;</p>
<i>Gastronomia</i>	7	<p>E2“ah sem esquecer a gastronomia que realmente é um dos nossos pontos fortes”;</p> <p>E3“A nível de gastronomia estamos muito bem é realmente é um ponto muito forte daqui e que diferencia Matosinhos, [...]”;</p> <p>E4“Depois temos a gastronomia que é fantástica, todos os estrangeiros falam disso [...]”;</p> <p>E5“O que salta à vista é a gastronomia, as pessoas que chegam aqui já vêm informadas que há bom peixe e só querem comer peixe, [...]”;</p> <p>E6“a gastronomia que é realmente um dos nossos produtos mais fortes, [...]”</p> <p>E7“e ah...(pausa) aqui está algo muito bom, a gastronomia [...]”;</p> <p>E8“O peixinho é muito elogiado, a gastronomia sem dúvida é um ponto forte, [...]”;</p>
<i>Segurança</i>	6	<p>E1“ [...] um local seguro para vir com a família e fazer atividades”;</p> <p>E2“ E obviamente a segurança pessoal, que pode ser um cartão-de-visita também, [...]”;</p> <p>E4“Temos aqui também a segurança que [...] é também um ponto a favor porque permite aos turistas sentirem-se seguros e bem.”;</p> <p>E5“Depois temos também segurança, [...] ”;</p> <p>E7“Olhe a nível de segurança [...] também estamos muito bem servidos, [...]”;</p> <p>E8“[...] é uma coisa muito importante referir que é a segurança pessoal pois aqui andam à vontade, super descontraindo, nunca os meus turistas tiveram problemas nesse nível e isso é bastante importante que seja explicado”</p>
<i>Simpatia</i>	6	<p>E1“ Temos a simpatia do povo [...]”;</p> <p>E2 “Depois temos sem dúvida a simpatia do povo do norte que é diferente da do sul. Muitos turistas dizem-nos isso”;</p> <p>E3“Eu acho que aqui somos bons anfitriões, a nossa simpatia como povo sem dúvida faz com que os turistas queiram</p>

		regressar[...] Temos aqui imenso pessoal que vêm porque o amigo lhe disse que isto é um ambiente bom e <i>friendly</i> ”; E6“ A simpatia da comunidade local é muito boa e os turistas falam imenso disso, [...]”; E7“[...] as pessoas de Matosinhos são muito afáveis, pelo menos os turistas falam disso, [...]”; E8“Depois temos a simpatia que é muito elogiada [...]”;
<i>Beleza praias</i>	4	E3 “[...] eu disse-lhe para ir pela marginal daqui até ao Porto e ele quando regressou tinha adorado a paisagem à beira mar, o sol, o cheiro... nós aqui ainda temos cheio a mar”; E4“[...], temos um mar lindo com vistas e por-de-sois fantásticos”; E5“[...] temos a praia que apesar de tudo é bonita e o mar tem qualidades terapêuticas, cheia de iodo [...] a água do norte que tem muito iodo deveria de ser mais divulgada”; E6“temos boas praias, não só para <i>surf</i> ar como também para estar”;
<i>Serviços complementares</i>	4	E1“[...] e muitas facilidades de serviços complementares afinal estamos num local urbano[...]”; E4“Olhe, os serviços são bons, muita facilidade [...]”; E5“a nível de facilidades de serviços estamos muito bem servidos, não há nada a faltar [...]”; E7“[...] serviços complementares também estamos muito bem servidos, [...]”;
<i>Localização geográfica</i>	3	E1“Repare, Matosinhos está perto do Porto, [...]”; E2“olhe, honestamente uma das coisas que Matosinhos tem de bom é a sua localização geográfica. O facto de estarmos perto do Porto traz-nos turistas”; E7“Matosinhos tem o chamariz que é Porto, é essa a vantagem [...]”;
<i>Custo</i>	1	E8“Para os turistas eles acham isto tudo muito barato, por isso, o custo para eles é um chamariz.”;
<i>Património</i>	1	E4“Eu se fosse turista ficava encantada com[...] o património”.

Características negativas do destino turístico Matosinhos

Característica **Número** **Frases**

<i>Animação noturna</i>	4	E1“[...] a nível de animação noturna esta está muito abafada pelo Porto”; E4“Animação noturna em Leça há pouca coisa, não é suficiente mas também as pessoas vão todas para o Porto, o Porto é o que está a dar, é moda [...]”; E5“[...] animação noturna alguma coisa mas pronto...temos o Porto à beira...está tudo dito” ; E8 “Depois falhamos muito na animação noturna, eles vão todos para o Porto, [...] se houver um dia ou outro que lhes apeteça beber um copo, eles perguntam isso, pois eles gostam de estar integrados e de se divertirem mas para isso eles têm que ir para o Porto”;
<i>Alojamento</i>	3	E2“[...] falta também, [...], um hotel específico para o <i>surf</i> mas junto à praia, [...] era agradável haver um espaço junto à praia que transmitisse a cultura do <i>surf</i> ”; E7“[...] a nível de alojamento podemos dizer que são baratos mas [...] comparando com o Porto...meu Deus que diferença”; E8“[...] Matosinhos não tem alojamento suficiente para ter tantos turistas [...], a nível de <i>hostels</i> , que é o que turistas de <i>surf</i> procura

		não temos muito[...] esse tipo de alojamento na zona da praia é muito escasso [...]”;
<i>Divulgação</i>	3	E2“Acho que falta divulgação das coisas ligadas ao turismo e à cultura em geral, [...] não tenho conhecimento porque não há divulgação”; E6“[...] como não há divulgação também não se dá a conhecer”; E7“ [...] ou também não os divulga [...]”.
<i>Produtos diversificados</i>	3	E1“Comparando Matosinhos com o Porto acho que o Porto tem mais potencial mais package, tem uma vertente cultural mais intensa, um centro histórico mais complexo” ; E2“ [...] falta criar mais produtos turísticos, [...]”; E7 “Olhe digo-lhe já olhando para o quadro, não acho que Matosinhos tenha produtos diversificados [...]”
<i>Património cultural</i>	1	E7“Olhe aqui este, a nível de património cultural (arquitetónico e histórico) é muito pobre [...]”.

Fonte: Elaboração própria

10.18 Anexo XVIII: Destino turístico de *surf* e a problemática da estratégia de baixos preços

Temática	Categorias/ Problemáticas	Respostas
<i>Destino turístico de Matosinhos</i>	✓ Estratégias de baixo preço e suas consequências	<p>E3 “[...] implica sempre baixa de qualidade. Repare se eu vender uma aula a 5 euros eu tenho que rentabilizar e tenho que colocar muita gente dentro de água mas se eu vender uma aula a 20 a 25 euros já é diferente e se eu vender uma aula privada a 30-35 euros eu estou lá uma hora e meia com só uma pessoa, é diferente [...] acho que temos que apostar na qualidade e não tanto na baixa de preço”.</p> <p>E5 “[...] somos um dos <i>spots</i> mais baratos do mundo, não há como aguentar isto[...]”;</p> <p>E7 “[...] dois lados, por um lado tem e é vantajoso para quem pratica esses preços mas por outro quase não há na europa preços tão baixos para os pacotes de <i>surf</i>... (pausa) é mesmo anedótico pois coloca em causa a sustentabilidade dos negócios sobretudo de quem vive a 100% disto [...] é desprestigiante”;</p> <p>E8 “[...] os preços estão demasiado baixos o que implica várias, coisas ou seja, ehhh...o serviço não é tão bom como se poderia dar. Aqui estamos a falar de contratar professores e mão-de-obra qualificada, ok? Se nós temos os preços baixos...eu por exemplo só tenho professores de educação física a trabalhar para mim, eu faço um esforço financeiro porque eu tenho que lhes pagar mais pois têm formação, têm qualidades que são precisas para esta atividade e com os preços que nós praticamos não dá para viver do <i>surf</i>. Eu [...] não estou aqui a 100% porque não tem sustentabilidade suficiente para rentabilizar e viver só do <i>surf</i>, tenho que andar a conciliar com outras situações pois com estes preços [...]”.</p>

