

**UNIVERSIDADE DO ALGARVE**

**OS CENTROS DE DESCOBERTA DO MUNDO RURAL E A REDE DE PERCURSOS  
PEDESTRES DE CACHOPO**

Simone da Cruz Júlio

Relatório de Estágio

Mestrado em Turismo e Culturas Urbanas

Trabalho efetuado sob a orientação de:

Prof. Doutor Paulo Águas

2013

**UNIVERSIDADE DO ALGARVE**

**OS CENTROS DE DESCOBERTA DO MUNDO RURAL E A REDE DE PERCURSOS  
PEDESTRES DE CACHOPO**

Simone da Cruz Júlio

Relatório de Estágio

Mestrado em Turismo e Culturas Urbanas

Trabalho efetuado sob a orientação de:

Prof. Doutor Paulo Águas

2013

Declaro ser a autora deste trabalho, que é original e inédito. Autores e trabalhos consultados estão devidamente citados no texto e constam da listagem de referências incluída.

*Simone da Cruz Júlio*

Copyright de Simone da Cruz Júlio

A Universidade do Algarve tem o direito, perpétuo e sem limites geográficos, de arquivar e publicar este trabalho através de exemplares impressos reproduzidos em papel ou de forma digital, ou por qualquer outro meio conhecido ou que venha a ser inventado, de o divulgar através de repositórios científicos e de admitir a sua cópia e distribuição com objetivos educacionais ou de investigação, não comerciais, desde que seja dado crédito ao autor e editor.

“A viagem não acaba nunca. Só os viajantes acabam. E mesmo estes podem prolongar-se em memória, em lembrança, em narrativa. Quando o visitante sentou na areia da praia e disse: “Não há mais o que ver”, saiba que não era assim. O fim de uma viagem é apenas o começo de outra. É preciso ver o que não foi visto, ver outra vez o que se viu já, ver na primavera o que se vira no verão, ver de dia o que se viu de noite, com o sol onde primeiramente a chuva caía, ver a seara verde, o fruto maduro, a pedra que mudou de lugar, a sombra que aqui não estava. É preciso voltar aos passos que foram dados, para repetir e para traçar caminhos novos ao lado deles. É preciso recomeçar a viagem. Sempre.”

José Saramago

(In Viagem a Portugal)

## **Agradecimentos**

Agradeço ao Professor Doutor Paulo Águas por ter aceitado o meu convite para ser meu orientador, por todas as recomendações e sugestões e por sempre estar disponível para responder às minhas dúvidas e questões.

Agradeço ao Presidente da Associação In Loco, Nelson Dias, por me ter dado a oportunidade de desenvolver o estágio na sua entidade, por todas as orientações e conselhos que me foi dando e por sempre pensar em tarefas para me atribuir.

Agradeço à Associação In Loco enquanto entidade representante de todas as pessoas que nela trabalham por me terem recebido, tornado o ambiente de trabalho tão acolhedor e por ter acesso a todas as informações necessárias para a produção deste relatório.

Agradeço à minha família, em especial ao Daniel, pelo apoio que sempre me dedicaram e por me incentivarem a concluir esta etapa.

## Sumário

O presente relatório tem como objetivo analisar o estágio desenvolvido no âmbito do Mestrado em Turismo e Culturas Urbanas. A entidade acolhedora foi a Associação In Loco com sede em São Brás de Alportel. O turismo cultural e criativo é apontado e usado muitas vezes com fator diferenciador dos destinos, surgem também muitos estudos da sua aplicação em meios rurais para se poder gerar algum dinamismo económico e como alternativa à agricultura, até porque os estilos de vida cada vez mais agitados obrigam a que se façam pausas para descontraír. Muitas vezes, para as pessoas que vivem na cidade, uma ida ao campo acaba por se tornar muito benéfica.

As principais atividades desenvolvidas estão ligadas ao turismo rural, cultural e criativo e ainda a um esforço de promoção dos centros e dos percursos. Sendo um produto com vários anos de existência muitas das suas características já estavam definidas, também já existia muito material produzido pelo que se tornava necessário enriquecê-lo com a pesquisa de outros conteúdos, organizando-os e compilando-os. Escolheu-se uma plataforma no formato de um *website* para agregar toda essa informação que se encontrava muito dispersa, tendo sido esta a necessidade considerada de maior prioridade pela In Loco. A par desta atividade foi-me dada também a oportunidade de desenvolver outro tipo de tarefas, pelo que pude participar na montagem de exposições, organização de eventos, produção de material promocional, criação de guias turísticos, entre outros.

Durante o estágio foram muitas as atividades realizadas e os projetos em que participei, pelo que este relatório tem com função realizar uma reflexão sobre tudo o que foi feito e analisar quais os resultados atingidos. Desta forma foi possível aplicar conceitos apreendidos durante a fase curricular e usar ferramentas de modo a produzir um balanço sobre o trabalho realizado.

**Palavras-chave:** Turismo, cultural, criativo, rural, serra, Algarve.

## **Abstract**

This report aims to analyze the internship developed under the Master in Tourism and Urban Cultures. The host entity was the In Loco Association headquartered in São Brás de Alportel. Cultural and creative tourism is pointed and often used as a differentiator of destinations, there are also many studies of its application in rural areas in order to generate some economic dynamism and an alternative to agriculture, because today lifestyles are hectic people are obliged to take breaks to relax. Often for people who live in the city, a trip to the countryside turns out to be extremely beneficial.

The main activities are linked to rural, cultural and creative tourism, and also an effort to promote the centres and the pedestrian trails. Being a product of several years of existence many of its features were already defined, also already existed a large quantity of material produced, but it became necessary to enrich them with research of other type of content, its organization and compilation. The type of platform selected to aggregate all this scattered information was a website, this being considered the need of higher priority by In Loco. Alongside this activity I was also given the opportunity to develop other types of tasks, so I was able to participate in the assembly of exhibitions, organization of events, producing promotional material, creating guides, among others.

During the internship there were many activities and projects in which I participated, so this report has the objective of performing a reflection on what has been done and consider which results were achieved. Thus, it was possible to apply the concepts learned during the course and use tools in order to produce a perspective on the work done.

**Keywords:** Tourism, cultural, creative, rural, mountains, Algarve.

## Índice geral

I. Introdução .....	1
II. A Associação In Loco .....	3
II.1. Apresentação da entidade .....	3
II.2. A missão, a visão e os objetivos.....	4
II.3. As principais atividades desenvolvidas pela In Loco .....	7
III. Os Projetos e atividades a desempenhar durante o estágio .....	9
III.1. Objetivos do estágio .....	9
III.2. Atividades previstas .....	11
III.3. Atividades realizadas.....	13
III.4. Enquadramento das atividades desenvolvidas .....	15
III.5. Centros de Descoberta do Mundo Rural e Rede de Percursos Pedestres de Cachopo.20	
III.5.1. Análise e fundamentação das atividades desenvolvidas .....	20
III.5.2. Análise SWOT dos Centros de Descoberta do Mundo Rural .....	29
IV. Balanço crítico .....	35
V. Conclusão .....	38
VI. Bibliografia .....	40
VII. Anexos.....	42

## Índice de figuras

Figura 1 - Organigrama da Associação In Loco .....	4
Figura 2 - Excerto do <i>website</i> da Associação In Loco .....	5
Figura 3 - Logótipo da Associação In Loco .....	6
Figura 4 - Cronograma Inicial .....	13
Figura 5 - Cronograma Final .....	15
Figura 6 - Excerto da página referente às “Lendas Serranas” .....	21
Figura 7 - Estrutura do Website.....	21
Figura 8 - Exemplos de logótipos para os Centros de Descoberta do Mundo Rural .....	24
Figura 9 - Excerto da página inicial do <i>website</i> .....	25

## **Índice de tabelas**

Tabela 1 - Roteiro Fotográfico .....	23
Tabela 2 - Análise SWOT dos Centros de Descoberta do Mundo Rural .....	31

## Índice de anexos

Anexo 1 - Exemplo de folheto para o percurso de pequena rota PR1 – Percurso D. Quixote. Elaboração da Associação In Loco. ....	42
Anexo 2 - Questionário acerca dos Centros de Descoberta do Mundo Rural (elaboração própria): ....	43
Anexo 3 - Questionário acerca dos Percursos Pedestres (elaboração própria): .....	45
Anexo 4 - Cartaz para o evento “Alfabeto do Desenvolvimento” realizado em São Brás de Alportel (elaboração própria). .....	47
Anexo 5 - Folheto entregue durante a inauguração do Campo de Experimentação e Demonstração em Agricultura Biológica (elaboração própria).....	48
Anexo 6 - Cartaz produzido para a Conferência “Produtos Locais – Licenciamento, Diferenciação e Comercialização” (elaboração própria).....	49
Anexo 7 - Cartaz produzido para a Conferência “Circuitos Curtos de Produção e Consumo” (elaboração própria).....	50
Anexo 8 - Guia do visitante produzido para a conferência do OIDP (elaboração própria).....	51
Anexo 9 - Imagem apresentada na proposta para a Four Seasons (elaboração própria).....	57

## **Siglas e abreviaturas**

AGRO - programa Operacional Agricultura e Desenvolvimento Rural

ATA – Associação de Turismo do Algarve

ATLAS – Association for Tourism and Leisure Education

BTT – Bicicleta de Todo o Terreno

DGADR – Direção-Geral de Agricultura e Desenvolvimento Rural

ESGHT – Escola Superior de Gestão Hotelaria e Turismo

HACCP - Hazard Analysis and Critical Control Points

IEFP - Instituto de Emprego e Formação Profissional

LEADER - Ligação entre Ações de Desenvolvimento e Economia Rural

OIDP – Observatório Internacional da Democracia Participativa

SMART – Specific, Measurable, Achievable, Realistic and Time

SWOT – Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats

UNWTO – United Nations World Tourism Organization

URL - Uniform Resource Locator

WTO – World Tourism Organization

## I. Introdução

A frequência do mestrado em “Turismo e Culturas Urbanas” foi sem dúvida enriquecedora e algo de novo para mim. Ao longo dos vários trimestres da fase curricular fui tendo contacto, assimilando e apreendendo novos conceitos. Optei por este mestrado por julgar que o turismo ainda é um sector com muito para explorar em Portugal e também por ser algo diferente da minha formação de base que é Economia. Vim a descobrir que existem vários pontos de contacto entre o turismo e a economia. Algo surpreendente foi a abordagem de temas que não me eram desconhecidos em algumas unidades curriculares, como por exemplo: Economia da Cultura, Empreendedorismo, Marketing de Destinos Turísticos e Conceção, Gestão e Avaliação de Projetos Turísticos e Culturais. Deste modo, os conceitos como falhas de mercado e bens Giffen foram-se misturando com as definições de cultura e turismo cultural; criámos as nossas empresas inovadoras no sector do turismo; aprendemos a promover os destinos turísticos e técnicas para criar os melhores *slogans*; a fazer um plano de negócios para os nossos projetos turísticos e culturais e ainda como procurar patrocinadores e formas de financiamento.

Estas foram algumas das unidades curriculares que mais me marcaram e também as que mais se relacionavam com a minha licenciatura. Claro que os conteúdos foram muito mais abrangentes e focaram um pouco de tudo, proporcionando uma ampla variedade de opções para a minha carreira profissional futura. O tempo passou rapidamente e em breve uma decisão teria que ser tomada: tese ou estágio?

Como a área do turismo representava um grande desafio para mim por ser algo novo e por não ter qualquer experiência profissional na mesma, decidi que a melhor opção seria realizar um estágio. Assim, seria uma forma de trabalhar em algo relacionado com o sector, aprender, consolidar conhecimentos, construir uma rede de contactos de forma a possibilitar-me a inserção nesse meio profissional.

Naturalmente, iniciou-se a fase de pesquisas por entidades em que pudesse desenvolver um estágio na área do turismo rural e voltado para a cultura das populações do interior algarvio. O estudo do turismo cultural e a sua origem há séculos atrás através dos pioneiros que visitaram a Itália, a Grécia e o Egito escrevendo os seus eloquentes relatos, produzindo mapas e desenhos tornaram-se numa inspiração para os novos tipos de turistas que procuram algo

diferente e autêntico (Bonet, 2003). Foi um dos motivos que me persuadiu também a procurar algo genuíno com que pudesse desenvolver o meu estágio.

Após várias pesquisas fui transportada para o portal da Associação In Loco. As atividades desenvolvidas e as variadas áreas de atuação cativaram a minha atenção desde o primeiro minuto. Após analisar toda a informação com muita atenção decidi fazer o contacto para perceber se a Associação estaria disposta a receber-me como estagiária e que atividades poderia realizar.

O passo seguinte foi a realização de uma entrevista com o Presidente da In Loco, Nelson Dias, que foi bastante encorajadora e desde logo a intenção de me receber para realizar o estágio foi positiva, com várias atividades que poderia desenvolver ao longo dos cerca de sete meses de duração do estágio.

Nos seguintes capítulos deste relatório apresenta-se uma breve descrição da entidade acolhedora, ou seja, a Associação In Loco. Falarei sobre a sua missão, valores e objetivos, o principal contexto da sua atuação sempre com o lema de “atuar no local, pensar no global”. Serão apresentadas também algumas das atividades desenvolvidas, uma vez que o currículo da In Loco é demasiado extenso para poder retratar tudo o que tem feito até aqui e ainda o que está de momento a desenvolver.

Neste trabalho de reflexão sobre o mestrado e o estágio realizado estão formalizados os objetivos do mesmo, seguidos por uma descrição detalhada das atividades inicialmente identificadas para integrarem o meu estágio, bem como se apresenta o respetivo cronograma das atividades desempenhadas. A lista de atividades encontra-se devidamente explicada e fundamentada, sempre que possível acompanhadas de imagens, tabelas ou documentos em anexo que permitirão comprovar aquilo que foi realizado durante o estágio.

Após a explicação das atividades desenvolvidas pretende-se ilustrar a situação atual dos Centros de Descoberta do Mundo Rural através do uso da análise SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats), explicando devidamente todos os seus itens de modo a efetuar um balanço correto e deste modo identificar uma estratégia para a continuação do trabalho a realizar com os mesmos.

Por último, apresento o balanço crítico, reforçando aquilo que foi feito e o que ficou por concretizar, confrontando as atividades realizadas com os objetivos delineados para a execução do estágio.

## **II. A Associação In Loco**

O objetivo deste capítulo é fazer uma breve descrição da In Loco enquanto entidade, quais os seus valores, tipos de ações que desenvolve, os projetos mais importantes e mais distintivos, o tipo de colaboradores, apresentar a sua visão, missão e a sua estrutura.

### **II.1. Apresentação da entidade**

A Associação In Loco foi legalmente constituída a 26 de Agosto de 1988, sendo uma entidade sem fins lucrativos. Em 1991 foi reconhecida pelo IIEFP (Instituto de Emprego e Formação Profissional) como associação de desenvolvimento. Desde 1998 foi acreditada como Entidade Formadora em vários domínios de intervenção. Em 2001 foi-lhe concedido o estatuto de Pessoa Coletiva de Utilidade Pública.

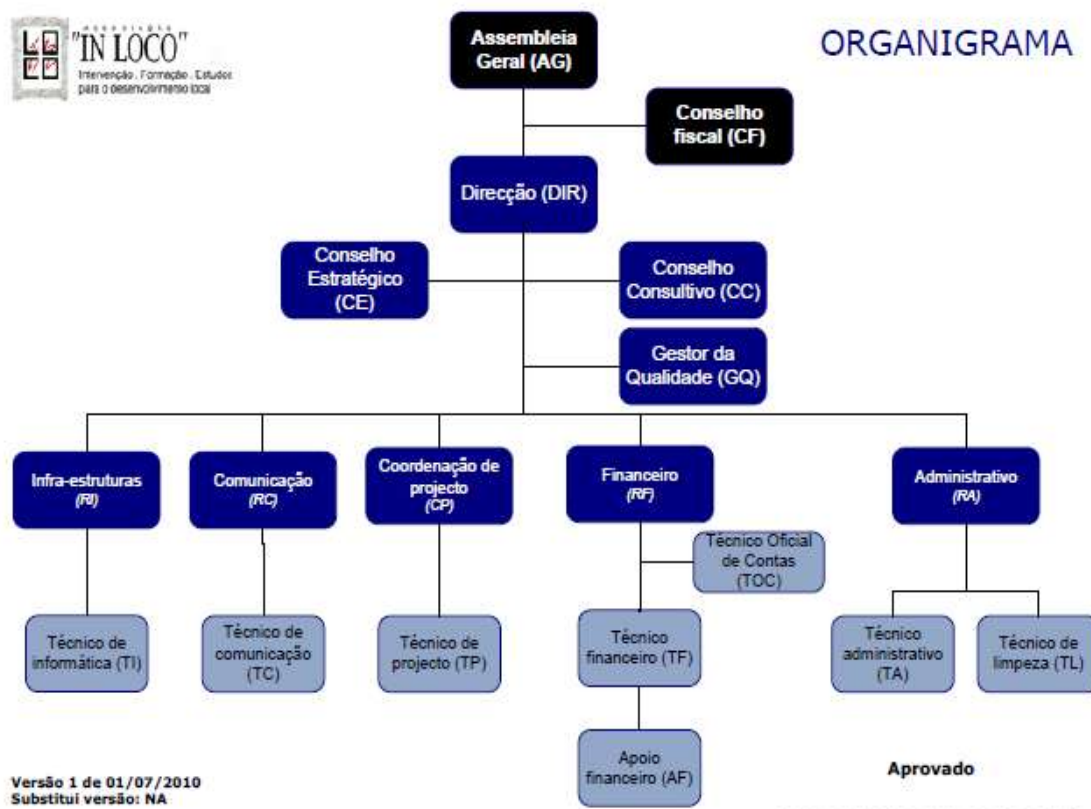
Atualmente conta com cerca de 30 colaboradores com formação e experiência nas mais diversas áreas, como por exemplo: desenvolvimento local e regional, ordenamento do território, economia do desenvolvimento, cooperativismo, metodologias participativas, formação profissional, animação e enquadramento de jovens em risco, valorização dos produtos locais, turismo sustentável, produção de eventos, entre outros. Poder-se-á dizer que a sua maior riqueza são os seus colaboradores e o trabalho por eles desenvolvido.

Por outro lado, a In Loco recebeu e continua a receber muito afavelmente estagiários das mais diversas áreas, o que para muitos representa uma primeira experiência no mercado de trabalho. Estes estagiários não são somente portugueses mas também muitas vezes estudantes universitários enquadrados no programa Erasmus de vários países, como por exemplo Itália e Espanha.

A figura 1 serve para ilustrar a estrutura e o modo de funcionamento da Associação In Loco. Como qualquer outra associação, esta encontra-se aberta a todos aqueles que se interessem pelas suas áreas de intervenção e como tal se queiram tornar sócios, de modo a acompanhar de perto as atividades que se desenvolvem. De qualquer forma, ao analisar o organigrama, vemos que o órgão de maior importância é a Assembleia Geral que é constituída por todos os sócios. Tanto a Direção como o Conselho Fiscal são eleitos pela Assembleia Geral. A Direção é composta pelo presidente, tesoureiro e dois vogais, os poderes do Conselho Estratégico, do

Conselho Consultivo e de Gestor de Qualidade fazem parte das competências da Direção. De seguida apresentam-se os vários departamentos que coordenam as atividades principais da In Loco, tais como: departamento de Infraestruturas, Departamento de Comunicação, Departamento de Coordenação de Projeto (cada projeto tem um coordenador e a respetiva equipa, a minha atividade enquanto estagiária decorreu no âmbito deste departamento), Departamento Financeiro e por último, Departamento Administrativo.

**Figura 1 - Organigrama da Associação In Loco**



Fonte: Associação In Loco

## II.2. A missão, a visão e os objetivos

Nesta secção apresento os principais elementos caracterizadores da Associação In Loco, tais como a sua missão, visão, logótipo e objetivos.

## Missão

De acordo com Pike (2004) a missão trata-se de uma declaração do propósito geral da organização. Deste modo, a missão da In Loco é a seguinte:

*“Promover o desenvolvimento de base local com vista à melhoria da qualidade de vida nas suas múltiplas dimensões.”*

## Visão

A visão é uma frase sintética e precisa que define os objetivos de médio a longo prazo de uma empresa. Esta deve ser externa e orientada para o mercado dando a entender, em termos aspiracionais, como a entidade deseja ser conhecida no mundo (Kaplan et al, 2008). De qualquer das formas a visão deve ser integradora dos valores reivindicados pela organização. A visão da In Loco é a seguinte:

*“Um mundo participado, solidário e sustentável.”*

**Figura 2 - Excerto do website da Associação In Loco**



**Fonte: Associação In Loco**

## Logótipo

A apresentação da Associação In Loco ficaria incompleta sem mostrar o símbolo pela qual se rege e se dá a conhecer. Um logótipo pode ser definido para refletir uma característica específica e desejável ou apenas para transmitir um certo tipo de sensação (Pike, 2004).

**Figura 3 - Logótipo da Associação In Loco**



**Fonte: Associação In Loco**

A Associação In Loco entende o desenvolvimento local como um processo de educação contínuo de participação cívica e solidária, que procura satisfazer as necessidades do presente sem comprometer o futuro. Como se trata de uma organização cívica e solidária, ao desenvolver a sua missão, procura valorizar as pessoas, organizações e territórios, e, acima de tudo, o aperfeiçoamento. A sua estratégia centra-se em dar apoio a iniciativas de animação, capacitação e organização das pessoas e entidades, privilegiando a constituição de parcerias num contexto de integração respeitando o processo de investigação.

Tendo em conta a missão e visão, a In Loco organiza as suas ações em torno de cinco Objetivos Estratégicos:

- *“Qualificar e valorizar as pessoas e as organizações;*
- *Qualificar e valorizar o território de intervenção numa perspetiva sustentável;*
- *Promover a cidadania ativa e solidária;*
- *Incentivar e apoiar o empreendedorismo e a iniciativa local;*
- *Produzir o conhecimento de apoio à intervenção.”*

A In Loco desenvolve a sua ação tendo em conta quatro grandes pilares: a animação (como por exemplo, atuando na neutralização de situações de isolamento, promoção da identidade social e cultural, mobilização para a cidadania ativa e a participação e valorização do património local); a capacitação (desenvolvendo ações de formação, disponibilizando recursos e materiais que auxiliam no processo de formação contínua, atribuição de valor, reconhecimento e certificação de competências); a organização (nomeadamente na prestação de apoio à estruturação de entidades e das atividades por elas desenvolvidas, articulação de atores com vista à promoção de atividades conjuntas, promoção da organização de produtores e prestadores); a investigação (realização de estudos, organização de atividades de experimentação, desenvolvimento do processo de investigação-ação).

### **II.3. As principais atividades desenvolvidas pela In Loco**

A In Loco tem trabalhado em múltiplas áreas de intervenção e tem desenvolvido um extenso conjunto de projetos, com uma abordagem territorial e de promoção da cidadania, com recurso a metodologias participativas para assegurar o envolvimento das populações locais e de todos os atores pertinentes e com uma postura de trabalho em cooperação, que se traduz no estabelecimento de múltiplas parcerias de ação.

No seu vasto historial de ações e projetos concretizados posso apenas salientar aqueles que julgo mais pertinentes para o contexto da atividade que desenvolvi durante o estágio.

Na área do turismo rural convém enfatizar: a conceção e marcação de percursos pedestres (Via Algarviana, 10 percursos em Cachopo e 6 em St<sup>a</sup> Catarina da Fonte do Bispo); a construção de 3 Centros de Descoberta do Mundo Rural em colaboração com a Câmara Municipal de Tavira, através do reaproveitamento e requalificação de escolas primárias desativadas; participação na construção da Rota da Cortiça, nomeadamente na sua conceção, procura de financiamento, implementação e ainda na cooperação com a associação gestora da rota; o levantamento do património rural (nomeadamente, o património hidráulico em dois cursos de água); o apoio técnico e financeiro a promotores de unidades de alojamento, restauração e animação turística; a capacitação e qualificação de prestadores turísticos; a agregação e promoção conjunta da oferta turística sob imagem de qualidade (identidade cultural e sustentabilidade ambiental).

No que concerne à valorização dos produtos locais podem-se destacar: a realização da Feira do Mar e da Serra em colaboração com o Parque Natural da Ria Formosa e a Quinta de Marim, na qual se davam a conhecer os produtos da serra; Plano de Ação Produção e Valorização da Aguardente de Medronho que visava proporcionar apoio aos produtores nos processos de certificação e implementação do HACCP (Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controle).

Na cooperação para o desenvolvimento salientam-se atividades como a consultoria ao Governo de Cabo Verde para a implementação do Orçamento Participativo no país; colaboração com o Governo do Estado do Pará, Brasil, na organização do Fórum das Autoridades Locais pela Inclusão Social e Democracia Participativa e Fórum das Autoridades Locais Amazónicas.

A In Loco detém ainda um vasto currículo no que concerne a ações de formação, educação de adultos; organização de seminários e conferências; proteção da floresta e do ambiente; apoio a empresas e promoção do empreendedorismo (por exemplo o projeto Mulheres da Serra do Caldeirão que permitiu capacitar 13 empreendedoras na área do turismo rural e lançar as suas empresas); animação comunitária e desenvolvimento local através dos vários Programas LEADER, Programa AGRO, entre outros; planeamento e avaliação; animação social e intervenção cívica (nomeadamente o Projeto @ventura, na realização de oficinas para crianças e jovens para promoção do sucesso escolar, participação cívica e solidária e a interculturalidade financiado pelo Programa Escolhas 3ª geração) e divulgação de novas tecnologias (ecotecnologias, sistemas de energia alternativa).<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Para uma visão mais detalhada das atividades e projetos desenvolvidos pela In Loco por favor consulte o seguinte documento: [http://www.in-loco.pt/upload\\_folder/vision/inloco.pdf](http://www.in-loco.pt/upload_folder/vision/inloco.pdf)

### **III. Os Projetos e atividades a desempenhar durante o estágio**

Os projetos e as atividades a desempenhar durante o estágio foram cuidadosamente selecionados e estruturados a partir da entrevista inicial com o Presidente da In Loco. Tendo em conta a duração obrigatória de 1260 horas, durante um período de cerca de oito meses, com início a 12 de Novembro de 2012 e conclusão a 19 de Junho de 2013, seria difícil de prever o tipo de tarefas que eu iria desempenhar, por esse motivo, apresento nas secções seguintes, o cronograma inicial e o que realmente foi implementado.

Das variadas atividades desenvolvidas pela In Loco foram selecionadas aquelas que mais se adequavam ao teor das unidades curriculares abordadas durante a parte curricular do mestrado. Dado que o mestrado “Turismo e Culturas Urbanas” apresenta uma seleção pertinente e multidisciplinar no que concerne aos temas lecionados e debatidos, facilitou a escolha das atividades a desenvolver e o próprio desenrolar do estágio, pois sempre surgia a oportunidade de aplicar algum tipo de conhecimento teórico de uma forma prática em atividades que à partida poderiam não estar tão relacionadas com o turismo e a cultura.

#### **III.1. Objetivos do estágio**

Como qualquer instituição, empresa ou pessoa é normal e até saudável traçar objetivos. Segundo o guia prático para a gestão de destinos turísticos (*A Practical Guide to Tourism Destination Management*) da UNWTO (2007), os objetivos devem ser realistas, consistentes e SMART (específicos, mensuráveis, atingíveis, realísticos, com horizonte temporal definido). Assim, tendo em conta estas diretivas, uma das atividades iniciais pressupunha a reflexão acerca da adequação das minhas expectativas em relação ao estágio com os conteúdos focados durante a fase curricular.

Deste modo, o primeiro grande objetivo de qualquer estágio é colocar em prática os conceitos teóricos apreendidos durante as discussões que ocorreram nas aulas das diversas unidades curriculares. Para mim fazia particular sentido desenvolver uma atividade baseada no Turismo Cultural e nos conceitos chave do Marketing de Destinos Turísticos, como marca, branding, imagem, posicionamento, visão, missão, valores, slogan, marketing-mix, entre outros. Outros pontos fulcrais seriam a produção de materiais promocionais e a participação na organização de eventos.

A atividade central do estágio está ligada à articulação do turismo e da cultura no espaço rural, neste caso, o objetivo passa por enfatizar o modo como estes podem ser usados como mediadores do desenvolvimento local, sendo para tal necessário analisar e recolher informação que permita identificar essas interligações.

Outro objetivo seria também reforçar a promoção e mediatização de projetos turísticos e fortalecer a imagem da In Loco enquanto instituição, recorrendo a ferramentas como as redes sociais, contactos institucionais, uso de panfletos e flyers, organização de eventos temáticos, entre outros.

Decorrente da normal atividade do estágio e para o sucesso das tarefas, outro grande objetivo consiste em reforçar a capacidade de pesquisa e seleção de informação crucial e relevante para atrair a atenção de potenciais clientes. É fundamental desenvolver um discernimento crítico em relação à informação selecionada, pois, muita informação pode não ser sinónimo de qualidade, e muitas vezes não o é.

Algo pertinente será recorrer à rede de contactos de que a In Loco já dispõe, aprender a usá-la para efetuar contactos com clientes e instituições instaladas no meio, reforçando as parcerias já existentes ou encontrando novas, para dessa forma conseguir promover os Centros de Descoberta do Mundo Rural e a Rede de Percursos Pedestres de Cachopo e as restantes atividades desenvolvidas.

O estágio seria importante para colocar em prática e usar ferramentas tais como a análise SWOT. Esta seria usada num contexto real e não hipotético fazendo uso da sua utilidade para salientar os aspetos positivos a enfatizar e a utilizar, identificar os aspetos negativos a melhorar ou ultrapassar, uma vez que poderão ser fruto da conjuntura externa (ameaças). Como tal, um dos grandes objetivos é usar esta técnica de forma correta e para concertar estratégias.

Com o estágio, um dos objetivos passa também por melhorar as capacidades de comunicação com os elementos já existentes dentro da instituição (equipa de trabalho) mas também com pessoas externas à instituição reforçando o espírito de trabalho em equipa, reforçando as minhas capacidades de relacionamento interpessoais.