10.19 Anexo XIX: Características positivas e negativas de Matosinhos enquanto destino turístico de *surf*

Características positivas de Matosinhos como destino turístico de *surf*

Característica	Respostas	Frases
Escolas de <i>surf</i> com preços acessíveis	7	<p>E1“Depois temos escolas de <i>surf</i> com preços apelativos [...]”;</p> <p>E2“Há escolas com qualidade com criatividade nos seus pacotes turísticos, ainda por cima a preços acessíveis”;</p> <p>E3“Temos escolas, [...]”;</p> <p>E4“Relativamente às escolas temos muito boas e têm preços apelativos até demais (risos)”;</p> <p>E6“Depois temos uma oferta de escolas muito grande, cada uma com preços apelativos, [...]”;</p> <p>E7“<i>A nível deste item aqui (escolas de surf com pacotes de aulas a preços apelativos)</i>”;</p> <p>E8“[...] tem boas escolas de <i>surf</i> com pacotes de aulas apelativos[...]</p>
Diversificação do tipo de onda	6	<p>E1“Depois a nível de coisas boas temos [...] a diversidade de tipos de ondas [...] para vários níveis sobretudo para níveis sobretudo para a iniciação”;</p> <p>E4“Uma coisa boa do concelho em si é ter uma variedade de ondas que permite quase toda a gente <i>surf</i>ar”</p> <p>E5“Quanto às ondas [...] aqui não nos podemos queixar, nós temos um pouco de tudo [...]”;</p> <p>E6“Só para mostrar um pouco a diversidade de ondas nesta praia (Matosinhos) temos junto ali ao paredão (Leça) ondas para iniciantes, muito tranquilo e seguro depois temos a meio da praia ondas que permitem desenvolver as técnicas dos mais iniciantes, pois são ligeiramente maiores, depois mais perto da praia aqui do edifício transparente temos já para um nível mais avançado e se falarmos da praia do edifício transparente (praia Internacional- Porto) temos já um grau bem mais avançado com ondas maiores, temos que ter em atenção o muro é um desafio maior”;</p> <p>E7“[...] diversificação de [...] tipos de onda se englobarmos as praias de Leça”;</p> <p>E8“Há ainda uma coisa muito interessante nesta praia que é da Anémoma (rotunda) para cá, que é considerado Matosinhos temos a praia mais acessível para iniciação e depois temos da Anémoma para o Edifício Transparente já temos ondas com mais <i>power</i>, ou seja, na mesma praia conseguimos ter dois tipos de níveis de <i>surf</i>, isto muito por causa do Porto de Leixões que só protege até meio daqui (faz gesto a separar o mar a meio) e depois começa a ficar já mais aberto e as ondas começam a ter outro grau de dificuldade, por isso acho que temos uma boa diversidade de tipos de ondas, [...]”;</p>
Condições de segurança	5	<p>E1“[...]e as condições de segurança é um ponto forte”;</p> <p>E2“Termos coisas boas também, temos ótimas condições de segurança, [...]”;</p> <p>E4“<i>As condições de segurança são boas, não há nada a apontar, temos uma costa vigiada</i>”;</p> <p>E5“Temos segurança na praia [...]”;</p> <p>E7“[...] deixe cá ver, ah podemos dizer das condições de segurança, são boas, [...]”;</p>
Diversificação dos locais para <i>surf</i> ar	5	<p>E1“[...] e de locais para <i>surf</i>ar, aqui (Matosinhos) mais próprio para os iniciados depois em Leça, o Aterro e a própria praia de Leça da Palmeira mais para intermédios e avançados”;</p>

Cultura de *surf*

3	<p>E3“Se justarmos as praias do outro lado (Leça da Palmeira) temos uma variedade que nos permite ter alunos de vários níveis, não há muitos sítios assim. Quando há ondas muito grande em Leça, que já não dá para <i>surf</i>ar temos Matosinhos, está a entender? No verão quando aqui não há ondas dá para ir <i>surf</i>ar para Leça, Aterro, o que já dá um equilíbrio para se conseguir <i>surf</i>ar mais tempo”;</p> <p>E5“[...]e depois Matosinhos tem diversidade dos locais para <i>surf</i>ar, olhe que isso é muito bom e nem todos os locais têm, podemos estar aqui (Matosinhos) a aprender, com mar mais seguro e tranquilo e depois podemos ir com outro grupo mais avançado para o Aterro, por exemplo, ou Leça que já exige mais experiência”;</p> <p>E6 “Existe diversidade de locais para <i>surf</i>ar, aliás acho que é um ponto bastante bom aqui (Matosinhos) as pessoas aprender e depois para outros níveis há Leça, por exemplo, ou a Sacor (Aterro) ”;</p> <p>E7“Matosinhos tem uma razoável diversificação de locais [...]”;</p> <p>E2“...a comunidade está recetiva aos turistas e ao <i>surf</i>”;</p> <p>E4“...a simpatia e a recetividade das pessoas, elas já estão muito habituadas ao pessoal com prancha na mão e aqui é boa gente as pessoas achampiad...e cada vez mais isto é um destino turístico e vê-se muitos estrangeiros com pranchas, acaba por ser normal isso e as pessoas aceitam porque lhes é normal ver isso”;</p> <p>E6“...as pessoas daqui também são recetivas ao <i>surf</i>, há uma certa cultura já ligada a isso, vê-se imensa gente que depois do trabalho vai para o mar...e acho que é isso”.</p>
---	--

Características negativas de Matosinhos enquanto destino turístico de *surf*

Característica	Número de entrevistados a referenciar	Frases
Qualidade ambiental	8	<p>E1“Para mim a qualidade ambiental das praias é um ponto fraco sobretudo aqui em Matosinhos pois está suja a areia [...]”;</p> <p>E2“A nível de qualidade ambiental das praias é uma vergonha, limpar só as praias na época de Verão não é suficiente, [...]”;</p> <p>E3“A qualidade ambiental fora da época banhar é má e repare que os turistas não vêm só nesta época vem durante todo o ano, menos mas vêm”;</p> <p>E4“ [...] acho que era significativo fazer a limpeza no inverno, [...] ”;</p> <p>E5“ [...] qualidade ambiental da praia...reparo é que o areal não está devidamente limpo (huuummm) posso dizer até, completamente porco [...] eu assisti este ano a coisas inacreditáveis, vieram para aqui montar campos de férias com miúdos e quase na entrada havia vidros e de repente eu olhei para a vedação que eles fizeram para os miúdos estarem todos lá dentro e nem queria acreditar que bem perto da entrada estava um vidro assim (<i>gesto realizado com as mãos para exemplificar-tamanho um palmo</i>) [...] Ah e falta também limpeza das praias e recolha do lixo mais frequente durante o ano todo, [...]. A manutenção é péssima, muito má mesmo, somos nós que a temos que fazer”;</p> <p>E6“[...], é preciso manter a boa imagem do local o que neste momento nem sempre acontece”;</p> <p>E7“Posso destacar de uma forma negativa a qualidade ambiental nas praias sobretudo de Matosinhos no que diz respeito à limpeza das areias uma vez que esta está suja, [...] para mim a praia de Matosinhos é uma vergonha! Isso é um ponto grave pois ninguém gosta de <i>surf</i>ar em sítios poluídos [...] ninguém gosta de <i>surf</i>ar em sítios poluídos”;</p>