### III.2. Atividades previstas

Deste modo, as atividades identificadas inicialmente para desempenhar durante o estágio foram as seguintes:

- Centros de Descoberta do Mundo Rural e Rede de Percursos Pedestres de Cachopo  
Este é um projeto que já existe há bastante tempo mas que ultimamente não tem merecido a atenção devida. Antigas escolas primárias desativadas na região da Serra do Caldeirão foram convertidas em abrigo de montanha e como ponto de partida para nove percursos pedestres de pequena rota e um de grande rota. O objetivo seria então pesquisar e recolher materiais, conteúdos e imagens para a construção de um *website*. Requalificação e melhoria do logotipo e do *slogan*, e ainda tentar integrar uma forma de fazer reservas online, de promoção, contactar com os potenciais clientes e sondar as suas opiniões acerca quer dos centros quer dos percursos.
- Projeto São Tomé e Príncipe  
Em termos muito gerais pretende contribuir para o desenvolvimento dos territórios rurais que fazem parte desta cooperação, nomeadamente, Alentejo, Algarve e São Tomé e Príncipe. A participação neste projeto previa uma participação na pesquisa para a elaboração de um livro e ainda ajudar na preparação do encontro final sobre desenvolvimento local.
- Projeto Alfabeto do Desenvolvimento  
Este projeto previa várias atividades, como por exemplo, uma exposição, um debate, fundamentado num *website* e num livro. Como tal, seria necessário preparar as exposições (montagem e transferência para o próximo local), coordenar os debates, auxiliar na entrega dos livros, promover a exposição e angariar participantes para os debates.
- Promoção Institucional  
Durante o ano de 2013 a In Loco celebra os seus 25 anos de existência, para marcar esta data seria necessário a criação de uma imagem, de um plano de atividades e a divulgação das mesmas.

- **Iniciativa Orçamento Participativo**

O Orçamento Participativo nasceu em Porto Alegre (Brasil) em 1989. Trata-se de uma ferramenta de democracia participativa em que uma percentagem do orçamento (ou totalidade), de uma câmara municipal ou junta de freguesia) é decidida pela população. É uma das áreas de excelência da In Loco pelo que é sempre necessário colaboração para auxiliar nas atividades previstas (como por exemplo a organização de um livro sobre os 25 anos de Orçamentos Participativos no Mundo)<sup>2</sup>.

- **Rota da Cortiça**

A colaboração estaria dependente da data da mudança da sede da rota para as instalações da In Loco, em princípio a decorrer nos finais de Dezembro. A Rota da Cortiça é um produto estabelecido mas que necessita de um forte impulso, promoção e angariação de clientes.

- **Projeto Um Outro Algarve**

Um projeto ambicioso no que toca à promoção do turismo alternativo ao sol e praia na região do Algarve. Visa promover, a nível regional, nacional e transnacional, as atividades de turismo específico nesta vertente, procurando viabilizar iniciativas já existentes, (Percurso pedestres, Via Algarviana e a Rota da Cortiça), Observação de Aves, BTT, Surf (Costa Vicentina) ou a criar, respondendo às necessidades de procura que o mercado apresenta.

Este projeto encontrava-se ainda numa fase inicial, logo, as atividades a desempenhar neste projeto estariam dependentes do desenvolvimento do mesmo.

- **Projeto Bienal do Turismo de Natureza**

A ação deste projeto tem como objetivo a organização e qualificação da oferta em torno do Turismo de Natureza, estruturando-se em 2 eixos principais, qualificação e promoção territorial e reforço da cooperação entre os territórios e os diferentes atores numa perspetiva de rede. Tal como o projeto anterior, apenas no decorrer do estágio seria possível determinar a necessidade ou não da minha colaboração.

---

<sup>2</sup> Para uma visão e conceito mais detalhado de Orçamento Participativo consulte: <http://www.op-portugal.org/conteudos.php?cat=op>

O cronograma previsional de atividades a realizar durante a duração do estágio, que foi inicialmente submetido aquando do preenchimento do contrato de colaboração entre a Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo da Universidade do Algarve, a Associação In Loco, e eu (enquanto aluna de mestrado) foi o seguinte:

**Figura 4 - Cronograma Inicial**

Atividades	Nov '12	Dez '12	Jan '13	Fev '13	Mar '13	Abr '13	Mai '13	Jun '13
1								
2								
3								
4								
5								
6								
7								
8								

Fonte - Elaboração própria

#### Legenda

Atividade 1 – Centros de Descoberta do Mundo Rural e Rede de Percursos Pedestres de Cachopo

Atividade 2 – Projeto de São Tomé e Príncipe

Atividade 3 – Projeto Alfabeto do Desenvolvimento

Atividade 4 – Promoção Institucional

Atividade 5 – Iniciativa Orçamento Participativo

Atividade 6 – Rota da Cortiça

Atividade 7 – Projeto “Um Outro Algarve”

Atividade 8 – Projeto “Bienal do Turismo de Natureza”

### III.3. Atividades realizadas

As atividades que efetivamente foram realizadas não correspondem inteiramente ao que inicialmente foi programado. Como qualquer outra instituição a In Loco está sujeita a pressões de fatores externos e a parcerias que acabam por determinar o andamento dos projetos. Estes fatores condicionaram a minha participação em projetos que à partida poderiam parecer mais adequados ao propósito do meu estágio. Mas como o teor do Mestrado em Turismo e Culturas Urbanas é bastante alargado, penso que o meu estágio acabou por se

focar em muitos dos aspetos que foram lecionados durante a fase curricular, como passarei a explicar nas próximas secções deste relatório.

Com muito pesar, não exerci qualquer atividade nos seguintes projetos: Projeto São Tomé e Príncipe, Rota da Cortiça, Projeto “Um Outro Algarve” e Projeto “Bienal de Turismo de Natureza”.

Deste modo, foram selecionados outros projetos no qual tive a oportunidade de participar, os quais passo a introduzir de uma forma sucinta:

- Conferência do OIDP e Curso de Democracia Participativa

O OIDP (Observatório Internacional de Democracia Participativa) representa uma rede de cidades, países e centros de investigação que promovem entre si a troca de conhecimentos e partilha de experiências sobre democracia participativa. Todos os anos é selecionado um local premiado pelas boas práticas no tema que será a capital da democracia participativa e que deverá organizar a conferência. No ano de 2013, Cascais foi a cidade anfitriã deste evento. Quanto ao Curso de Democracia Participativa está a ser desenvolvido pela In Loco em parceria com a Câmara Municipal de Cascais, que terá como formadores os peritos internacionais em diversas metodologias usadas na democracia participativa.

- Projeto *Four Seasons*

Atividade que resultou de uma parceria entre a In Loco e a Four Seasons para criar itinerários turísticos no concelho de São Brás e assim oferecer aos turistas a oportunidade de experienciar a cultura do Algarve rural como complemento do turismo de “sol e praia”.

Figura 5 - Cronograma Final

Atividades	Nov '12	Dez '12	Jan '13	Fev '13	Mar '13	Abr '13	Mai '13	Jun '13	Tempo Dedicado
1									45 %
2									8 %
3									15 %
4									18 %
5									9 %
6									5 %

Fonte – Elaboração própria

#### Legenda

Atividade 1 – Centros de Descoberta do Mundo Rural

Atividade 2 – Projeto Alfabeto do Desenvolvimento

Atividade 3 – Promoção Institucional

Atividade 4 – Iniciativa Orçamento Participativo

Atividade 5 – Conferência do OIDP e Curso de Democracia Participativa

Atividade 6 – Projeto Four Seasons

### III.4. Enquadramento das atividades desenvolvidas

Os Centros de Descoberta do Mundo Rural e a Rede de Percursos Pedestres de Cachopo representam o tema em destaque deste relatório e do estágio. Este tema por si só representa uma atividade desenvolvida no âmbito do turismo, que segundo a definição da WTO (1995) representa as actividades de pessoas que viajam para fora do seu ambiente habitual e aí permanecem por períodos inferiores a um ano por motivo de lazer, negócios ou outros fins, numa vertente especial: cultural, rural e de ecoturismo. Em traços muito gerais o turismo cultural pode ser representado recorrendo a uma definição conceptual e técnica apresentada por Richards em 1996 numa pesquisa efetuada para a ATLAS (Association for Tourism and Leisure Education): na primeira aceção o turismo cultural é visto como “o movimento de pessoas para atrações culturais fora do seu local normal de residência, com a intenção de compilar novas informações e experiências para satisfazer as suas necessidades culturais”, na segunda aceção como “o movimento de pessoas para atrações culturais específicas, tais como lugares de património, manifestações culturais e artísticas, de arte e drama para fora do seu

local normal de residência” (in Henriques, 2003: 47-48). Muitos poderão perguntar-se o que se quer transmitir com atrações culturais, pois, segundo Prentice (1993) existem várias tipologias: históricas e naturais; científicas; relacionadas com o setor primário; relacionadas com a indústria; visita a museus; transportes; práticas socioculturais; associadas a figuras públicas; ligadas a artes e espetáculos; jardins; galerias; festivais; casas senhoriais; religiosas; militares; locais de genocídio; cidades e conjuntos urbanos; estâncias balneares e paisagens marítimas; campos desportivos tradicionais e parques temáticos. Podemos então chegar à conclusão que realmente o conceito de turismo cultural é muito abrangente, pode até estar ligado a uma paisagem natural e a práticas socioculturais, como é o caso do meio em que se inserem os Centros de Descoberta do Mundo Rural e a Rede de Percursos Pedestres de Cachopo, ou seja, a serra do Caldeirão com as suas gentes e os seus saberes milenares. O turismo em espaço rural acaba por ser distinto de modelos de turismo convencionais, pois, segundo o organismo que de certa forma o tutela em Portugal, a Direção-Geral de Agricultura e Desenvolvimento Rural (DGADR), proporciona aos utilizadores “a oportunidade de reviver as práticas, os valores e as tradições culturais e gastronómicas das sociedades rurais, beneficiando da sua hospedagem e de um acolhimento personalizado”<sup>3</sup>, exatamente porque aposta numa escala pouco intensiva, familiar e com atendimento personalizado. Podemos traçar este paralelismo com os centros, pois, estes são direcionados não para o turismo de massas mas sim para os amantes da natureza e da beleza rural. Ainda de acordo com a DGADR, o turismo no espaço rural é percecionado como “um produto completo e diversificado que integra as componentes de alojamento, restauração, animação e lazer, baseado no acolhimento hospitaleiro e personalizado e nas tradições mais genuínas da gastronomia, do artesanato, da cultura popular, da arquitetura, do folclore, e da história.”<sup>4</sup>.

Nos dias de hoje é fulcral pensar no turismo de uma forma sustentável, especialmente quando a grande motivação se baseia na natureza, é importante que a presença humana não cause danos aos frágeis equilíbrios dos habitats de plantas e animais, e ainda tentar não perturbar a paz dos habitantes locais. Assim, segundo a UNWTO (2002) quando nos referimos ao ecoturismo, incluímos todo o tipo de turismo com base na natureza e em que esta representa a principal motivação dos turistas, ou seja, a observação e apreciação da natureza bem como as tradições que se verificam nesses meios. Normalmente integra estruturas com finalidades educativas e interpretativas sendo ainda direcionado para grupos pequenos e gerido por

---

<sup>3</sup> Vide DGAR - <http://www.dgadr.mamaot.pt/diversificacao/turismo-rural>

negócios locais. Desta forma minimiza os impactos nos ecossistemas e nos espaços socioculturais. Trata-se de um tipo de turismo que ajuda à manutenção das áreas naturais gerando benefícios económicos para as comunidades instaladas, organizações e autoridades locais que gerem as áreas protegidas, contribui para a geração de emprego e oportunidades de negócio e ainda sensibiliza para a necessidade de conservação da natureza e dos benefícios que advêm dessa proteção. Ora, é exatamente este o tipo de turismo que se pretende cativar com os Centros de Descoberta Rural e os percursos pedestres de Cachopo, mostrar as belas paisagens da serra, informando acerca das espécies da fauna e flora lá existentes, dando conselhos para desfrutar da natureza sem a danificar, mostrar as tradições das pessoas que lá habitam, e sobretudo mostrar que a beleza do Algarve não se resume à faixa do litoral.

Porquê estudar o turismo no espaço rural? Nos últimos anos o espaço rural tem-se tornado numa mercadoria e os nossos sentidos têm sido despertados por frases como “um dia no campo” ou “férias rurais” (Cloke, 2007). A par com mudanças socioculturais, como o aumento da escolaridade, que fez com que os turistas manifestassem outros tipos de motivações tais como o ambiente, ecoturismo, cultura, preocupação com a preservação da natureza (factos do Plano Estratégico de Marketing para o triénio de 2007 a 2009). Os turistas querem viver novas experiências e aventuras. Desta forma, surgiram formas de requalificar e turistificar as zonas rurais mercantilizandose a natureza, cultura e tradições, significando uma viragem para o turismo criativo que engloba a participação nas experiências, conceito que apresentarei com mais detalhe na atividade realizada com a Four Seasons. O que importa salientar é que os turistas poderão experienciar e desenvolver o seu potencial criativo participando em atividades que são normais e naturais do contexto real (Cloke, 2007). Segundo Richards e Wilson (2007) a criatividade pode ser uma boa forma de promoção, mas o facto é que o turismo criativo é difícil de perceber e muitos dos turistas que o consomem nem se apercebem que são de facto turistas criativos, ou seja, por exemplo no contexto das atividades em que trabalhei, o turista ao participar num *workshop* de “empreita de palma” está a ser um turista criativo e nem se apercebe disso.

Entramos assim, na esfera da promoção. Convém salientar que os Centros de Descoberta do Mundo Rural já existem há algum tempo (desde 1999) e como tal muitos dos seus elementos caracterizadores já estavam definidos, como o seu nome, imagem, *slogan*, valores, havia uma necessidade de agregar toda a informação existente e de requalificar alguns dos elementos. De certa forma, posso traçar um paralelismo com o marketing dos destinos, pois, um dos elementos sobre o qual não existe controlo é o nome, tal como neste caso. É fundamental

fazer um esforço de posicionamento, caso contrário corre-se o risco de apenas imitar o que os outros fazem. Assim podemos usar o processo de posicionamento baseado em sete fases identificado por Wind (1980) e Aaker & Shansby (1982) tal como é apresentado em Pike (2004):

1. Identificação do mercado alvo

No contexto dos centros, o mercado-alvo são os turistas com a motivação de fruir da natureza, do pedestrianismo da cultura e vivenciar experiências rurais.

2. Identificação dos competidores

Diretamente todos as unidades hoteleiras do tipo rural ou de abrigo de montanha e indiretamente os hotéis que captam turistas do modelo convencional de turismo de sol e praia (sendo que esta é a principal motivação no que concerne ao destino Algarve) por poder desviar potenciais interessados.

3. Identificação da motivação/benefícios procurados por clientes antigos e por não-clientes

As principais motivações para procura dos centros são pela tranquilidade do local, pela possibilidade de albergar grupos e de pedir a exclusividade do centro e assim usufruir de privacidade, por possibilitar o convívio através do espaço exterior equipado com mesas e grelhador, pela relação qualidade preço.

4. Identificação das forças e fraquezas da concorrência

A concorrência na sua maioria possui mais notoriedade, provavelmente público fidelizado, maior capacidade em termos de quartos. Quanto às fraquezas em traços gerias, não proporcionam um ambiente tão familiar e são mais dispendiosos.

5. Identificação de oportunidades para a diferenciação

Diferenciação pela cultura e criatividade.