		E8“[...] temos a praia é muito suja, estou a falar do areal sempre, mesmo no verão, sempre, sempre, sempre. Eu compreendo que sendo uma praia de cidade é uma praia que no verão tem uma afluência gigante mas mesmo por causa disso deveria ter mais pontos de recolha de lixo na praia e aqui em cima também [...] se eles querem que isto se torne um destino turístico, se querem que se torne um destino aprazível para o turista têm que melhorar muita a limpeza da praia e do areal pois muitos turistas fazem-me essa referência que o areal está sempre muito, muito sujo, [...]”.
Infraestruturas	7	E1“[...] os turistas de <i>surf</i> se não estiveram aqui a ter aulas não têm como trocar de roupa ou dar um duche rápido”; E3“[...] a nível geral deveria haver mais chuveiros e condições para a troca de roupa e casas-de-banho, se não quiserem construir pelo menos contentores, o que há é muito pouco[...]”; E4“Olha falta infraestruturas para o <i>surf</i> , [...] no inverno estão a trocar no passeio à chuva e é desagradável, [...]”; E5“Outra coisa que falha é infraestruturas para o <i>surf</i> , [...]”; E6“[...] falta infraestruturas, penso que já está melhor mas em número insuficiente falta balneários, [...]”; E7“O equipamento de apoio à praia também não é dos melhores ou melhor ainda não são suficientes”;
Clima	5	E2 “No clima claro que se o país fosse num local tropical seria melhor [...]”; E3 “O clima não há nada a fazer, se fosse sempre sol era melhor [...]. Nós aqui no norte temos um problema que é a nortada, temos muita nortada aqui e... (pausa) estraga as ondas”; E4 “Olha, estas aqui (clima e temperatura da água), não se pode fazer nada mas se fosse mais quentinho era bem melhor para todos, para nós que temos porta aberta como para os turistas...temos uma nortada terrível e isso é desagradável além de estragar as ondas”; E6 “Nos pontos maus pode-se referir a instabilidade do clima aqui do norte, [...]”, E7 “Repare os estrangeiros têm dinheiro, acha que querem vir em Novembro para um país frio e a chover constantemente, trocar de roupa e ir para o mar frio para congelar?”;
Consistência	5	E2“[...] a nossa praia aqui e toda a da costa desde Aveiro até Viana é tudo areia e então os fundos estão constantemente em mudanças, sobretudo com as tempestades e isso interfere com a consistência das ondas que não é tão constante”; E3“[...] não são tão consistentes sobretudo aqui na praia de Matosinhos, [...]”; E4“[...] temos uma nortada terrível e isso é desagradável além de estragar as ondas, a nível de consistência [...]”; E5“[...] consistência as nossas ondas, claro que poderia ser melhor [...]”; E6“A consistência da onda [...] é um pouco instável, [...]”;
Qualidade da água	4	E1“[...] é também um ponto fraco [...]”; E2“o mar tem que ter segurança, estou a falar a nível de poluição, os <i>surfistas</i> adoram estar no mar mas não querem apanhar doenças por causa disso, por isso a limpeza das águas é muito importante e demonstrar lá para fora que a temos, também é essencial. Aqui em Matosinhos a água deixa muito a desejar ainda [...]”; E3“[...] aqui (Matosinhos) quando lavam os navios nós sentimos um bocadinho”; E4“a qualidade da água...haaa, ponto de interrogação ainda hoje estava a caminhar bem cedo na praia e vi assim uma espuminha bem amarela a boiar e eu ehhhhhh”;

Temperatura da água	4	E1 “[...]no geral a temperatura da água em Portugal é fria por isso também é um ponto fraco” ; E2 “[...] se a temperatura da água fosse mais quentinha seria melhor[...]”; E6 “[...] bem a temperatura da água, é norte logo é fria se fosse quentinha era bem melhor [...]”; E7“a nível de temperatura da água também não somos o melhor destino, pois temos sempre que <i>surf</i> ar com fatos [...]”;
Sobrelotação	3	E1“Tem muitos praticantes em determinadas alturas, sobretudo no verão quando vêm turistas e não deixa de ser um ponto fraco”; E3“ No verão há muita gente, está a entender? [...] Temos muita gente dentro de água no verão...eu não gosto de dar aulas no verão aqui, porque é mesmo muita gente, o banhista também tem direito de ir para a praia e o mar, também não gosto de incomodá-los e às vezes há alguns conflitos”. E8“Depois temos no fim-de-semana muita gente a praticar [...] ao fim-de-semana no verão é muito mas muito complicado <i>surf</i> ar”.

Fonte: Elaboração própria

10.20 Anexo XX: Praias ideias para a prática de surf

Características	Júlio Marinho	Leça da Palmeira	Matosinhos	Aterro
Tipo de fundo	Fundo rochoso (S6), “Júlio Marinho é uma praia excelente, mas o que é que acontece...ehhh é uma praia com rocha[...] [...] é preciso ter cuidado porque tem rochas” S5 “[...] tem lá rochas[...]”	<i>Beach-break</i> ⁶²	Banco de Areia	Banco de Areia
Direção da onda	Direita/esquerda (famosa pela sua <u>direita</u>) S3 “[...] tem uma boa direita, dá muitas boas ondas [...]”	Direita/esquerda [...]”(Famosa pela <u>sua esquerda</u>) Leça tem a particularidade de ter uma esquerda que é famosa além-fronteira como refere S4 “[...] temos a esquerda de Leça que é famosa e que temos aqui em exposição fotos dela fotografadas [...] e que é <i>surfada</i> pelo João Guedes que é um <i>surfista</i> com fama já bastante bom e entra em vários campeonatos”	Direita/esquerda pontão	Direita/esquerda
Melhor vento	Nordeste/Este	Este	Este	Este
Melhor ondulação	Oeste/Noroeste	Noroeste/Oeste/Nor te	Oeste	Oeste
Melhor maré	A encher/descer/ meia maré	Todas	Todas	Sem dados
Consistência da onda	Muita	Muita	Média	Média
Nível	Intermédio/Avançados S5 “[...] mais os <i>surfistas</i> intermédios, [...]”, S6 “[...] não é para toda a gente, [...], por isso, normalmente <i>surfa</i> lá quem já tem experiência”	Intermédio/avançados S1 “praia de Leça e Aterro já mais para [...] intermédios [...]”, S2 “[...] depois as praias de Leça, Aterro são mais para intermédios pois o	Iniciantes/intermédios S4 “Matosinhos, para ensino, [...]”, S2 “[...] tem ótimas condições para aprender <i>surf</i> , porque é mais calma, dá mais segurança a quem	Intermédios/Avançados S6 “O Aterro também é mais para avançados por causa do nível das ondas [...]. Por exemplo, aqui pode estar a um metro lá está a um

⁶² Tipo de onda que rebenta na praia com substrato de areia (Cabeleira, 2011).

	<p>mar já é mais forte já é preciso um domínio de técnicas”. S3 “Leça e Aterro, boas praias para o <i>surf</i>, mais intermédio e avançado, [...]”, S4 “[...] Leça, Aterro [...] mais exigentes e desafiantes [...] Leça tem umas ondas muito desafiantes porque a praia de Leça tem correntes opostas [...]” S6 “[...] Leça é mais para avançados com ondas maiores e é uma praia desafiante com uma parede que necessita de atenção, mais correntes na água o que obriga a um maior conhecimento” e S8 “Leça e Aterro já implicam um maior respeito pelas forças das ondas, porque têm correntes, tem que se ter um grau de experiência maior, é já para quem tem um nível intermédio, já não é propriamente um iniciante que pode fazer” S8 “[...] só para <i>surfistas</i> experientes, pois tem que se ter um nível de <i>surf</i> já bem razoável[...]”.</p>			
	<p>ainda não domina o <i>surf</i> [...]”, S5 “[...] para ensino isto aqui (praia de Matosinhos) é um oásis, não há muitos lugares assim[...]” ou S8 “[...] praia de Matosinhos muito bom para ensino, segura com um areal enorme, [...]”.</p> <p>S6 “Matosinhos sem dúvida para iniciantes...”, S7 “Matosinhos é boa para o ensino, para os iniciantes.” ou S8 “[...] muito bom para principiantes ou para quem queira ter um dia diferente[...]”</p>			
	<p>metro e meio a dois”.</p>			
Época do ano	Sempre	Sempre	Sempre	Sempre
Quantidade de <i>surfistas</i>	Médio	Médio	Sobrelotado	Médio/lotado
Frequência (1-muito raramente a 4-muito frequente)	3 (Frequente)	3(Frequente)	3(Frequente)	3(Frequente)
Perigos	Sem dados	Algumas rochas/Parede	Ouriços/correntes	Sem dados
Estado do mar	Normalmente agitado	Normalmente agitado	Normalmente calmo	

	S1 “[...] mais exigentes e desafiantes”; S6 “[...] onda já grandes, [...]”	S7 “[...] um mar mais desafiante”	S4 “ o mar de Matosinhos super calminho”
Infraestruturas para o surf	Boas S3 “[...] infraestruturas fantásticas, [...]” ou S5 “[...] tem melhores condições que esta praia (Matosinhos), tem chuveiros, acesso a deficientes tem tudo e mais alguma coisa, [...]”.		Fracas S5 “[...] a praia de Matosinhos tem melhores condições para a prática de <i>surf</i> e tem menos condições de infraestruturas que outras”.
Classificação (mínimo-1 a máximo – 5)	3 e meio	3	Entre 2 a 3 (depende das fontes pesquisados)

Fonte: *Beachcam*, (2015b); Leal & Cipriano (2012); *surf forecast* (2015), entrevistas do estudo empírico, *wannasurf* (2015)

10.21 Anexo XXI: Destinos concorrentes próximos

Destinos de surf mais próximos	Principais características referenciadas	Opinião dos entrevistados
<i>Praias do distrito de Viana do Castelo (Viana, Caminha, Moledo)</i>	Praias ventosas mais aconselhadas para <i>kitesurf, windsurf</i> ; Praias com beleza natural; Sobretudo Moledo é predominantemente natural e não urbano;	E8 “Depois Viana, Caminha, Moledo são praias boas mas com muito vento e dá-se melhor o <i>kitesurf, windsurf</i> , alias lá são famosos esses desportos pois são muito ventosas. A praia em Viana de Cabedelo tem algumas escolas de <i>surf</i> mas o forte, forte, forte são o <i>kitesurfe windsurf</i> ” E4“Moledo que é muito interessante mas é diferente pois não é um local urbano e é mais natural”; E6“Moledo são sítios diferentes mais ligados à natureza e não tão urbanos”; E7“Viana já é mais fraco mas pela beleza da natureza ganha pontos...deixe ver...mais a norte por exemplo, Arvore Moledo por serem locais bonitos , [...]bom e não podemos esquecer que aqui estamos a falar de locais mais rurais com toda a qualidade que isso implica”;
<i>Espinho</i>	Mar agitado onde é mais difícil o ensino; Praia procurada mais pelos <i>surfistas</i> locais; Apresenta vários eventos; Parque de Campismo (Cortegaça) situado junto a um <i>spot</i> de <i>surf</i> permitindo aos turistas conhecer a praia e praticar; Várias escolas dinâmicas; Melhoramento das infraestruturas; Boa qualidade e consistência das ondas;	E2 “A nível de Espinho, é um local procurado mais pelos <i>surfistas</i> locais começou agora a ser mais desenvolvido esse destino como <i>surf</i> pelos eventos que criaram como o <i>surf at night, WKC</i> esperanças, pelo facto ter o parque de campismo de Cortegaça num local de ondas e os estrangeiros que estou aí alojados praticam. As escolas de lá também, tal como nós, têm trabalhado para trazerem turistas e tem havido uma evolução com melhoramento das infraestruturas por parte da Câmara”; E4 “Espinho que está a crescer e está muito interessante [...] tem ondas grandes que para aprender não é tão bom por isso”; E6“Cortegaça também é um sítio com um bom picos de escolas desportivas [...]”; E7“Espinho que sem dúvida tem boas condições com boa qualidade e consistência das ondas”;
<i>Praia da Barra em São Jacinto (Aveiro)</i>	Praia com condições para ensino mas com características diferentes.	E8“[...]s ó ali em Aveiro, a praia da Barra em São Jacinto, mais ou menos é que é uma praia deste género para ensino, [...] mas que não tem nada a ver com as condições desta”;
<i>Póvoa do Varzim</i>	Mar agitado que não permite ensinar em segurança a modalidade	E3“[...] eu sou da Póvoa e tinha lá uma escola mas lá não é tão bom para ensinar, o mar é forte e tinha sempre que me deslocar para outros sítios para ter segurança, [...]. Entre Póvoa e Matosinhos, a nível de <i>surf</i> dá 20 a zero à Póvoa. Nem há comparação”.

10.22 Anexo XXII: Dados sobre o indicador ambiental relacionado com o comportamento

<i>Questões</i>	Sim	Não
Já ouviu falar na Agenda 21 para o setor das Viagens e do Turismo?		Todos
Tem acesso a esse documento (em suporte eletrónico ou em papel)?		Todos
Já fez uma avaliação do impacte da sua atividade no ambiente e no desenvolvimento local	E1/E7	E2/E3/E4/E5/E6/E8
Possui uma política de turismo sustentável com objetivos bem definidos?		Todos
Possui um programa ambiental bem definido?	E1/E5	E2/E3/E4/E6/E7/E8
Faz separação de resíduos para reciclagem?	E1/E3/E5/E8	E2/E4/E6/E7
Reutiliza produtos e embalagens quando possível?	E1/E3/E4/E5/E7/E8	E2/E6
Implementa medidas para reduzir o consumo de energia?	Todos	
Utiliza reguladores para reduzir o consumo de água (nas torneiras, nos autoclismos)?	E1/E2/E3/E5/E6/E7/E8	E4
Estimula a mobilidade sustentável (eg: informação sobre o metro aos turistas)	Todos	
Sensibiliza os turistas de <i>surf</i> , colaboradores e alunos para a poupança de água e de energia (através de panfletos, educação)?	E1/E2/E3/E5/E7/E8	E4/E6

Fonte: Elaboração própria adaptado de Moniz (2006)

10.23 Anexo XXIII: Pilar institucional/político- integração dos *stakeholders* (fase II)

Temática	Categorias/ Problemáticas	Respostas
Pilar institucional/ Político	✓ Integração de todos os <i>stakeholders</i>	<p>E3 “eu nunca tive uma reunião com eles, acho que se não conhecer algum é muito difícil ter reuniões, eu gostava de mostrar o projeto mas não sei como, não conheço ninguém lá na Câmara”;</p> <p>E4 “mas quanto a dar opiniões em relação ao turismo nunca foi pedido, nunca tive uma reunião. Acho que falha isso, interligação e sensação que a nossa voz é valorizada”;</p> <p>E5 “não, não temos muito contacto, temos uma burocracia enorme, agora não, ligue para a semana, depois entramos em contacto, perdemos muitas horas e desistimos... (pausa) a Câmara faz sempre reuniões com uma das escolas [...], as restantes nada”;</p> <p>E6 “não temos muito contacto com a Câmara e nunca nos foi dada a possibilidade de contribuir com o nosso <i>kown-how</i> para desenvolver o turismo e depois mesmo com a capitania não temos muito, as relações não são muito boas, [...] falta sensibilidade para isso, e que se houvesse possibilidade em nos ouvirem talvez percebessem melhor a situação. Sentimos que não temos qualquer tipo de apoio ou que estejam interessados na nossa opinião. Falta voz aqui em Matosinhos”,</p> <p>E8 “se quiseres dar a tua opinião tu nunca tens oportunidade para o fazer. [...] Não somos ouvidos ou convocados para reuniões algumas, não faço a mínima ideia qual o plano estratégico deles para o surf, não faço a mínima ideia mesmo [...] não sabes nunca o que vai acontecer [...], não sabemos o que eles pensam, não há oportunidade de conversar”.</p>