6. Selecionar e implementar uma posição

A informação selecionada para integrar o website desde já evidencia a aposta no mercado-alvo, pois este surge nas pesquisas com determinadas palavras-chave, principalmente Algarve e rural.

7. Monitorizar o desempenho do posicionamento ao longo de tempo

Com o final do estágio recorri à análise SWOT para determinar qual o contexto atual dos centros e quais poderão ser os melhores caminhos para a continuação do trabalho.

Tendo feito este pequeno paralelismo entre o enquadramento científico e os Centros de Descoberta do Mundo Rural e Rede de Percursos Pedestres de Cachopo passarei a explicar com maior detalhe quais as tarefas a que me dediquei.

### **III.5. Centros de Descoberta do Mundo Rural e Rede de Percursos Pedestres de Cachopo**

Nas seguintes secções apresento uma descrição detalhada e cientificamente fundamentada de todas as atividades e tarefas desempenhadas. De forma a fazer um ponto da situação é também apresentada uma análise SWOT dos Centros de Descoberta do Mundo Rural, algo que permitirá ter uma visão do ambiente interno e externo dos centros e suas condicionantes.

#### **III.5.1. Análise e fundamentação das atividades desenvolvidas**

A atividade principal do meu estágio, como já havia referido anteriormente, foi o trabalho desenvolvido no âmbito dos Centros de Descoberta do Mundo Rural e Rede de Percursos Pedestres de Cachopo. Esta ação foi desenvolvida por etapas e representou um grande esforço de pesquisa, recolha de informação e criatividade.

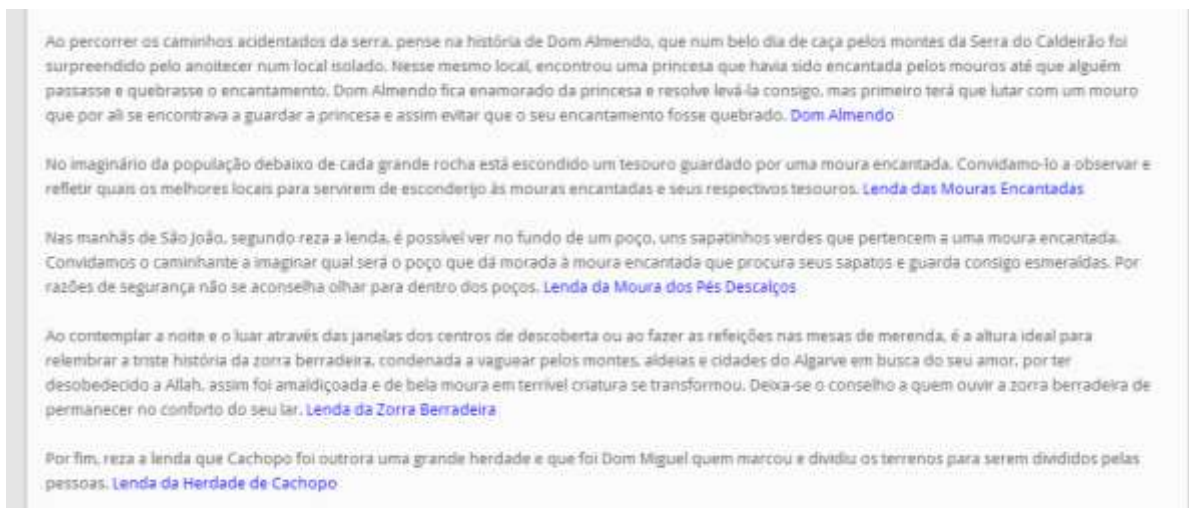
Desde o primeiro momento, a grande necessidade identificada pela In Loco foi a construção de um *website* para os centros de modo a poder ser incorporado no já existente e recém-modelado website da associação (<http://ruralgarve.in-loco.pt>).

Para tal, o primeiro passo foi a pesquisa de conteúdos:

- Recolha de lendas das “Mouras Encantadas” que pudessem ser adaptadas ao contexto da Serra do Caldeirão (Dom Almendo, Lenda das Mouras Encantadas, Lenda da Moura dos Pés Descalços, Lenda da Zorra Berradeira e Lenda da Herdade de Cachopo). Uma vez mais apelando à cultura como forma de atração turística. Correndo o risco de usar algo (a cultura) que para alguns investigadores é apontado como tão vasto e abrangendo quase tudo que no seu sentido lato se considera como um interesse em objetos e estilos de vida de outras pessoas (Bonet, 2003). De acordo com Throsby (2003) e devido à importância crescente da cultura que desde meados do Séc. XX passou a ser vista como capital, ou seja, capital cultural, pode ser entendido na sua vertente tangível, património construído, uma pintura, artesanato, ou na sua vertente intangível, como a música, literatura, tradições, os valores de um povo. Importa aqui dar valor a este património cultural intangível que sobrevive quase exclusivamente na oralidade. É importante salientar o importante contributo de Ataíde

de Oliveira que realizou uma recolha destas lendas no final do séc. XIX no seu livro intitulado “As Mouras Encantadas e os Encantamentos no Algarve”, não as deixando deste modo cair no esquecimento.

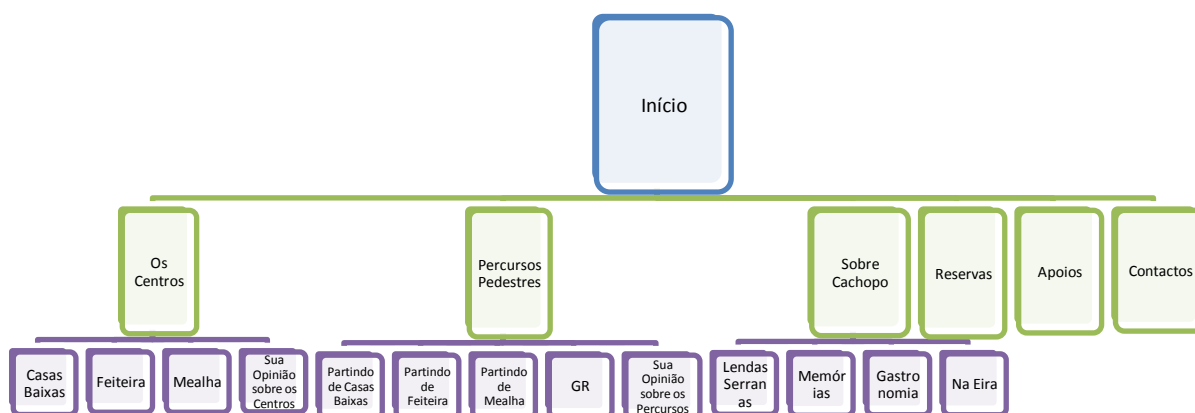
**Figura 6 - Excerto da página referente às “Lendas Serranas”**



Fonte – Centros de Descoberta do Mundo Rural (elaboração própria)

- Criação de uma estrutura para o *website* – um exercício que obriga a ter previamente recolhido uma grande quantidade de informação, tratar essa informação de modo a agrupá-la, selecionar o que será útil e pertinente e que realmente cativará a atenção das pessoas que a consultem. Foi também necessário projetar, imaginar e fazer a conceção da disposição das páginas e subpáginas e do menu.

**Figura 7 - Estrutura do Website**



Fonte – Elaboração própria

- Recolha de imagens para o *website* – a parte visual é de extrema importância, trata-se de uma janela de entrada para despertar os sentimentos e a imagem que desejamos projetar na mente das pessoas. Contudo, existia um problema, as fotografias existentes eram muito antigas e pouco adequadas aos conteúdos pretendidos. Surgiu então a ideia de organizar um safari fotográfico com vários voluntários, cada um teria um tema ou elemento específico para fotografar. Esta atividade representa a necessidade de um posicionamento, pois, tudo está relacionado e necessita ser identificado, como por exemplo, os valores e a imagem a definir (o posicionamento implica a definição de uma marca, um símbolo materializado num logótipo e um slogan) e da sua colocação num *evoked set* do consumidor, ou seja, de acordo com Pike (2004) tornar os centros e os percursos como integrantes da lista de locais a visitar por parte dos consumidores, o que neste caso será algo bastante complicado devido à sua pequena dimensão e falta de divulgação. Os atributos têm que ser cuidadosamente escolhidos. Apresento na tabela 1 o respetivo roteiro fotográfico que foi implementado:

**Tabela 1 - Roteiro Fotográfico**

Elemento	Imagem de Marca/Atributo
Baner do Website	Imagens panorâmicas (serra, Casas Baixas, Feiteira, Mealha, Cachopo)
Centros de Descoberta do Mundo Rural	Imagens dos centros e envolvente
Percursos Pedestres (PR1)	Moinhos de vento
Percursos Pedestres (PR2)	Arquitetura Rural
Percursos Pedestres (PR3)	Altitude - Panorâmica
Percursos Pedestres (PR4)	Ribeira de Odeleite ou Medronhais
Percursos Pedestres (PR5)	Avifauna ou Paisagem
Percursos Pedestres (PR6)	Sobreiros/Cortiça
Percursos Pedestres (PR7)	Esteva/Olivais
Percursos Pedestres (PR8)	Anta da Masmorra
Percursos Pedestres (PR9)	Anta das Pedras Altas
Grande Rota (Casas Baixas – Feiteira)	Horizonte ou sobreiros
Grande Rota (Feiteira – Mealha)	Esteva, pinheiro, azinheira ou avifauna
Grande Rota (Mealha – Casas Baixas)	Moinhos de vento ou Antas da Masmorra ou imagens das ribeiras
Cachopo	Panorâmica da vila
Dom Almendo	Loureiro, monte, rude estrada montia, grande arvoredado
Lenda das mouras encantadas	Rocha, pedra ou rochedo
Lenda da moura dos pés descalços	Vale, poço
Zorra Berradeira	Montes, aldeias
Lenda da Herdade de Cachopo	Imagens de Cachopo
Página Inicial	Resumo dos principais elementos

**Fonte – Elaboração própria**

- Seleção e reaproveitamento de material já existente, como por exemplo os flyers dos percursos pedestres (poderá consultar um mapa de um percurso a título de exemplo no anexo 1), informações sobre Cachopo, Casas Baixas, Feiteira, Mealha, as escolas primárias, gastronomia, artesanato e outro tipo de curiosidades. Ao compilarmos toda esta informação estamos a contribuir para a formação de um produto turístico integrando todas as suas componentes, isto é, os elementos primários (atributos do lugar – recursos naturais e construídos – atividades do lugar – animação local), elementos secundários (indústria do turismo) e elementos adicionais (acessibilidades,

postos de turismo, folhetos e brochuras), (Henriques, 2003), e não apenas o uso de recursos turísticos isolados.<sup>5</sup>

- *Rebranding* do logótipo e do *slogan*: o logótipo que estava a ser utilizado era apenas um elemento do folheto que na minha opinião não se adequava à filosofia e ao que se pretendia transmitir (em termos de cores selecionadas, tipo de letra, grafismo). Foi necessário alguma persuasão da minha parte para que se pudesse alterar este elemento. Com os meus conhecimentos básicos tentei criar um logótipo inspirado numa fotografia de um dos centros (a imagem de marca seria a escola primária, as cores verde e castanho apelariam à terra e natureza e por consequência ao rural), em que as variações seriam o tipo de letra. No final a decisão recaiu para o uso de um elemento que já existia em azulejo em cada um dos centros. A versão adotada foi a terceira.

**Figura 8 - Exemplos de logótipos para os Centros de Descoberta do Mundo Rural**



Fonte – Associação In Loco e elaboração própria

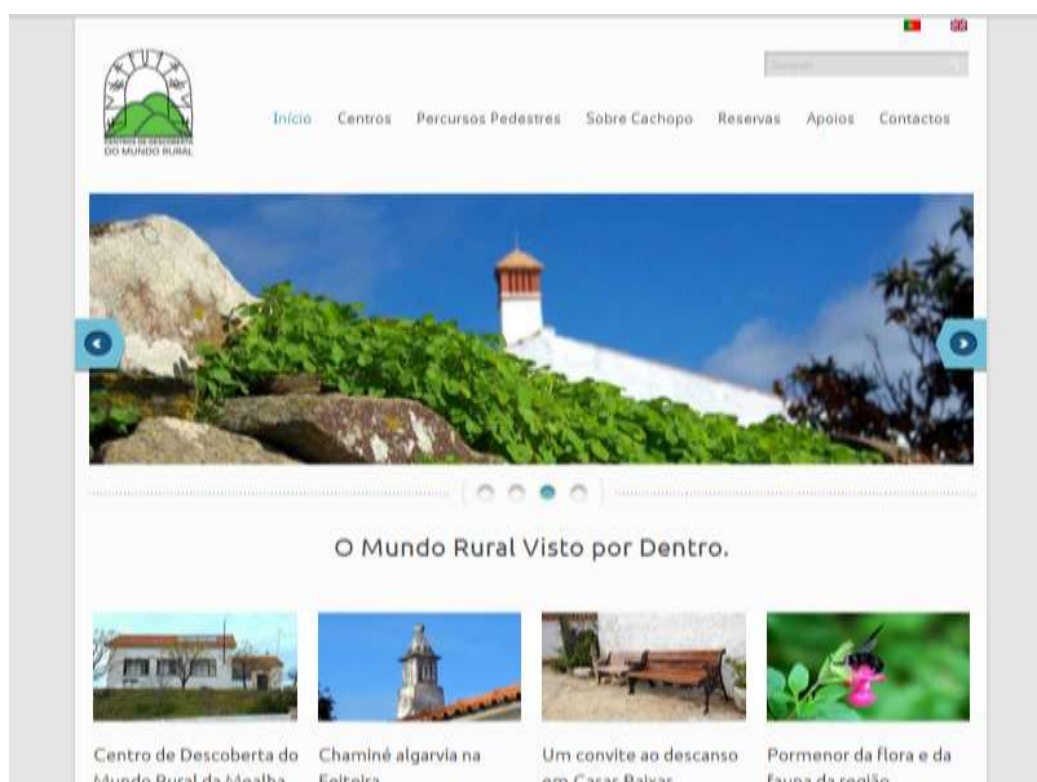
O slogan selecionado foi: “O Mundo Rural visto por dentro”. De acordo com Guba (1978) este possui o tema da natureza e uma proposição de valor baseada nos atributos funcionais do destino (in Pike (2004): 8).

- Produção do *website*: o grande desafio desta fase passou pela seleção do tipo de plataforma a utilizar (teria que ser um website gratuito). Inicialmente, o sugerido foi usar o “Google Sites”, mas, ao usar esta ferramenta depressa me apercebi da pequena margem de manobra da mesma para a criatividade. Comecei naturalmente a pesquisar outras alternativas chegando a duas outras possíveis ferramentas muito fáceis de usar, que proporcionam maior autonomia e resultados bastante semelhantes a *websites* desenhados de raiz. Essas ferramentas são o “Wordpress” e o “Wix”. Acabei por seleccionar o Wordpress. A vantagem deste sistema de criação de websites é que pode

<sup>5</sup> Poderá consultar esta informação em: <http://ruralgarve.in-loco.pt/index.php/percursos-pedestres/partindo-de-casas-baixas/?lang=pt>

ser alojado no servidor da In Loco, proporcionando a possibilidade de recorrer a outras pequenas aplicações denominadas de “plugins”. No fundo, o que se pretende com o *website* é mostrar às pessoas não só as paisagens mas também a cultura da população da serra, pois, os traçados dos percursos pedestres usam caminhos há muito tempo usados pelos habitantes no seu quotidiano, como por exemplo, caminhos usados para ir ao moinho, para ir à água, para ir a Cachopo, ... Os percursos pedestres são um reflexo da cultura dos habitantes da serra do Caldeirão e os centros pretendem ser uma janela e um convite a explorar esses modos de vida.