10.24 Anexo XXIV: Dados sobre a tecnologia utilizada pelas empresas em estudo

<i>Frase</i>	Respostas	Sim	Não
<i>Tem alguma aplicação móvel ou programa para criar uma base de dados dos turistas de surf</i>	E2 “Temos uma aplicação <i>smart surf</i> à dois meses que gera as aulas e todo o negócio, foi criado por uma escola de <i>surf</i> em Lisboa por três jovens”; E5 “ <i>software</i> com base de dados dos alunos com o telefone e <i>e-mail</i> deles”; E6 “Um programador fez um programa especificamente para a escola onde temos os dados dos alunos, as aulas, e o que fazem”;	E2 E5 E6	E1 E3 E4 E7 S8
<i>Emprega tecnologias de poupança energética (LED/Painéis solares?)</i>	LED	E3 E4 E5 E8	E1 E2 E6 E7
<i>Estimula a mobilidade sustentável (eg: bicicleta, metro)</i>	Todos revelam que sobretudo as indicações dadas são sobre o metro, uma vez que a praia de Matosinhos tem o metro à porta e o autocarro. Existe porém também um dos entrevistados que aluga bicicletas elétricas: E4 “Divulgo o autocarro que os leva diretamente ao Porto e está aqui em frente, digo que não há necessidade de andar de táxi pois o concelho tem metro, autocarros [...] dou sempre informação sobre a linha e horário de metro”; E5 “Falamos do metro, dos horários sempre que eles querem ir de táxi, por exemplo, quando não vão de volta ao hotel, ou o autocarro turístico que passa aqui e que chega ao hotel em 20 minutos com possibilidade de fazer um passeio turístico”; E6 “Nós temos mapas e explicamos todo o percurso do metro, o horário, incentivamos a utilização de bicicletas elétricas e alugamo-las”; E8 “Sim, horários e informamos sobre linhas de autocarro, como os apanhar. Os turistas que vêm tem também uma certa sensibilidade e estão habituados a andar de transportes públicos”.	E1 E2 E3 E4 E5 E6 E7 E8	

Fonte: Elaboração própria

10.25 Anexo XXV: Estratégias para desenvolver o turismo de *surf* em Matosinhos de forma sustentável (Fase II)

Temática	Categorias/ Problemáticas	Respostas
<i>Estratégias de desenvolvimento sustentável</i>	✓ Melhor divulgação	<p>E5 “ahhhh era preciso que a câmara apoia-se mais a divulgação do <i>surf</i> pelas escolas do concelho, era uma forma de incentivar o gosto por este desporto... (silêncio) [...] falta promoção lá fora, mesmo [entonação forte]... não é só gastronomia, fazer o que fizeram com a gastronomia, por exemplo”;</p> <p>E6 “Acho que falta uma maior coordenação e a nível de eventos também uma maior divulgação entre todos [...]”;</p> <p>E8 “Falta divulgar Matosinhos como destino turístico, está muito diluído, falta dar a conhecer. Eles se conseguissem investir em termos de publicidade de <i>surf</i> associado à praia, enfim o normal das estâncias de férias, se conseguissem aliar o <i>surf</i> a isso, acho que trazia muita mais gente para cá”;</p>
	✓ Marca diferenciadora	<p>E5 “Há muito a fazer, precisa-se de desenvolver a marca de Matosinhos ligado ao ensino de <i>surf</i>, pois permite ensinar mesmo no inverno, dificilmente deve arranjar outra... uma praia que não tem rochas, [...]”;</p> <p>E7 “Para melhorar investia mais numa marca que diferenciasse Matosinhos dos demais destinos, e reforço a ideia de aliar o ensino à marca <i>surf</i> em Matosinhos. [...] Criar uma marca diferente dos outros locais também é inovar, não há destino de <i>surf</i> em Portugal que tenha como identidade o ensino”;</p> <p>E8 “Era uma marca que diferenciasse Matosinhos [...] temos que aposta mais ainda na divulgação do local para ensino, saberem lá fora que temos <i>surfcamps</i> e que aqui é um sítio ideal para aprender ao longo do ano pois é muito seguro e definir a marca por esse lado”;</p>
	✓ Eventos ligados ao <i>surf</i> ao longo de todo o ano	<p>E1 “[...] trazer os melhores a nível internacional, sabe que um evento trás entre profissionais e <i>staff</i> no mínimo 300 a 500 pessoas [...] têm que ser alojadas, têm que comer, fazem comprar, gastam dinheiro, a região ganha com isso [...] dão visibilidade ao local, as pessoas depois querer vir experimentar também, os alunos ficam motivados em verem grandes nomes e inspirados e querem evoluir mais, portanto mais fidelização nesse sentido”;</p> <p>E4 “[...] criar, trazer, puxar eventos internacionais para aqui, é uma forma excelente de dinamizar os locais desde hotéis, restaurantes, envolver outras atividades criando uma plataforma entre todos”;</p> <p>E5 “[...] deveria haver mais interligação entre o turismo de <i>surf</i> e eventos sobretudo culturais”;</p> <p>E6 “Falta eventos, encontros para dinamizar Matosinhos como destino de <i>surf</i>, para chamar as pessoas e dizer que estamos cá”;</p> <p>E7 “[...], o <i>surf</i> liga com arte fazer eventos onde se junta o <i>surf</i> a exposições”;</p> <p>E8 “[...] é fazer eventos e divulgar lá para fora, para o estrangeiro para perceberem que aqui também existe, que aqui também mexe [...] porque não eventos da cultura do <i>surf</i>, já começou a haver, por exemplo no outro dia foi realizado um evento de cinema ligado ao <i>surf</i>”.</p>

10.26 Anexo XXVI: Sugestões de interligações entre o turismo de *surf* e outras atividades

Atividade	Nº	Frases
<i>Bem-estar</i>	2	E6 “também se deve apostar em atividades que transmitam lazer e bem-estar, [...] temos um programa <i>surf</i> e <i>yoga camp surf hostel</i> ”; E7 “Ligar o relaxamento do <i>yoga</i> com o <i>surf</i> , [...]”
<i>Bodyboard</i>	1	E7 “[...] e depois...há o <i>bodyboard</i> [...]”;
<i>Cultura/ vida noturna</i>	1	[...] é mais na onda de dinamizar a praia com coisas relacionadas com praia...concertos, eventos da cultura, dinamizar a vida noturna que não existe em Matosinhos. (E8)
<i>Gastronomia</i>	3	E2 “De resto <i>surf</i> com gastronomia parece bem [...]existe imensos turistas de <i>surf</i> à procura de boa comida, porque não ligar as coisas? Porque não ligar o principal recurso que é o mar e juntar o peixe e o <i>surf</i> , que vivem desse mar digo eu...seria bom para todos e para Matosinhos”; E5 “[...]fazer uma marca Matosinhos gastronomia-mar, [...]”; E7 “Olhe novamente a gastronomia”;
<i>Mergulho</i>	1	E1 “O mergulho [...]”;
<i>Kitesurf</i>	1	E4 “Volta e meia aqui em Leça também se faz <i>kitesurf</i> , se calhar juntar as duas, porque não? No fundo já que há vento e há podíamos utilizar isso em nosso favor”;
<i>Motas de água/banana/g aivotas</i>	1	E3 “Olhe eu gostava que houvesse um corredor para motas de água, não só porque dava segurança para o <i>surf</i> , chega-se mais rápido aos locais mas porque era uma outra forma de proporcionar lazer, [...] colocar umas gaivotas, bananas [...] eu gostava de fazer parte deste projeto, não me importava nada de investir uns 10 mil euros [...]. Era uma forma de diversificar e de contornar a natureza quando ela não nos dá ondas, por exemplo”;
<i>Pesca</i>	1	E1 “[...]a pesca, o surfista vive para o mar mas também gosta de viver do mar, não só em termos de lazer [...] mas também em termos de sustentabilidade e essa relação entre o ambiente e o surfista é tão estreita que a pesca também passa por aí. Qualquer surfista no mundo é pescador, [...]”
<i>Skate</i>	6	E1 “[...]skate”. E2 “Nós usamos o <i>skate</i> como ferramenta de trabalho para a aprendizagem do <i>surf</i> [...]criar um <i>skatepark</i> junto à praia isso iria atrair não só mais <i>skaters</i> ”; E4 “[...] ahhh e a parte do <i>skate</i> que é muito interessante”; E5 “Ligar mais ofertas desportivas ao <i>surf</i> , exemplo <i>skate</i> com um <i>skate park</i> aqui [...]”; E6 “[...]seria uma coisa bastante boa apostar num parque de <i>skate</i> porque os dois complementam-se bastante”; E7 “[...] o <i>skate</i> também é uma boa opção”; E8 “Falta aqui <i>skateparks</i> ... era um bom investimento, [...] era uma forma de enriquecer e promover melhores momentos de lazer”;
<i>Sup Paddle</i>	1	E1 “[...] e claro <i>Sup Paddle</i> ”;
<i>Turismo de Aventura</i>	1	E1 “[...] o turismo de aventura no geral seria uma boa aposta pois liga-se muito bem [...]”;
<i>Vela</i>	1	E4 “Depois temos aí o Clube de Vela [...] seria interessante fazer uma parceria e ainda por isso com um clube tão antigo [...]”;
<i>Wakeboard</i>	1	E1 “[...] por exemplo o <i>wakeboard</i> ”;

10.27 Anexo XXVII: Opinião sobre a participação da oferta turística (Fase III)

<i>Temática</i>	<i>Categorias/ Problemáticas</i>	<i>Respostas</i>
Planeamento participativo	<p>✓ Pouca dinâmica no modelo participativo;</p> <p>✓ Insatisfação face a esta situação</p>	<p>E2 “ninguém aqui é consultado para nada, não nos perguntam coisa alguma, é uma tristeza”;</p> <p>E6 “falta muita comunicação entre a câmara e os negócios locais”; E9 “aqui em Matosinhos é uma vergonha, falta muita comunicação [...]”;</p> <p>E13 “ não sou chamado para nada”;</p> <p>E23 “não temos muita ligação com a Câmara”;</p> <p>E24 “aqui não chega nada, acho que seria muito importante falar da nossa justiça”;</p> <p>E37 “ é uma falha, pois sente-se necessidade de se ouvir a voz para perceber a nossa forma de ver as coisas”;</p> <p>E38 “aqui não se comunica nada a ninguém, não sabemos nunca de nada”;</p> <p>E78 “não temos reuniões nesse sentido e penso que seria bom falarmos sobre isso”;</p> <p>E82 “está tudo muito disperso, falta planearmos as coisas juntos”;</p> <p>E93 “não mas gostava de saber mais, de haver mais comunicação, de saber o que se passa aqui, faz falta isso”;</p> <p>E73 “a associação de restaurantes tem tido reuniões mas a nível do turismo de <i>surf</i> não tenho conhecimento e ademais estas reuniões nunca dão em nada. Cada um puxa a brasa à sua sardinha”;</p> <p>E74 “temos mas este tipo de turismo não tem sido nada significativo”.</p>

10.28 Anexo XXVIII: Estratégias de desenvolvimento sustentável (oferta turística III)

Estratégias de desenvolvimento sustentável	✓ Melhorar as infraestruturas das praias	<p>E14 “ não há muitas condições aqui e a praia fica suja, é preciso apostar em mais baldes de lixo que não sejam de plástico, [...], fica uma porcaria no fim do dia e os turistas não acreditam que gostem”;</p> <p>E71 “as praias estão muito sujas até ao verão é preciso melhorar isso e colocar mais baldes, sei lá o que é preciso fazer mas tem que se melhorar as infraestruturas na praia, sem dúvida”;</p> <p>E78 “Tem praias tão bonitas mas tão descuidadas no inverno, é preciso melhorar as infraestruturas e cuidar delas durante todo o ano”;</p> <p>E88 “ é importante melhorar a estética das praias e investir mais em infraestruturas”;</p>
	✓ Melhorar as infraestruturas relativas ao <i>surf</i>	<p>E46 “Matosinhos pouco tem para oferecer ainda como infraestruturas para os turistas de <i>surf</i> ou para outros tipos de turismo”;</p> <p>E49 “Falta muita coisa, por exemplo lava-pés, espaços de troca de roupa e aquela que tem está descuidada, falta manutenção, sobretudo nos meses mais frios”;</p> <p>E51 “pouca infraestruturas para o turismo de <i>surf</i> se não for pelas escolas”;</p>
	✓ Eventos ligados ao <i>surf</i> ao longo de todo o ano e interligados com outras empresas locais	<p>E11 “fazer eventos sim mas investir em vários negócios locais”;</p> <p>E25 “é importante apostar em eventos ao longo do ano pois só assim isto tem impacto”;</p> <p>E29 “fazer eventos é importante mas importante também é investir nesses eventos em negócios locais”;</p> <p>E37 “importante dinamizar a marginal com eventos dedicados ao <i>surf</i> ao longo do ano pois está muito esquecida”;</p> <p>E47 “maior dinâmica entre os eventos e os negócios locais pois quase não se sabe que existem”;</p> <p>E48 “falta interligação entre os eventos e nós”;</p> <p>E51 “falta eventos para estimular o turismo ao longo de todo o ano”;</p> <p>E87 “deve-se apostar mais em eventos de <i>surf</i> ao longo de todo o ano e que divulguem os negócios locais”;</p> <p>E98 “falta eventos que interliguem o <i>surf</i> com a restauração”;</p>

10.29 Anexo XXIX: Perfil dos inquiridos (Fase III)

<i>Perfil</i>	<i>Número</i>	<i>Percentagem (%)</i>
Sexo		
Masculino	35	54,7%
Feminino	29	45,3%
Idade		
15-24 anos	38	59,4%
25-49 anos	26	40,6%
Nível de escolaridade		
Ensino secundário	17	26,6%
Ensino superior	47	73,4%
Situação profissional		
Trabalho a tempo inteiro	23	35,9%
Trabalho a tempo parcial	5	7,8%
Estudante	32	50%
Atualmente sem trabalho remunerado	2	3,1%
Outra situação	2	3,1%
Rendimento		
Até 500	10	17,2%
De 501 a 1000	22	37,9%
De 1001 a 2000	11	19%
De 2001 a 4000	12	20,7%
Mais de 4001	3	5,2%

Fonte: Elaboração própria

10.30 Anexo XXX: Outro tipo de fonte de informação sobre Matosinhos como destino turístico de *surf*

Outros	Número	%
Universidade/ <i>Eramus office</i>	6	27%
Pesquisa na Internet (Google)	5	23%
<i>Hostel</i>	3	14%
Travelbooks	2	9%
Viveu cá quando realizou Erasmus	2	9%
Mapa	1	4%
Sem especificar	3	14%
Total	22	100%

Fonte: Elaboração própria

10.31 Anexo XXXI: Dados sobre a companhia em viagem

Vem com amigos que não praticam <i>surf</i>	Número	%
2 a 3 amigos	7	10,9%
≥4 amigos	2	3,1%
Vem com amigos que praticam <i>surf</i>	Número	%
2 a 3 amigos	5	7,8%
≥ 4 amigos	0	0%
Total	14	21,8%

Fonte: Elaboração própria

10.32 Anexo XXXII: Comportamentos sustentáveis no destino turístico

Afirmação	0	1	2	3	4	5	Média
Tenho procurado preservar o ambiente natural de Matosinhos.	4,7	1,6	4,7	37,5	35,9	15,6	3,45
Tenho sentido preocupação em preservar a cultura de Matosinhos.	3,1	6,3	17,2	37,5	18,8	17,2	3,14
Tenho visitado igrejas, castelos ou centros históricos do concelho de Matosinhos.	0	56,3	26,6	7,8	7,8	1,6	1,72
Tenho apreciado exposições de artesanato e de produtos locais (Matosinhos).	4,7	45,3	26,6	12,5	4,7	6,3	1,86
Tenho participado em atividades culturais do concelho de Matosinhos.	1,6	42,2	29,7	17,2	7,8	1,6	1,92
Sempre que estou num destino procuro interagir com a comunidade local (eg: conviver com os surfistas locais).	1,6	3,1	7,8	31,3	48,4	7,8	3,45
Quando decido por um destino turístico tenho sempre por base da seleção a sua qualidade ambiental.	1,6	1,6	31,3	32,8	23,4	9,4	3,03
Nem sempre respeito as barreiras de proteção das dunas pois se encurtar o caminho, não me importo de pisá-las.	0	45,3	23,4	18,8	9,4	3,1	2,02
Aquando da escolha do destino tenho em consideração os alojamentos com boas práticas ambientais.	1,6	4,7	23,4	23,4	28,1	18,8	3,28
Tenho-me esforçado por poupar água e energia.	3,1	3,1	4,7	31,3	34,4	23,4	3,61
Tenho-me esforçado por fazer a reciclagem do lixo (ex. papel, vidro, plástico) quando visito Matosinhos.	1,6	3,1	4,7	23,4	34,4	32,8	3,84
Tenho-me esforçado por comprar produtos em Matosinhos “amigos do ambiente”.	1,6	15,6	31,3	18,8	20,3	12,5	2,78