**Figura 9 - Excerto da página inicial do *website***



**Fonte – Centros de Descoberta do Mundo Rural (elaboração própria)**

Na elaboração do website pensou-se não só em mostrar as belas imagens do território, mas também em proporcionar um espaço para que as pessoas possam deixar a sua opinião acerca dos percursos pedestres, dos centros e também um local em que possam partilhar as suas experiências e opiniões. Deste modo, criaram-se as páginas específicas para esse fim: “Sua Opinião Acerca dos Centros”, “Sua Opinião Acerca dos Percursos” e ainda, “Na Eira”. Poderá consultar os questionários construídos na secção de anexos (anexos 2 e 3). Para

incentivar as pessoas a responder, realizar-se-á um sorteio anual de um fim-de-semana para duas pessoas, motivo pelo qual pedimos que nos indiquem o nome, email e morada.

Quanto ao espaço de convívio e troca de comentários que foi construído em forma de blogue foi-lhe atribuído o nome de “Na Eira”, primeiro porque é baseado na cultura popular e segundo por ser um lugar de socialização no meio rural da Serra do Caldeirão. Para melhor poder comunicar com os potenciais clientes foi criado um endereço de email: [rural@in-loco.pt](mailto:rural@in-loco.pt). Este tem como finalidade receber e responder a todas as dúvidas que possam surgir aos utilizadores do *website*.

Durante o normal decorrer do estágio ocorreram vários fatores externos que condicionaram a realização de todas as atividades previstas, tais como atrasos nas obras que decorriam nos centros; necessidade de remarcação dos percursos pedestres e consequente necessidade de obtenção de patrocínios; adiamento da mudança da Rota da Cortiça para as instalações da In Loco, algo que não chegou a ocorrer. Como tal foi necessário identificar outras tarefas para enriquecer o trabalho desenvolvido durante este período.

Foi-me dada a oportunidade de participar em projetos muito interessantes que me proporcionaram aprender e desenvolver outro tipo de competências, nomeadamente a produção de cartazes e flyers, contactar com escritores, participar na organização e montagem de exposições, participar na divulgação e gestão de lugares disponíveis em conferências, seleccionar material visual para uma importante parceria com uma cadeia de hotéis, entre outras.

Quando me foi apresentada uma proposta para colaborar no projeto “Alfabeto do Desenvolvimento” imediatamente identifiquei a possibilidade de colocar em prática alguns dos úteis conceitos aprendidos na unidade curricular de “Planeamento e Organização de Eventos Culturais”. Mesmo se tratando de um evento local em que a procura e o valor são reduzidos focado para a comunidade e para a cultura (Getz, 2008), já pré-concebido (pois este evento era itinerante e já havia percorrido algumas cidades do país), gratuito e em pequena escala, foi ainda assim muito interessante. Este projeto consistia num livro, um website e uma exposição de fotografia que culminava num debate, a cada letra do alfabeto correspondia um conceito ligado ao tema do desenvolvimento. Quando este chegou ao Sul, as exposições e debates decorreram em São Brás de Alportel e em Faro. Em São Brás de Alportel a audiência

selecionada foi o público da Universidade Sénior pelo que se optou por um horário a meio da tarde. Após alguns problemas quanto ao local, acabou por se realizar no Cineteatro de São Brás. Foi necessário fazer uma visita ao local para avaliar as necessidades quanto aos materiais e imaginar qual seria a melhor disposição para a exposição. O meu contributo ocorreu precisamente na montagem da exposição, na promoção do evento (criação de um cartaz, enviar um comunicado para inclusão na agenda cultural de São Brás de Alportel, colocar flyers nas bibliotecas – São Brás, Campus da Penha) e ainda fazer um resumo do que foi discutido durante o debate (consultar cartaz elaborado no anexo 4). Quanto a Faro, o lugar selecionado para a exposição foi o átrio da Escola Superior de Educação e Comunicação e o debate no Auditório Paulo Freire. Também aqui o meu papel foi colaborar na montagem da exposição, promoção e elaborar o resumo daquilo que foi debatido.

Quanto à promoção institucional da In Loco enquanto organização, tive a oportunidade de participar em alguns eventos ligados à comemoração dos seus 25 anos de existência. Um desses eventos foi a inauguração do Campo de Experimentação e Demonstração em Agricultura Biológica da In Loco, este trata-se de um espaço que pretende ilustrar e iniciar as pessoas na prática da agricultura em modo biológico. Um local aberto a visitas de todo o tipo de público, incluindo crianças e jovens onde se pode entrar em contacto com várias técnicas usadas, vários tipos de hortícolas e plantas aromáticas e medicinais. A inauguração contou com vários momentos, incluindo *workshops* e visitas às hortas, um almoço de convívio entre os trabalhadores da In Loco e os beneficiários do Plano Lara (Contrato Local de Desenvolvimento Social de São Brás de Alportel), discurso oficial de inauguração, exposição alusiva às hortas socias, entre outros. Assim, pude participar na montagem da exposição, na conceção dos materiais para oferecer durante os workshops e as visitas (ver anexo 5), na elaboração de uma pequena recordação para dar aos participantes na inauguração e ainda na preparação do almoço. A data escolhida foi 17 de abril, inicialmente pensou-se no dia 21 de março, por ser o dia da árvore, mas logo se chegou à conclusão que naquele dia ocorreriam vários eventos que acabariam por se tornar concorrentes. A outra atividade em que pude participar foi no ciclo de conferências temáticas organizado pela In Loco que consistiu em cinco conferências dedicadas a temas da atualidade. O arranque deu-se com a “Geografia da Crise em Portugal e no Algarve”, seguido de “Boas Práticas Autárquicas”, “Produtos Locais – Licenciamento, Diferenciação e Comercialização”, “Circuitos Curtos de Produção e Consumo” e por fim “Turismo de Natureza – Oportunidades e Desafios”. Neste ciclo de conferências tive a oportunidade de produzir quatro cartazes acerca de cada uma das

conferências, fazer alguma da divulgação através do Facebook, email e a gestão das inscrições que eram gratuitas mas obrigatórias (poderá ver dois exemplos nos anexos 6 e 7).

No que concerne à Iniciativa Orçamento Participativo, tive a oportunidade de colaborar na elaboração de um livro, que neste momento já se encontra impresso, intitulado “Esperança Democrática – 25 anos de Orçamentos Participativos no Mundo”. Neste projeto essencialmente o que fiz foi convidar os autores a escrever um artigo nas áreas em que são peritos, a dar-lhes as regras e pontos orientadores a seguir, assegurar o cumprimento de prazos e ainda participar na revisão de textos.

Relativamente à XIII Conferência do Observatório Internacional de Democracia Participativa que teve lugar em Cascais, foi-me confiada a tarefa de escrever um roteiro turístico para os participantes da conferência, oriundos de vários países e continentes (consultar o guia produzido no anexo 8). Nesse roteiro, pude fazer um levantamento acerca de vários pontos de interesse a visitar em Lisboa e Cascais, referências sobre o clima, a saúde, a moeda e sistema de multibancos, a segurança, entre outros. O Curso de Democracia Participativa é um projeto que está em decurso, neste estabeleci contactos com os formadores e desenvolvi uma parte do seu documento de apresentação.

Por fim, uma atividade integralmente ligada ao turismo. Por vezes, surgem acontecimentos inesperados, algo que nem sempre tem que ser negativo. Neste caso surgiu um contacto por parte da *Four Seasons Fairways* para promover o interior do Algarve, nomeadamente o concelho de São Brás de Alportel. O papel da In Loco seria delinear itinerários (para um dia e para meio dia) que oferecessem experiências diferentes do clássico modelo de “sol e praia” caindo nos meandros do turismo criativo, pois, nestes pacotes inclui-se a participação numa oficina de “empreita de palma” proporcionado assim “aos visitantes a oportunidade de desenvolver o seu potencial criativo através de uma participação ativa em cursos e experiências de aprendizagem que são características do local de destino onde elas são levadas a cabo” (Richards, 2000; in Binkhorst, 2007: 125). Seguindo esta lógica de pensamento, estes itinerários deveriam fazer uso dos vários recursos turísticos do concelho, tais como, património, paisagem, cortiça, saberes artesanais e produtos locais. Após a seleção dos pontos-chave para a visita, elaborou-se um documento com a descrição desses recursos e a proposta dos percursos (incluindo almoço ou lanche, workshops e mostra de produtos

locais). Após esta fase, eu fiquei encarregue de selecionar as imagens e de fazer uma capa apelativa para esta proposta (ver capa no anexo 9).

### **III.5.2. Análise SWOT dos Centros de Descoberta do Mundo Rural**

Devido a atrasos nas obras a realizar nos Centros de Descoberta do Mundo Rural e a remarcação dos percursos pedestres que teve que ser implementada com o recurso a patrocínios e ao voluntariado, o lançamento do *website* teve que ser constantemente adiado. Também o trabalho de promover os centros ficou por fazer, neste caso posso apenas deixar algumas recomendações e sugestões para que os centros e os percursos pedestres ganhem a notoriedade que realmente merecem. Assim, durante o decorrer do estágio, não estando ainda nada divulgado fui gerindo os pedidos de reservas que surgiram e recebendo alguns comentários acerca dos conteúdos que figuram no *website*:

*“Desde el Patronato Municipal de Deportes tenemos en marcha un programa de senderismo desde hace varios años. En esta temporada hemos elegido vuestra zona (Cachopo: Casas baixas, Feiteira o Mealha). He estado viendo vuestra web, y me ha parecido super interesante la informacion que en ella viene contemplada sobre todas las rutas y actividades que organizais.”*

**Sofía Carro Iglesias**

A verdade é que desde que este projeto me foi apresentado muitas ideias surgiram e sempre pensei que conseguiria implementar grande parte delas. Mas a realidade acabou por ser diferente. Muito trabalho necessita ainda de ser feito, nomeadamente a construção de uma página numa das redes sociais e a sua gestão diária (Facebook, Twitter,...), algo a ponderar serão os anúncios do Facebook que permitem angariar gostos e dar uma rápida visibilidade à página. Construir pequenos vídeos para divulgação no Youtube, *website* e redes sociais, organizar eventos temáticos como por exemplo convívio entre idosos e crianças.

De forma a possibilitar uma melhor visão acerca do contexto em que os Centros de Descoberta do Mundo Rural se inserem penso que tem toda a pertinência a construção de uma análise SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats). Sendo uma ferramenta muito versátil pode ser realizada a qualquer altura, como uma forma de identificar o

posicionamento podendo ser muito útil para definir uma visão, missão, objetivos, imagem, valores. Como os centros fazem parte da In Loco, de certa forma esta parte já se encontrava definida à partida, pelo que considero mais útil usar uma análise SWOT “ex-post” para ter uma ideia daquilo que rodeia os centros, quais os seus pontos fortes, os seus pontos fracos, quais as ameaças que enfrentam vindas do exterior e que oportunidades podem aproveitar. Desta forma, o trabalho que desenvolvi poderá ser expandido e melhorado.

**Tabela 2 - Análise SWOT dos Centros de Descoberta do Mundo Rural**

<b>Ambiente interno</b>	
<b>Pontos fortes</b>	<b>Pontos fracos</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existência do património natural, construído e cultural</li> <li>• Existência de percursos pedestres demarcados</li> <li>• Existência dos mapas e de interpretação da informação</li> <li>• Os centros possuem bons acessos por estrada</li> <li>• Construção do website de forma a compilar a informação existente</li> <li>• Existência de painéis informativos em Cachopo, Feiteira, Mealha e Casas Baixas</li> <li>• Se o cliente desejar pode pedir a exclusividade do centro</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausência de notoriedade dos centros</li> <li>• A sua localização é longe do aeroporto de Faro</li> <li>• Divulgação insuficiente do turismo cultural e de natureza no Algarve</li> <li>• Divulgação insuficiente dos centros e dos percursos pedestres</li> <li>• Processo para efetuar reservas é muito complicado</li> </ul>
<b>Ambiente externo</b>	
<b>Oportunidades</b>	<b>Ameaças</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Publicação do Guia de Turismo de Natureza do Algarve</li> <li>• Criação da Via Algarviana</li> <li>• Despertar para a valorização da componente ambiental e do turismo de Natureza</li> <li>• Aumento do interesse por parte da população pra praticar a modalidade de BTT</li> <li>• Aumento da sensibilização dos turistas para a prática do “Birdwatching”</li> <li>• Aumento de organização de eventos temáticos com a comunidade</li> <li>• Pouca oferta relativamente a acomodação do tipo de abrigo de montanha na zona de Cachopo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A crise económica que se vive em Portugal e na Europa</li> <li>• Os turistas procuram prioritariamente o turismo de “sol e praia” no Algarve</li> <li>• Algarve não é conhecido como destino de Turismo Cultural ou Turismo Rural</li> <li>• A comunicação do Turismo do Algarve privilegia o litoral</li> <li>• Falta de animação local</li> <li>• Grande incêndio florestal do concelho de Tavira em 2012</li> </ul>

Fonte – Elaboração própria

Para uma melhor compreensão e porque as ideias são apresentadas de uma forma muito sintética segue-se uma explicação mais detalhada dos pontos-chave desta análise SWOT.

Na envolvente interna, salientam-se como pontos fortes a existência do património natural, cultural e construído, de facto, os recursos turísticos e a sua respetiva atratividade existem e algumas pessoas já procuram visitar estes locais e usufruir da sua beleza. Também existem 10 percursos pedestres devidamente marcados e com a devida informação de suporte pelo que funcionam como um ótimo complemento aos centros enquanto acomodação do tipo albergue de montanha. O seu traçado permite realizar passeios em família e com pessoas de mais idade pois existem percursos curtos. São muito bons também para quem faz do pedestrianismo um desporto, pois existem os percursos maiores (cerca de 15 km) e um percurso de grande rota com 45 km que une os Centros da Mealha, Casas Baixas e Feiteira. De facto, os centros têm bons acessos por estradas nacionais asfaltadas e em boas condições. A construção do *website* permite compilar toda a informação existente sobre os centros e os percursos pedestres constituindo uma boa ferramenta para a promoção dos mesmos. Os painéis informativos constituem uma boa forma de chamar a atenção para quem está de passagem, pode assim ficar a conhecer os centros e os percursos. Uma vantagem importante é o facto de o cliente ter a opção de solicitar a exclusividade do centro podendo assim ter privacidade total.

Quanto aos pontos fracos começa-se por salientar a falta de notoriedade dos centros, estes são apenas conhecidos por alguns públicos como os escuteiros, jovens que participaram em atividades escolares e comunidades locais. Os cerca de 60 km que separam os centros do aeroporto acabam por se tornar longe demais para os turistas que vêm com a motivação de aproveitar o sol e a praia. A divulgação tanto do turismo cultural e de natureza no Algarve é ainda muito insuficiente fazendo com que a região seja conhecida apenas pelas suas praias. É ainda necessário realizar um esforço de promoção dos centros recorrendo a outras ferramentas para que a informação chegue a potenciais clientes que têm interesse na área. Neste momento, é fulcral simplificar o processo de reservas, de momento, as reservas podem ser feitas através da In Loco e de uma anfitriã local, este facto acaba por tornar o processo muito lento, pois nunca é possível dar uma resposta imediata aos clientes quanto à disponibilidade.

Quanto à envolvente externa, uma das principais oportunidades identificadas passa pela publicação do Guia de Turismo de Natureza do Algarve que permite dar visibilidade a outro tipo de património do Algarve para além da praia, na zona da serra do Caldeirão vêm

referenciados os percursos pedestres e os Centros de Descoberta do Mundo Rural.<sup>6</sup> A Via Algarviana é também benéfica para os centros, pois, o seu traçado implica uma passagem em Cachopo entre o sector 4 e o sector 5. No guia desta rota na secção do “Alojamento”<sup>7</sup> vem especificado que o local para poder pernoitar em Cachopo é o Centro de Descoberta do Mundo Rural de Casas Baixas. A Via Algarviana é já muito conhecida pelos adeptos do pedestrianismo fazendo com que seja um bom canal de clientes para os centros. Algo que parece jogar a favor é o aumento da apetência por formas de turismo ligadas à Natureza segundo se pode ler no Plano Estratégico de Marketing para o Algarve – triénio 2007 a 2009, ou seja, a procura pelo turismo de natureza e ecoturismo está a aumentar, algo que está ligado a uma consciencialização relativamente à necessidade de proteção da natureza. Estão também a aumentar formas de turismo como o “Birdwatching” uma vez que a serra é um local privilegiado para a observação de aves e também para a prática de desportos como BTT, ou seja, aumento da componente do turismo ligado ao bem-estar e saúde. Outra forma de cativar mais pública é através do aumento da oferta de organização de eventos e de atividades com as crianças, jovens e idosos. O facto de a concorrência ser muito pouca ou quase inexistente é uma enorme vantagem e oportunidade para os centros.

Ainda no ambiente externo, existem sempre ameaças que fogem ao nosso controlo, como é o caso da grave crise económica que se vive em Portugal e na Europa que provoca uma retração no consumo de bens não essenciais, como é o caso dos gastos com viagens de lazer e turismo. O facto de a imagem de marca do Algarve ser a praia também constitui um entrave á captação de outro tipo de públicos. A comunicação acerca do Algarve acaba por ser muito focada naquilo pelo qual já é conhecido, tal facto tornou-se muito evidente numa entrevista que realizei na Associação de Turismo de Algarve (ATA) no contexto da unidade curricular Planeamento e Gestão do Turismo, pois uma grande parte do orçamento serve para promover exatamente o sol e praia, embora a região tenha muito mais para oferecer. Para além de disfrutar da Natureza não existem outros tipos de atividades complementares, aliás na Feiteira, Mealha e Cachopo não existem nem restaurantes nem bares. Mas em último vem a pior ameaça e a pior catástrofe que poderia ocorrer na região como o grande incêndio que destruiu uma grande mancha florestal da serra e afetou principalmente os percursos pedestres

---

<sup>6</sup> Vide Guia de Turismo de Natureza do Algarve

[http://www.visitalgarve.pt/pressroom.file.php?fileID=141&file=guia\\_turismo\\_natureza\\_do\\_algarve\\_web.pdf](http://www.visitalgarve.pt/pressroom.file.php?fileID=141&file=guia_turismo_natureza_do_algarve_web.pdf)  
pág. 104

<sup>7</sup> Vide Guia da Via Algarviana [http://www.vialgarviana.org/wp-content/uploads/2011/09/Guia-Via-Algarviana\\_miolo.pdf](http://www.vialgarviana.org/wp-content/uploads/2011/09/Guia-Via-Algarviana_miolo.pdf) pág. 94

da zona da Feiteira, destruindo a natureza e aquilo que constitui a principal atração turística da região.

## IV. Balanço crítico

Para efeitos do balanço crítico, interessa analisar em que medida os objetivos traçados foram alcançados através das atividades realizadas.

Quando se inicia um estágio as expectativas são muito elevadas, os planos e ideias são imensos e sempre julgamos que conseguiremos implementar tudo aquilo que projetamos. Inicialmente a tarefa de fazer um *website* parecia algo muito complicado, pois, nunca tinha feito nada do género. Com o decorrer do tempo e com as orientações relativamente ao resultado pretendido fui aprendendo e pesquisando tendo como base conceitos semelhantes. O *website* dos Centros de Descoberta do Mundo Rural foi o resultado de muito trabalho, muita pesquisa e muita seleção de informação e como tal foi um dos objetivos superados com sucesso, apesar de ter sido algo criado a partir de uma ferramenta gratuita que sempre tem as suas limitações. No entanto, os planos que tinha para os centros envolviam o uso de outros instrumentos, tais como, a criação de uma página do Facebook (algo que não chegou a ser feito devido ao atraso das obras nos centros que tornou inviável a realização de um esforço de promoção), a filmagem de pequenos *spots* de vídeo para integrar o Youtube e o *website* (fora de questão devido a questões de falta de verba para tal atividade). Falta de desenvolvimento de atividades envolvendo a comunidade nos centros e nos percursos pedestres, uma vez que na minha opinião existe um grande potencial para tal. Neste sentido considero que grande parte do meu trabalho ficou por realizar e também o objetivo de promoção dos centros ficou por concretizar.

### *Colocar em prática os conceitos teóricos apreendidos*

Penso que este objetivo foi completamente concretizado, uma vez que pude desempenhar funções em atividades completamente distintas e em que pude aplicar alguns conhecimentos de muitas das unidade curriculares. Pude trabalhar no âmbito do turismo cultural e criativo (Centros de Descoberta do Mundo Rural e projeto Four Seasons), no planeamento de um evento (inauguração do Campo de Experimentação e Demonstração em Agricultura Biológica da In Loco), na montagem de uma exposição (Alfabeto do Desenvolvimento), na promoção de eventos através da conceção de cartazes e uso de redes de contactos (ciclo de conferências da In Loco, Alfabeto do Desenvolvimento) e na conceção de um guia turístico (Conferência do OIDP).

### *Enfatizar o modo como o turismo cultural pode contribuir para o desenvolvimento local*

Ao compilar a informação integrante do *website* construído para os centros foi essencial recorrer aos valores culturais da população, pois, esta apresenta-se como um fator diferenciador e único da serra do Caldeirão, em particular, ou do Algarve como é o caso das lendas das mouras encantadas. Depois existe património construído como as casas típicas, as hortas, sistemas de regadio, os palheiros, entre outros que representam os hábitos e práticas daquele local. Estes fatores podem atrair turistas ao local e como tal criar oportunidades de negócio, tais como a venda de produtos locais, abertura de cafés ou restaurantes, unidades de turismo rural e como tal dinamizar a economia.

### *Promoção de projetos turísticos e fortalecimento da imagem da In Loco*

Quanto a este objetivo, pude participar e comprovar como a realização de eventos é importante para fortalecer a imagem da In Loco que deste modo já conseguiu captar público que se torna fiel às suas atividades, pois vêm a organização como uma entidade que discute os problemas atuais e tenta dar resposta a esses problemas. Deste modo senti-me particularmente realizada por poder fazer a criação de cartazes, usar a rede de contactos para disseminar a informação, fazer uso das redes sociais e com satisfação ver as inscrições para os eventos aumentarem, pelo que considero mais um objetivo cumprido.

### *Reforçar a capacidade de pesquisa e seleção de informação relevante*

Este objetivo terá sido um dos mais importantes de todo o estágio, penso que terá sido também superado devido aos comentários positivos que recebi acerca da seleção da estrutura, conteúdos em termos de texto e imagem, logótipo, *slogan* e todo o trabalho de pesquisa realizado para que fosse possível a construção do *website* que compilasse toda a informação acerca dos centros e dos percursos pedestres.

### *Usar a rede de contactos para promover os Centros de Descoberta do Mundo Rural*

Infelizmente, este foi um dos objetivos que não tive oportunidade de implementar e como já havia referido, por motivos externos não foi possível realizar a promoção dos centros. No entanto, penso que o meu trabalho não terá sido em vão, deixo com a In Loco a ferramenta necessária para poder realizar essa publicitação dos centros e dos percursos pedestres. A par com o *website* deixo também a análise do ponto da situação atual e do contexto em que os centros se encontram inseridos.

### *Fazer uso da análise SWOT*

A análise SWOT como já havia referido anteriormente é um instrumento muito popular e que oferece uma visão muito clara dos problemas e oportunidades que se enfrentam. É bom fazê-la regularmente para se perceber alterações no contexto para o melhor ou para o pior. Já tinha tido a oportunidade de estudar esta análise durante a minha licenciatura mas nunca a tinha aplicado num contexto real e no seio de uma atividade profissional. Foi uma experiência que considero muito positiva e que espero que seja útil para o futuro dos centros e dos percursos pedestres.

### *Melhorar a capacidade de comunicação*

A comunicação com os colegas de trabalho é sempre um grande desafio e por isso penso que seja uma objetivo pertinente. Nem sempre é fácil fazer valer o nosso ponto de vista especialmente quando se está numa entidade apenas para realizar um estágio. Assim, penso que nos aspetos fulcrais consegui fazer com que os meus conselhos fossem seguidos, não completamente ausente de contratempos. Consegui que se trocasse o “Google Sites” por uma ferramenta mais moderna como é o caso do “Wordpress”. Consegui que percebessem que havia a necessidade de escolher um novo logótipo. Também o conselho para usar a funcionalidade do alojamento no servidor da In Loco foi seguido e assim para além de termos ganho mais funcionalidades, incluindo a possibilidade de uma maior personalização, também foi possível obter um URL esteticamente mais simples (de <http://ruralgarve.wordpress.com> passou a <http://ruralgarve.in-loco.pt>).

Deste modo, apesar de inicialmente estar previsto a realização de certas atividades que nunca tive a oportunidade de realizar (Um outro Algarve, Bienal de Turismo de Natureza, Rota da Cortiça), as oportunidades que surgiram no seu lugar serviram para colmatar essa falta e para aprender muito.

Tenho consciência que o meu estágio não se focou num único tema ou projeto, mas para mim acabou por ser muito mais enriquecedor pois o meu objetivo ao frequentar este mestrado sempre foi aprender o máximo possível. Julgo também que se adaptou ao teor abrangente dos conteúdos abordados durante a parte curricular do mestrado.

## V. Conclusão

A elaboração deste relatório pretende descrever as várias etapas em que a minha frequência do mestrado se foi desenvolvendo. Desde a participação nas unidades curriculares até ao final do estágio e quais os benefícios ou ilações que se retiram da realização dessa atividade. Deste modo, o início do relatório incide sobre a decisão de optar pelo estágio, como o facto de a licenciatura e a minha atividade profissional representarem um contexto muito diferente da área de estudo do mestrado, ou seja, o turismo e como tal sentir a necessidade de colocar em prática esses novos conceitos.

O passo seguinte foi realizar uma pesquisa acerca das entidades que me proporcionassem a possibilidade de realizar um estágio numa área que me interessasse. Foi assim que surgiu a oportunidade de realizar o estágio na entidade que me acolheu: a Associação In Loco. Foram definidos os projetos em que seria interessante para mim participar, elaborei o cronograma das atividades e tracei os objetivos do estágio os quais submeti à Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo (ESGHT). No início de novembro o contrato de estágio foi celebrado e deu-se o início do mesmo.

A fase inicial exige um período de adaptação à instituição e às pessoas com quem vamos trabalhar. Depois de algum tempo já me sentia em casa e o meu trabalho começou a fluir. Aconteceram imprevistos, projetos em que estava previsto colaborar não arrancaram a tempo, a Rota da Cortiça mesmo depois de todas as conversações não chegou a mudar-se para a In Loco e como tal não pude, com muita pena, colaborar nesse interessante projeto. Ainda assim, o tempo não para nem o trabalho na associação, pelo que pude participar noutros projetos que à partida não tinham sido identificados. De qualquer das formas no relatório tento sempre fazer um paralelismo entre os fundamentos teóricos e as atividades que estão a ser realizadas.

Convém salientar que muitas das tarefas foram realizadas em simultâneo, ou seja, enquanto trabalhava na pesquisa de conteúdos, estrutura e conceção do website também fui realizando outras tarefas. A par com essas atividades ia fazendo os contactos relativos ao Alfabeto de Desenvolvimento e contactando os autores para o livro acerca do Orçamento Participativo. Fui trabalhando nas iniciativas de promoção institucional da Associação In Loco e concebendo o guia turístico para os participantes do OIDP e pontualmente ajudei na proposta para a Four Seasons.

Quanto aos objetivos traçados para o estágio, a sua grande maioria foi atingida. Apenas não foi possível realizar a parte da promoção dos Centros de Descoberta do Mundo Rural, algo que neste momento é muito necessário para os tornar mais conhecidos e aumentar a sua utilização. Espero que o meu trabalho possa ser continuado em breve (por mim) ou por outra pessoa que esteja disponível para o fazer. Existem muitos meios, especialmente nas redes sociais pois são uma forma de aproximação ao público em que estes podem dizer aquilo que realmente sentem e pensam. De salientar que não será a única forma de promoção, seria muito útil também a atualização dos folhetos e a sua colocação nos postos de turismo, a realização de eventos com a comunidade, organização de passeios pedestres temáticos, entre outros.

Da análise SWOT podemos observar a posição em que hoje os centros se encontram e quais os fatores de que deve tirar proveito e quais os que deve ter cuidado e melhorar. Assim, pode-se concluir que realmente os Centros de Descoberta do Mundo Rural possuem um enquadramento natural e cultural privilegiado, que podem aproveitar a prática de certos tipos de turismo que começam a ter cada vez mais adeptos como o ecoturismo, “birdwatching”, a prática de certos desportos como o pedestrianismo e BTT. Vimos como a criação da Via Algarviana foi boa para os centros e que estes devem tirar partido na quase inexistência de concorrência no que concerne a alojamento do tipo rural ou de abrigo de montanha na zona da freguesia de Cachopo. Em termos de aspetos negativos salientam-se principalmente a falta de notoriedade e de promoção a par do complicado sistema de reservas. Enquanto no ambiente externo se salienta a crise económica e o impacto muito negativo na beleza natural do grande incêndio de Tavira no verão de 2012.

Posso terminar este meu relatório com uma pequena reflexão. Durante a parte curricular alguns professores defendiam que não se deveriam escrever conclusões e sim sugestões, pois nenhum trabalho pode estar verdadeiramente concluído, há sempre espaço para novas descobertas e melhorias. A verdade é que não sou dona da razão e apesar de ter como objetivo fazer o melhor trabalho possível, as posições por mim defendidas podem não ter sido as mais corretas ou melhores e poderão ser complementadas. Então, as conclusões apresentadas não têm com objetivo ser o fim mas sim que se tornem o princípio de alguma outra atividade. Importa então deixar a ideia de que esta conclusão pode apenas fechar um capítulo e que alguém pode e deve continuar a “escrever o livro” e o trabalho que desenvolvi. Assim, pretendo terminar com uma pertinente frase do poema “Uma voz na pedra” de António Ramos Rosa: “Não sei se respondo ou se pergunto.”.