10.33 Anexo XXXIII: As características mais positivas relacionadas com o destino turístico de Matosinhos

<i>Característica</i>	<i>Número</i>	<i>%</i>	<i>Média</i>	<i>Desvio-padrão</i>
Singularidade do destino	0	0%	1	0
Package disponíveis/ Produtos turísticos diversificados	1	1,6%	,98	,125
Bom acesso ao local	32	50%	,50	,504
Simpatia da comunidade local	35	54,7%	,40	,502
Disponibilidade /qualidade dos transportes locais	20	31,3%	,69	,467
Estabelecimentos de alojamento com qualidade a preços acessíveis	2	3,1%	,97	,175
Atividades para toda a família	2	3,1%	,97	,175
Oportunidades para a prática de desporto/atividades de lazer	21	32,8%	,67	,473
Gastronomia	32	50%	,50	,504
Animação noturna	1	1,6%	,98	,125
Paisagem	2	3,1%	,97	,175
Riqueza do património cultural, arquitetónica e histórico	2	3,1%	,97	,175
Oportunidade para fazer compras	1	1,6%	,98	,125
Custo de vida acessível	18	28,1%	,75	,436
Facilidade de serviços complementares (bancos, telecomunicações, etc)	5	7,8%	,92	,270
Segurança pessoal	3	4,7%	,95	,213
Praias e zonas balneares	15	23,4%	,77	,427

Fonte: Elaboração própria

10.34 Anexo XXXIV: As características mais negativas do destino turístico de Matosinhos

<i>Característica</i>	<i>Número</i>	<i>%</i>	<i>Média</i>	<i>Desvio-Padrão</i>
Singularidade do destino	14	21,9%	,78	,417
Package disponíveis/ Produtos turísticos diversificados	32	50%	,50	,504
Bom acesso ao local	3	4,7%	,95	,213
Simpatia da comunidade local	0	0%	1,0	0,00
Disponibilidade /qualidade dos transportes locais	4	6,3%	,94	,244
Estabelecimentos de alojamento com qualidade a preços acessíveis	7	10,9%	,89	,315
Atividades para toda a família	7	10,9%	,89	,315
Oportunidades para a prática de desporto/atividades de lazer	2	3,1%	,97	,175
Gastronomia	3	4,7%	,95	,213
Animação noturna	41	64,1%	,36	,484
Paisagem	20	31,3%	,69	,467
Riqueza do património cultural, arquitetónica e histórico	25	39,1%	,61	,492
Oportunidade para fazer compras	16	25,0%	,75	,436
Custo de vida acessível	5	7,8%	,72	,453
Facilidade de serviços complementares (bancos, telecomunicações, etc)	8	12,5%	,88	,333
Segurança pessoal	2	3,1%	,97	,175
Praias e zonas balneares	6	9,4%	,91	,294

Fonte: Elaboração própria

10.35 Anexo XXXV: As características positivas do destino turístico de surf de Matosinhos

<i>Característica</i>	<i>Número</i>	<i>%</i>	<i>Média</i>	<i>Desvio-Padrão</i>
Qualidade ambiental nas praias	3	4,7%	,95	,213
Clima	13	20,3%	,80	,406
Qualidade da água (exemplo ausência de poluição)	2	3,1	,97	,175
Temperatura da água	0	0%	1,0	,000
Qualidade da onda	8	12,5	1,03	1,309
Consistência da onda	8	12,5%	,88	,333
Número de praticantes dentro de água	9	14,1%	,86	,350
Diversidade de tipos de onda	5	7,8%	,92	,270
Diversidade de locais para surfar	12	18,8%	,81	,393
Ondas desafiantes que estimulam a técnica de surfar	3	4,7%	,95	,213
Escolas de surf com pacotes de aulas a preços apelativos	41	64,1%	,36	,484
Duração da temporada de surf	28	43,8%	,56	,500
Presença da bandeira azul / qualidade de ouro	0	0%	1,0	,000
Condições de segurança das praias	1	1,6%	,98	,125
Cultura de surf de um destino turístico	18	28,1%	,72	,453
Infraestruturas adequadas para o surf	20	31,3%	,69	,467
Recetividade da comunidade local ao surf	23	35,9%	,64	,484
Outras	1	1,6%	,98	,125

Fonte: Elaboração própria

10.36 Anexo XXXVI: As características negativas de Matosinhos como destino de *surf*

<i>Característica</i>	<i>Número</i>	<i>%</i>	<i>Média</i>	<i>Desvio-Padrão</i>
Qualidade ambiental nas praias	36	56,3%	,44	,500
Clima	21	32,8%	,67	,473
Qualidade da água (exemplo ausência de poluição)	21	32,8%	,67	,473
Temperatura da água	32	50%	,50	,504
Qualidade da onda	5	7,8%	,92	,270
Consistência da onda	0	0%	1,0	,000
Número de praticantes dentro de água	11	17,2%	,83	,380
Diversidade de tipos de onda	5	7,8%	,92	,270
Diversidade de locais para <i>surf</i> ar	5	7,8%	,92	,270
Ondas desafiantes que estimulam a técnica de <i>surf</i> ar	11	17,2%	,83	,380
Escolas de <i>surf</i> com pacotes de aulas a preços apelativos	1	1,6%	,98	,125
Duração da temporada de <i>surf</i>	5	7,8%	,92	,270
Presença da bandeira azul / qualidade de ouro	8	12,5%	,88	,333
Condições de segurança das praias (presença de nadador-salvador, serviço de primeiros socorros na praia, devidamente assinalado)	18	28,1%	,72	,453
Cultura de <i>surf</i> de um destino turístico	6	9,4%	,91	,294
Infraestruturas adequadas para o <i>surf</i>	5	7,8%	,92	,270
Recetividade da comunidade local ao <i>surf</i>	1	1,6%	,98	,125

Fonte: Elaboração própria

10.37 Anexo XXXVII: Conflitos existentes

Resposta	Número	Porcentagem
Entre os <i>surfistas</i> e nadadores	0	0%
Entre os <i>surfistas</i> qualificados e iniciantes	4	21,2%
Entre os <i>surfistas</i> e outros praticantes de desportos aquáticos	5	26,3%
Entre <i>surfistas</i> e moradores	0	0%
Entre <i>surfistas</i> e turistas	0	0%
Entre moradores e <i>surfistas</i>	0	0%
Entre <i>surfistas</i> e escolas de <i>surf</i>	13	68,4%
Outro	0	0%

Fonte: Elaboração própria

10.38 Anexo XXXVIII: Perfil dos inquiridos

<i>Perfil</i>	<i>Número</i>	<i>Percentagem (%)</i>
Sexo		
Masculino	88	56,8
Feminino	67	43,2
Idade		
15-24 anos	33	21,3
25-49 anos	90	58,1
50-64 anos	24	15,5
65 – 79 anos	8	5,2
Nível de escolaridade		
Ensino básico	7	4,5
Ensino secundário	62	40,0
Ensino superior	83	53,5
Outro	3	1,9
Situação profissional		
Trabalho a tempo inteiro	91	58,7
Trabalho a tempo parcial	14	9,0
Trabalho ocasional	1	0,6
Estudante	23	14,8
Doméstica	2	1,3
Reformado	12	7,7
Atualmente sem trabalho remunerado	12	7,7
Reside fora de Matosinhos		
Não	138	89,1
Sim	17	10,9

Fonte: Elaboração própria

10.39 Anexo XXXIX: Frequência de uso das praias de Matosinhos

Frequência	Nº	%
Só no fim-de-semana	72	46,5
2 a 3 vezes por semana	56	36,1
Mais de quatro vezes por semana	20	12,9
Na época balnear não frequento as praias de Matosinhos	1	0,6
Outra	6	3,9

Fonte: Elaboração própria

10.40 Anexo XL: Opinião sobre o turismo de *surf* em Matosinhos e seus impactes

Escala	0		1		2		3		4		5	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
O turismo de <i>surf</i> contribui para criar mais conflitos de uso de recurso	1	0,6	17	11	32	20,6	30	19,4	69	44,5	6	3,9
Existe excesso de surfistas e turistas de <i>surf</i> nas praias de Matosinhos em determinadas alturas do ano	2	1,3	15	9,7	27	17,4	25	16,1	71	45,8	15	9,7
O crescimento dos turistas de <i>surf</i> em Matosinhos tem condicionado o meu tempo de lazer na praia	0	0	28	18,1	38	24,5	22	14,2	66	42,6	1	0,6
Não aprecio ter demasiado surfistas no mar de Matosinhos visto isso condicionar a utilização do mar	0	0	24	15,5	29	18,7	24	15,5	70	45,2	8	5,2
O turismo de <i>surf</i> em Matosinhos está a criar impactes negativos sobre o ambiente	4	2,6	45	29,0	72	46,5	27	17,4	4	2,6	3	1,9
O turismo de <i>surf</i> condiciona a minha qualidade de vida em Matosinhos no verão visto ter menos espaço de estacionamento	0	0	53	34,2	61	39,4	31	20,0	8	5,2	2	1,3
O turismo de <i>surf</i> em Matosinhos aumenta o tráfego limitando a possibilidade de eu usufruir do meu tempo livre	0	0	74	47,7	55	35,5	20	12,9	6	3,9	0	0
O turismo de <i>surf</i> em Matosinhos tem contribuído para a poluição das águas e das praias no concelho	0	0	95	61,3	46	29,7	10	6,5	4	2,6	0	0

Fonte: Elaboração própria

10.41 Anexo XLI: Spots ideais em Matosinhos e níveis praticados

<i>Praias</i>	<i>Nº</i>	<i>%</i>	<i>Nível</i>	<i>Nº</i>	<i>%</i>
Matosinhos	51	100	Iniciantes	16	31,4
			Iniciantes e intermédios	35	68,6
Leça da Palmeira	47	92,2	Intermédios	11	21,6
			Intermédios e avançados	32	62,7
			Intermédios, avançados e profissionais	4	7,8
Aterro	45	88,2	Intermédios	10	19,6
			Intermédios e avançados	30	58,8
			Avançados	3	5,9
			Intermédios, avançados e profissionais	1	2
Júlio Marinho	28	54,9	Avançados e profissionais	1	2
			Intermédios	1	2
			Intermédios e avançados	16	31,4
			Avançados	10	19,6
			Intermédios, avançados e profissionais	1	2

Fonte: Elaboração própria

10.42 Anexo XLII: Características diferenciadoras

<i>Característica diferenciadora</i>	<i>Nº</i>	<i>%</i>	<i>Algumas opiniões</i>
Cidade urbana com muitos acessos perto do Porto o que alia cultura à natureza proporcionando experiências únicas	12	23,5	S5 “a promoção e o crescimento turístico da cidade do Porto além-fronteiras diferencia Matosinhos dos demais destinos pois pode usar a sua localização privilegiada para chamar turistas à cidade dando outro tipo de experiência ao turista, mais em contacto com a natureza”; E42 “pode-se aproveitar a onda do Porto e como está perto Matosinhos pode ir buscar esses turistas dando-lhes outro género de experiências mais em contacto com a natureza”; S54 “tem uma localização privilegiada pois está perto do Porto e o pessoal pode vir cá ter uns bons momentos no mar, na natureza e ao mesmo tempo depois pode ter cultura”.
Diversidade dos locais para surfar a uma curta distância com vários tipos de onda para vários níveis	16	31,4	S52 “num só local podes surfar vários tipos de onda e para vários níveis” S64 “tem sítios muito bons perto para vários níveis desde quem quer aprender até quem quer melhorar a técnica” S103 “Matosinhos tem num vários spots apelativos para vários níveis numa curta distância”
Ensino em segurança	31	60,8	S13 “Matosinhos não tem ondas que o diferenciem por isso deve apostar num segmento que quer aprender” E45 “com um mar calmo que tem Matosinhos deve apostar nos turistas que não são experts” S124 “apresenta a particularidade de ser um bom spot para aprender em segurança”.
Muitas escolas a preços apelativos com aluguer barato de material	2	3,9	S22 “Quantidade de escolas de surf nomeadamente na praia de Matosinhos que permitem o aluguer de material e a compra de aulas de surf a preços bem em conta” S51 “ser fácil e barato alugar material pois tens boas escolas por aqui”
Dimensão da costa	3	5,9	S22 “tem uma costa e um areal com dimensões fantásticas, é bonito” S50 “Tem um areal enorme mesmo, bonito” S64 “dimensão fantástica do seu areal”
Surfar em segurança mesmo no inverno	17	33,3	S40 “apostar na diferenciação pela tranquilidade do seu mar, na segurança para surfar mesmo em épocas do ano mais frias” S53 “podes surfar a qualquer hora e durante todo o ano, mesmo no inverno pois é seguro. Isto é um autêntico ginásio, sempre dá” S142 “Matosinhos não tem ondas que chamam a atenção para vir surfar para cá mas tem ondas que permitem em segurança passar boas horas no mar mesmo durante os dias mais invernosos”.

Fonte: Elaboração própria

10.43 Anexo XLIII: As características positivas do destino turístico de *surf*

<i>Característica</i>	<i>Número</i>	<i>%</i>	<i>Média</i>	<i>Desvio-Padrão</i>
Qualidade ambiental nas praias	2	3,9	,96	,196
Clima	2	3,9	,98	2,44
Qualidade da água	2	3,9	,96	,196
Temperatura da água	0	0	1,0	,000
Qualidade da onda	7	13,7	,65	,348
Consistência da onda	5	9,8	,90	,300
Número de praticantes dentro de água	0	0	1,0	,000
Diversidade de tipos de onda	23	45,1	,55	,503
Diversidade de locais para <i>surf</i>	30	58,8	,41	,497
Ondas desafiantes que estimulam a técnica de <i>surf</i>	2	3,9	,96	,196
Escolas de <i>surf</i> com pacotes de aulas a preços apelativos	15	29,4	,71	,460
Duração da temporada de <i>surf</i>	18	35,3	,65	,483
Presença da bandeira azul / qualidade de ouro	1	2	,98	,140
Condições de segurança das praias	4	7,8	,92	,272
Cultura de <i>surf</i> de um destino turístico	14	27,5	,73	,451
Infraestruturas adequadas para o <i>surf</i>	1	2	,98	,140
Recetividade da comunidade local ao <i>surf</i>	27	52,9	,47	,504

Fonte: Elaboração própria

10.44 Anexo XLIV: As características negativas de Matosinhos como destino turístico de surf

<i>Característica</i>	<i>Número</i>	<i>%</i>	<i>Média</i>	<i>Desvio-Padrão</i>
Qualidade ambiental nas praias	37	74,0	,26	,443
Clima	11	21,6	,78	,418
Qualidade da água (exemplo ausência de poluição)	11	21,6	,78	,415
Temperatura da água	18	35,3	,65	,483
Qualidade da onda	4	7,8	1,12	1,437
Consistência da onda	12	23,5	,76	,428
Número de praticantes dentro de água	20	39,2	,61	,493
Diversidade de tipos de onda	4	7,8	,92	,272
Diversidade de locais para surfar	0	0	1,0	,000
Ondas desafiantes que estimulam a técnica de surfar	1	2	,98	,140
Escolas de surf com pacotes de aulas a preços apelativos	1	2	,98	,140
Duração da temporada de surf	0	0	1,0	,000
Presença da bandeira azul / qualidade de ouro	0	0	1,0	,000
Condições de segurança das praias (0	0	1,0	,000
Cultura de surf de um destino turístico	1	2	,98	,140
Infraestruturas adequadas para o surf	33	64,7	,35	,483
Recetividade da comunidade local ao surf	0	0	1,00	,000

Fonte: Elaboração própria