## VI. Bibliografia

Associação de Turismo do Algarve. (2006). Centro de Estudos da Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo. *Plano Estratégico de Marketing para o Algarve – Triénio 2007/2009*. Faro. [On line]. Consultado 19.09.2013. Disponível em:

<http://comunidade.esce.ipv.pt/pii/documentos/planomarketing.pdf>

Associação In Loco. Consultado 2.07.2013. <http://www.in-loco.pt>

Binkhorst, E. (2007). Creativity in tourism experiences. The case of Sitges. In Richards, G. e Wilson, J. (eds). *Tourism, Creativity and Development*. Oxon e New York: Routledge, 125-144

Bonet, L. (2003). Cultural Tourism. In Towse, R. (eds). *A handbook of cultural economics*. Cheltenham e Northampton: Edward Helgar, 187-193

Centros de Descoberta do Mundo Rural. Consultado 10.07.2013. <http://ruralalgarve.in-loco.pt/>

Cloke, P. (2007). Creativity and tourism in rural environments. In Richards, G. e Wilson, J. (eds). *Tourism, Creativity and Development*. Oxon e New York: Routledge, 37-47

Direção-Geral de Agricultura e Desenvolvimento Rural – DGAR. Turismo em Espaço Rural. Consultado 13.08.2013. <http://www.dgadr.mamaot.pt/diversificacao/turismo-rural>

Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution and research. In *Tourism Management*. [on line]. Vol. 29: 403-428. [12 Setembro 2013]. Disponível em: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517707001719>

Henriques, C. (2003). Produto Turístico Urbano. In Henriques, C. *Turismo Cidade e Cultura Planeamento e Gestão Sustentável*. Lisboa: Edições Sílabo

Kaplan, R.; Norton, D. e Barrows Jr., E. (2008). Developing the Strategy: Vision, Value Gaps and Analysis. In *Balanced Scorecard Reports*. [On line]. Vol. 10 (1): 3-7. [27 Setembro 2013]. Disponível em: <http://www.exed.hbs.edu/assets/Documents/developing-strategy.pdf>

Orçamento Participativo Portugal. Consultado 13.08.2013. <http://www.op-portugal.org>

Pike, S. (2004). Destination brand positioning slogans – towards the development of a set of accountability criteria. *Acta Turistica*. [On Line] 16 (2): 102-124. [7 Agosto 2013]. Disponível em: <http://eprints.qut.edu.au/6354/>

Pike, S. (2004). *Destination Marketing Organisations*. Oxford: Elsevier

Prentice, R. (1993). The heterogeneity of the heritage product. In Prentice, R. *Tourism and Heritage Attractions*. London: Routledge, 39-40

Richards, G. e Wilson, J. (2007). Creativities in tourism development. In Richards, G. e Wilson, J. (eds). *Tourism, Creativity and Development*. Oxon e New York: Routledge, 256-288

Saramago, J. (1995). *Viagem a Portugal*. Alfragide: Caminho

Throsby, D. (2003). Cultural Capital In Towse, R. (eds). *A handbook of cultural economics*. Cheltenham e Northampton: Edward Helgar, 166-169

Turismo do Algarve. (2013). Guia de Turismo de Natureza do Algarve. [On line] Consultado 12.09.2013. Disponível em:  
[http://www.visitalgarve.pt/pressroom.file.php?fileID=141&file=guia\\_turismo\\_natureza\\_do\\_algarve\\_web.pdf](http://www.visitalgarve.pt/pressroom.file.php?fileID=141&file=guia_turismo_natureza_do_algarve_web.pdf)

UNWTO (2002). The British Ecotourism Market. Consultado 16.07.2013,  
<http://sdt.unwto.org/en/content/ecotourism-and-protected-areas>

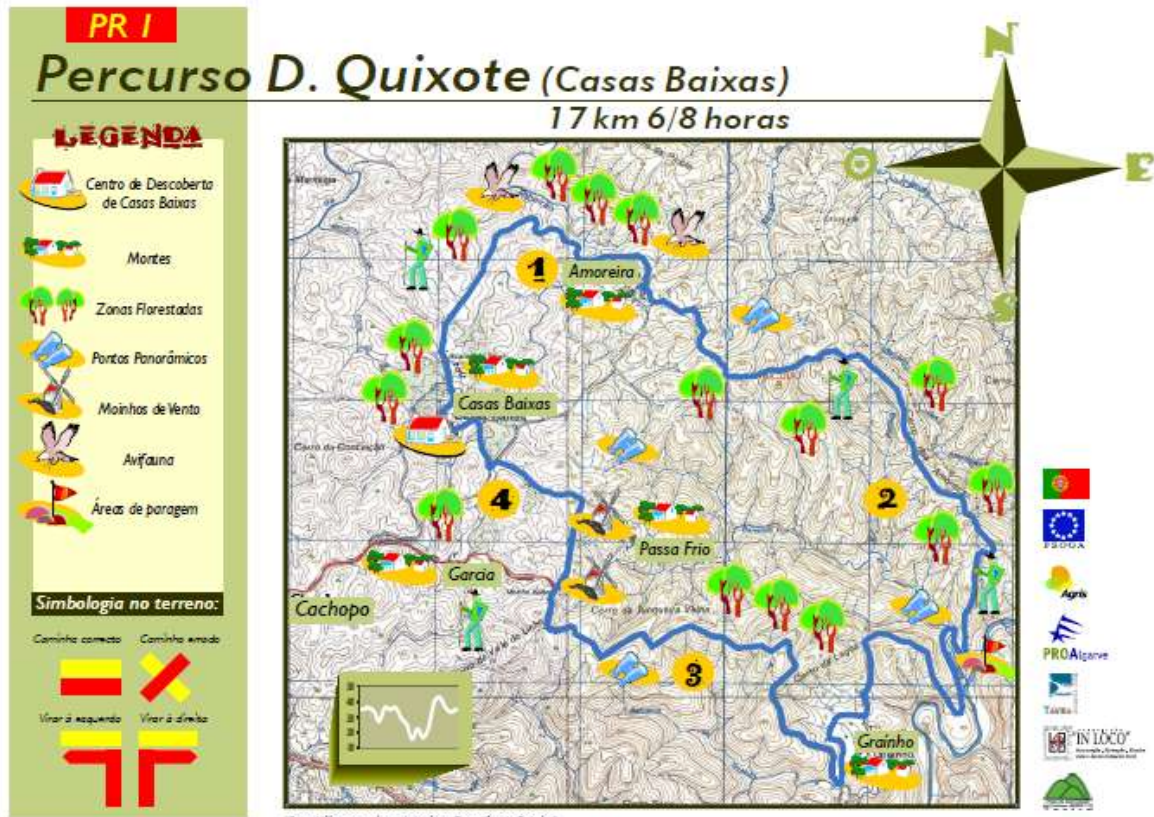
UNWTO (2007). A Practical Guide to Tourism Destination Management. [On line]. Consultado 16.07.2013. Disponível em:  
[http://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/4745/8BCE/AD9A/ECA8/048B/C0A8/0164/0B7A/071115\\_practical\\_guide\\_destination\\_management\\_excerpt.pdf](http://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/4745/8BCE/AD9A/ECA8/048B/C0A8/0164/0B7A/071115_practical_guide_destination_management_excerpt.pdf)

Via Algarviana. Consultado 19.09.2013. <http://www.viaalgarviana.org>

WTO (1995). *Collection of Tourism Expenditure Statistics. Technical Manual Nº 2*. Madrid: WTO. . [On line]. Consultado 19.09.2013. Disponível em:  
<http://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/Products/1034/1034-1.pdf>

## VII. Anexos

### Anexo 1 - Exemplo de folheto para o percurso de pequena rota PR1 – Percurso D. Quixote. Elaboração da Associação In Loco.



**PR 1**

## FICHA TÉCNICA

**1 CASAS BAIXAS - AMOREIRA** - 4,6 Km; 353m altitude máxima

Nesta primeira etapa, o caminhante pode explorar as aglomerações de Casas Baixas e Alcañias Baixas; a típica arquitectura rural, as actividades domésticas e os recantos paisagísticos. Continuando para Norte, entra no domínio das herdades de sobreiro e das áreas reforestadas com pinheiros. Por entre veredas e corta-fogos chega-se à Amoreira, um "monte" caiado de branco com quintais e hortas tradicionais.

**2 CERRO DO BICUDO - BARRANCO DA JUNQUEIRA** - 5 Km; 359m altitude máxima

Depois de atravessar a estrada de alcatrão, continua-se em direcção ao marco geodésico do Cerro do Bicudo seguindo por um caminho de terra batida. A partir daqui a paisagem é deslumbrante. As encostas são cobertas por esteves e medronho, pinheiros, azinheiras e o típico mato algarvio. A serra desenha curvas e conduz até pontos panorâmicos que espreitam a paisagem. A ribeira de Odeleite refresca o ambiente e convida ao descanso.

**3 GRÃOZINHO - MOINHO VELHO** - 5,3 Km; 390m altitude máxima

Antes de chegar ao monte do Grãozinho, faça uma paragem no promontório que saúda os visitantes com a espectacular paisagem e tranquilidade. Daqui percebe-se a importância da agricultura e a relação Homem-Terra: retalhos de verde e amarelo bem arrançados, cantamam o monte cruzado por ruas de casas brancas.

Segue-se novamente para Norte, subindo até ao Moinho Velho. Também aqui o "mosaico" de casas e hortas sobressai da paisagem.

**4 PASSA FRIO - CASAS BAIXAS** - 2 Km; 376m altitude máxima

Ouzora dominantemente cerealífera, a paisagem agora é outra, restando apenas a memória que as ruínas dos moinhos de vento perpetuam. A cada curva surgem estes velhos guerreiros que simbolizam a riqueza de outros tempos e a genialidade dos homens.

Por caminhos mais calmos, ladeados por fontes e ribeiras, regressa-se a Casas Baixas. No meio da paisagem frondosa e fresca avista-se logo o Centro de Descoberta de Casas Baixas.

**Como chegar...**

Aproximadamente a 2Km de Cachopo, no sentido Cachopo-Tavira, encontra a sinalização de Casas Baixas, à sua esquerda.

O percurso D. Quixote, inicia-se perto do Centro de Descoberta, no centro do "monte" e segue pelo caminho em direcção à Alcañias Baixas. Encontrará aí uma placa de sinalização.

**Informações Úteis**

- Ⓜ Não saia do percurso marcado e sinalizado;
- Ⓜ Use vestuário prático, incluindo chapéu para protecção e calçado cómodo. Não se esqueça do impermeável ou roupa de abafar;
- Ⓜ Evite barulhos e atitudes que perturbem a paz do local;
- Ⓜ No decurso dos passeios tenha sempre em atenção os princípios gerais de conservação da natureza: não recolha plantas, animais ou rochas e não abandone lixo;
- Ⓜ Atenção, alguns trilhos que atravessam ribeiras podem apresentar dificuldades nos meses de Inverno;
- Ⓜ No Verão as temperaturas são elevadas. Evite as horas de maior calor;
- Ⓜ Alguns trilhos atravessam reservas de caça.

**Mais informações:**

**Associação In Loco** - "Campus da Boa Esperança"  
Centro de Apoio ao Desenvolvimento Sustentável  
Av. da Liberdade, Sítio da Campina, Apartado 158  
8150-022 São Bras do Alportel  
Tel: +351 289 840860 - Fax: +351 289 840 879  
e-mail: inloco@mail.telepac.pt - net: www.in-loco.pt

**C.M. de Tavira** - Praça da República, 8900 Tavira  
Geral-Tel: 281 320 500 - Fax: 281 324 752  
Divisão de Desportos Tel: 281 320 577  
Divisão de Turismo Tel: 281 320 568  
Divisão de Ambiente (Centro de Educação Ambiental)  
Tel: 281 320 583  
e-mail: camara@cm-tavira.pt - net: www.cm-tavira.pt

**Anexo 2 - Questionário acerca dos Centros de Descoberta do Mundo Rural (elaboração própria):**

- i. Nome Completo (indicar o nome por escrito)
- ii. Email (indicar o email por escrito)
- iii. Morada (indicar a morada por escrito)
- iv. Centro de Descoberta (selecionar o centro acerca do qual quer dar a opinião)
  1. Casas Baixas
  2. Feiteira
  3. Mealha
- v. Conforto (selecionar uma opção da escala)
  1. Muito Mau
  2. Mau
  3. Razoável
  4. Bom
  5. Muito Bom
- vi. Limpeza (selecionar uma opção da escala)
  1. Muito Mau
  2. Mau
  3. Razoável
  4. Bom
  5. Muito Bom
- vii. Localização (selecionar uma opção da escala)
  1. Muito Mau
  2. Mau
  3. Razoável
  4. Bom
  5. Muito Bom
- viii. Espaço Exterior (selecionar uma opção da escala)
  1. Muito Mau
  2. Mau
  3. Razoável
  4. Bom
  5. Muito Bom
- ix. Relação Qualidade/Custo (selecionar uma opção da escala)
  1. Muito Mau
  2. Mau

3. Razoável
  4. Bom
  5. Muito Bom
- x. Comentários (texto livre para que as pessoas possam deixar as suas sugestões e críticas)

### **Anexo 3 - Questionário acerca dos Percursos Pedestres (elaboração própria):**

- i. Nome
- ii. Email
- iii. Percurso Realizado (escolher de entre as opções o percurso que se quer comentar)
  1. PR1 – Percurso Dom Quixote
  2. PR2 – Percurso Fonte da Zorra
  3. PR3 – Percurso dos Montes Serranos
  4. PR4 – Percurso Cerros de Sobro
  5. PR5 – Percurso da Reserva
  6. PR6 – Percurso do Malhanito
  7. PR7 – Percurso do Vale das Hortas
  8. PR8 – Percurso da Masmorra
  9. PR9 – Percurso das Antas das Pedras Altas
  10. GR23 – Grande Rota
- iv. Sinalização (selecionar uma opção da escala)
  1. Muito Mau
  2. Mau
  3. Razoável
  4. Bom
  5. Muito Bom
- v. Adequação dos mapas (selecionar uma opção da escala)
  1. Muito Mau
  2. Mau
  3. Razoável
  4. Bom
  5. Muito Bom
- vi. Interesse dos locais visitados (selecionar uma opção da escala)
  1. Muito Mau
  2. Mau
  3. Razoável
  4. Bom
  5. Muito Bom
- vii. Áreas de Paragem (selecionar uma opção da escala)
  1. Muito Mau
  2. Mau
  3. Razoável

- 4. Bom
- 5. Muito Bom
- viii. Avaliação Global do Percurso (selecionar uma opção da escala)
  - 1. Muito Mau
  - 2. Mau
  - 3. Razoável
  - 4. Bom
  - 5. Muito Bom
- ix. Comentários (texto livre para que as pessoas possam deixar as suas sugestões e críticas)

Anexo 4 - Cartaz para o evento “Alfabeto do Desenvolvimento” realizado em São Brás de Alportel (elaboração própria).

# Exposição e Debate



Uma proposta de olhares reflexivos sobre o mundo e também fragmentos diversos de história recente.

## Cineteatro São Brás

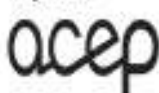
Avenida da Liberdade

São Brás de Alportel

**Exposição: 10-14 de Dezembro**

**Debate: 14 de Dezembro [14h-17h]**

PROJECTO DE:



CEsA | Centro de Estudos e de Apoio ao Desenvolvimento



PATROCÍNIO:



APOIO:



## Anexo 5 - Folheto entregue durante a inauguração do Campo de Experimentação e Demonstração em Agricultura Biológica (elaboração própria).

### Iniciativa aHorta - À Mão de Semear

Esta iniciativa pretende apoiar o desenvolvimento da agricultura biológica em contexto urbano e peri-urbano, através:

- Hortas Urbanas (Horta de Faro, Horta do Nascimento (SBA), Horta das Bicas Velhas (Loulé));
- Realização de acções de formação sobre agricultura biológica, plantas aromáticas, compostagem caseira e temas afins;
- Animação das Hortas;
- Animação do *consultório agrícola on-line*, e outras funcionalidades. (<http://ahorta.ning.com/>)

### APOIO E PARCEIROS



O Parafuso-Comércio de Ferragens e Ferramentas

Campo de experimentação  
e demonstração  
em Agricultura Biológica

Inauguração: Dia 17 de Abril de 2013





em promoção e desenvolvimento e a cidadania



### O que pode encontrar no Campo de Demonstração e Experimentação em Agricultura Biológica



Este símbolo é relativo ao Modo de Produção Biológico (MPB). As explorações agrícolas que estão certificadas podem usar este símbolo de forma a que o consumidor consiga identificar este modo de agricultura que se preocupa com o ambiente e com a saúde pública.

A horta de demonstração não tem certificação em MPB mas desenvolve técnicas e implementa os princípios da Agricultura Biológica. Pretende contribuir para sensibilizar e demonstrar como se faz Agricultura Biológica.



As variedades locais são uma prioridade na Horta de Demonstração. Pretendemos preservar o património agrícola local e sensibilizar a população para a continuidade do uso destas variedades locais que são de extrema importância para a biodiversidade agrícola e evolução das espécies.

As variedades locais que existem na Horta: Alho roxo, fava algarvia, tremçoço, chícharo, tomate de inverno, tomate rosa, tomate cereja entre outros que ainda não estão semeadas.

As oliveiras, a nespereira, a figueira, o loureiro e a amoreira também fazem parte deste património local.

#### Canteiro de madeira (paletes) com Plantas Aromáticas ou Horticolas



É uma forma de reutilizar paletes de madeira e aproveitar espaços com problemas ou de encharcamento, ou infestantes ou solos pobres. Numa pequena caixa pode ser plantadas aromáticas ou legumes.

#### Espiral de Plantas Aromáticas



É uma técnica de permacultura que permite reutilizar materiais, com objectivo de criar no mesmo espaço diferentes microclimas, permitindo ter plantas de sol, de sombra e intermédias.

#### Compostor de Paletes



A compostagem é um processo biológico que permite a transformação de resíduos orgânicos em matéria orgânica. Esta técnica envolve minhocas, insectos, microorganismos e outros. É importante ter em atenção a mistura de resíduos orgânicos, a temperatura, a humidade e o arejamento.

#### Camas Elevadas e Camas Capilares



Esta técnica permite melhorar a fertilidade do solo, reduzir a compactação do solo, aumentar a produtividade por m<sup>2</sup>, melhorar a drenagem do solo, melhorar o acesso às culturas e ajudar no controlo das infestantes.

#### Canteiros



Os canteiros serão semeados e plantados com culturas da época e sempre que possível de variedades locais e pretende-se demonstrar algumas das técnicas de agricultura biológica:

- Adubação Verde; Rotações; Consociações; Cobertura do Solo; Mobilização mínima; Fertilização Complementar; Protecção das Culturas com Pesticidas Naturais.

Anexo 6 - Cartaz produzido para a Conferência “Produtos Locais – Licenciamento, Diferenciação e Comercialização” (elaboração própria).

# CONFERÊNCIA "PRODUTOS LOCAIS - LICENCIAMENTO, DIFERENCIAÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO"

Esta conferência tem como finalidade compreender os problemas que as actividades de pequena escala enfrentam, bem como a importância dos produtos tradicionais para a preservação e animação dos territórios.

5 de Junho de 2013

Local: Auditório da CCDR Algarve — Faro Horário: Das 14h30 às 17h30

## Conferencistas:

- Ana Soeiro (QUALIFICA)
- Maria José Ilhéu (DG de Agricultura e Desenvolvimento Rural)

## Comentador:

- Ezequiel Pinho, Director Regional Adjunto de Agricultura e Pescas do Algarve

Inscrições gratuitas mas obrigatórias: [www.in-loco.pt](http://www.in-loco.pt)

Organização

 **IN LOCO 25**  
an  
a promover e desenvolver a cidadania

Apoio

 **CCDR**  
Algarve

Anexo 7 - Cartaz produzido para a Conferência “Circuitos Curtos de Produção e Consumo”  
(elaboração própria)

# Conferência “Circuitos Curtos de Produção e Consumo”

Local: Auditório da CCDR Algarve - Faro

Dia 26 de Junho das 14:30 às 17:30



Esta conferência abordará o tema da criação de uma economia de confiança baseada na relação directa entre produtores e consumidores.

Conferencistas convidados:

**José Diogo** (ADREPES)

**Maria José Mota** (Cooperativa Agrícola de Penafiel)

**Susana Oliveira** (Câmara Municipal de Penafiel)

A Experiência dos projectos  
“PROVE” e “Da Quinta para  
o Prato”

Inscrições gratuitas mas obrigatórias: [www.in-loco.pt](http://www.in-loco.pt)

Organização

**in LOCO** 25 anos  
*a promoção e desenvolvimento e a sustentabilidade*

Apoio

**CCDR**  
Algarve

# A CIDADANIA PARA A SUSTENTABILIDADE

## XIII Conferência OIDP | V Conferência Glocal

Centro de Congressos do Estoril - Cascais, Portugal, 2 a 5 de Julho de 2013

### GUIA DO VISITANTE

Portugal localiza-se na parte mais ocidental do continente Europeu. Ao entrar em Portugal por via aérea, um dos pontos de chegada mais comuns é o aeroporto de Lisboa, também o que se localiza mais perto de Cascais, aproximadamente 20 km, local onde a conferência terá lugar.

#### Tempo

Para a região de Lisboa e Cascais, a temperatura média em Julho varia entre os 17° C de temperatura mínima e os 27°C de temperatura máxima. É uma região com muita luz tendo uma média de 260 dias de sol por ano. Em Julho o tempo é normalmente quente e seco, por isso aconselha-se o uso de protecção adequada para o calor e sol. A probabilidade de ocorrência de precipitação é reduzida.

#### Moeda

A moeda usada em Portugal é o Euro (€).

#### Dinheiro

As Caixas de Multibanco podem ser encontradas facilmente em Cascais e em Lisboa.

Alguns contactos de bancos em Cascais:

- **Caixa Geral de Depósitos** - Alameda Combatentes da Grande Guerra, S/Nº (Edifício São José), 2750 - 326 CASCAIS.  
Telefone: (+351) 21 483 82 00
- **Banco BPI** - Av. 25 de Abril, EDF Hotel Cidadela, Cascais, 2750-512 Cascais.  
Telefone: (+ 351) 21 484 95 60
- **BES** - Av. 25 de Abril, 184-A Edifício Grei, 2750-511 Cascais  
Telefone: (+351) 21 883 46 08

Alguns contactos de bancos em Lisboa:

- **Caixa Geral de Depósitos** - Rua do Ouro, 49, 1150 - 060 LISBOA  
Telefone: (+ 351) 21 340 50 00
- **Banco BPI** – Praça D. João da Camara, 18, 1200-147 Lisboa.

Telefone: (+351) 217 207 718

- **BES** - Cais Do Sodré, 10/14, 1200-450 Lisboa  
Telefone: (+351) 21 883 43 52

### Como ir de Lisboa para Cascais

De metro e comboio:

No aeroporto apanhar o metro, linha vermelha e trocar na estação da Alameda para a linha verde que o levará até à estação de Cais do Sodré. Metro de Lisboa - <http://www.metrolisboa.pt/>

Na estação de Cais do Sodré apanhar o comboio para Cascais (CP – Linha de Cascais). Os comboios para Cascais partem da estação de Cais do Sodré todos os 20 minutos. O tempo de viagem dura aproximadamente 25 a 30 minutos. CP – Linha de Cascais:

<http://www.cp.pt/cp/displayPage.do?vnextoid=bf066e29d6b74010VgnVCM1000007b01a8c0RCRD&lang=pt>

### O que visitar em Cascais

Delimitada pelo Oceano Atlântico a sul e a oeste, a Costa do Estoril estende-se desde Carcavelos até ao extremo norte do município de Cascais. A região é rica em recursos naturais e construídos pelo homem, tais como: praias, museus, arquitectura, jardins e natureza.

Museus:

- **Casa das Histórias Paula Rego** – um local para visitar a obra da famosa pintora portuguesa, Paula Rego, e também alguns dos trabalhos do seu falecido marido Victor Willing.
- **Casa de Santa Maria** – uma construção de 1902, obra do arquitecto Raul Lino.
- **Farol Museu de Santa Marta** – sendo um farol ainda em uso pela Marinha Portuguesa para sinalizar a costa, pode ser visitado e também toda a área do forte.
- **Forte de São Jorge de Oitavos – Centro de Interpretação:** uma construção para a defesa militar da costa, oferece vistas privilegiadas da linha costeira e um centro de interpretação, pode-se visitar o forte e vislumbrar as peças de artilharia que se encontram espalhadas no local.
- **Museu da Música Portuguesa – Casa Verdades de Faria:** nasceu da colecção e investigação de Michel Giacometti e mais tarde reforçado pela doação do compositor Fernando Lopes Graça.
- **Museu-Biblioteca Condes de Castro Guimarães** – um edifício que data do início do Séc. XX mandado construir pelo aristocrata Jorge O’Neil, oferece uma mistura de estilos e um misticismo encantador.

Praias:

- Praia da Conceição
- Praia de Carcavelos
- Praia de São Pedro do Estoril
- Praia do Guincho

Mais informação sobre o que visitar em Cascais e no Estoril pode ser encontrada aqui: <http://www.estorilmeetings.com/en/region/estoril/cascais>

Ou para informação mais completa por favor visite um dos postos de turismo:

- Posto de Informação de Turismo de Natureza de Cascais  
Endereço: Avenida da República, 2750-475 Cascais  
Tel: (+351) 21 099 54 78  
Email: [geral@cascaisnatura.org](mailto:geral@cascaisnatura.org)
- Posto de Turismo de Cascais  
Endereço: Rua Visconde da Luz, 14, 2750-414 Cascais  
Tel: (+351) 21 482 23 27
- Posto de Turismo do Estoril  
Endereço: Arcadas do Parque, 2756-267 Estoril  
Tel: (+ 351) 21 468 76 30

### **O que visitar em Lisboa**

Lisboa é a capital de Portugal, como tal é muito rica em locais interessantes e actividades. Tudo depende dos seus interesses, que podem variar desde a cultura, arquitectura, museus, palácios e castelos, gastronomia, entre outros. Deixaremos uma pequena lista de sugestões, mas as atracções de Lisboa vão muito mais além.

1. Praça do Comércio
2. Mosteiro dos Jerónimos
3. Castelo de São Jorge
4. The Sé de Lisboa Cathedral
5. Torre de Belém

Para mais informações sobre o que visitar em Lisboa, por favor use: <http://www.visitlisboa.com>

Ou visite um posto de turismo:

- Posto de Turismo de Belém  
Endereço: Praça do Império, 1400-206 Lisboa  
Tel: (+351) 21 365 84 35
- Posto de Turismo do Aeroporto  
Endereço: Aeroporto da Portela

Por favor note que a maior parte dos museus e monumentos encerram à Segunda-feira.

## Sustentabilidade

Durante a sua visita a Portugal, por favor adopte um estilo de vida responsável. Viaje com pouco peso de modo a reduzir a emissão de CO<sub>2</sub>, traga apenas os objectos que não pode adquirir no local para onde viaja, escolha os transportes colectivos para se movimentar. Preste atenção ao livrar-se do lixo e recicle. Respeite as pessoas e a sua cultura.

Deixa-se a sugestão de visitar a Eco-Cabana, um modelo de habitação com reduzida pegada ecológica em Cascais. Lá pode requisitar uma BICA (bicicleta), apenas necessita da sua identificação e de assinar um termo de responsabilidade. Poderá visitar os seus locais preferidos sem emitir CO<sub>2</sub>.

## Perigos e Incómodos

Contactos da polícia em Cascais:

Em caso de urgência: (+351) 21 481 56 11

Localização: Polícia Municipal, Rua António Andrade Júnior 16, Alto Pampilheira, 2750-654 Cascais

Email: [policia.municipal@cm-cascais.pt](mailto:policia.municipal@cm-cascais.pt)

Lisboa tem uma taxa de crime reduzida, no entanto, tome cuidado como faria em qualquer grande cidade. A maioria dos crimes contra estrangeiros acontece na forma de arrombamento de carros, furtos de carteiras ou por esticção. Como prevenção use uma bolsa à cintura e conserve os seus valores escondidos e seguros. Seja mais prudente em locais sobre lotados como os autocarros e eléctricos. Em situações de roubo é preferível entregar os seus valores a colocar-se em risco. À noite (especialmente aos fins-de-semana) evite caminhar sozinho em locais como o Bairro Alto, Alfama e Cais do Sodré, de preferência apanhe um táxi. Evite os jardins e parques depois do pôr-do-sol.

## Serviços Médicos

Em Cascais:

Alguns contactos de hospitais e farmácia:

- **HPP Hospital de Cascais Dr. José de Almeida** – Tel. (+351) 214 653 000, Avenida Brigadeiro Victor Novais Gonçalves 2755-009, hospital privado. HPP Cascais - <http://www.hppcascais.pt/pt/Paginas/welcome.aspx>
- **Clínica Cuf Cascais** – Tel. (+351) 211 141 400, Rua Fernão Lopes, 60, 2750-663 Cascais, clínica privada. Clínica Cuf - <http://www.clinicacufcascais.pt>
- **Farmácia da Misericórdia de Cascais** – Tel. (+351) 214 830 141, Rua Regimento 19 de Infantaria, Cascais), uma farmácia central.

Em Lisboa:

- **Clínica Médica Internacional** – Tel. (+351) 213 513 310; Ave António Augusto de Aguiar 40; uma clínica privada com médicos que falam inglês. CMIL - <http://www.cmil.pt/EN/index.htm>
- **Hospital de Santa Maria** – Tel. (+351) 217 805 000; Avenida Professor Egas Moniz, HSM - <http://www.hsm.min-saude.pt>

- **Farmácia Estácio Rossio** – Tel. (+351) 213 211 390; Praça D. Pedro IV 60/3, Lisboa, uma farmácia central.

Número de Emergência Nacional: 112

## Mapas

### Diagrama do Metro de Lisboa



### Estação do Cais do Sodré em Lisboa



B- Estação de comboio do Cais do Sodré; C- Estação de Metro do Cais do Sodré.

## Cascais e Centro de Congressos do Estoril



A: Centro de Congressos do Estoril localizado a 300 metros da estação de comboios. Mais informação em: <http://www.estorilcc.com/en/welcome.aspx>

## Roteiro Turístico em São Brás de Alportel



Proposta para um percurso de um dia e para um percurso de meio-dia

