

OS TRILHOS DAS MONTANHAS DA MADEIRA ENQUANTO FATOR DE ATRAÇÃO DE TURISMO DE BTT

Jorge Soares*

Universidade da Madeira, Centro de Investigação em Des-
porto, Saúde e Desenvolvimento Humano, Portugal
jorges@staff.uma.pt

Rui Sousa

Universidade da Madeira, Portugal
rui_pedro_99@hotmail.com

*Autor correspondente

Resumo

Este estudo procura explicar a relevância de um evento desportivo de aventura nos trilhos das montanhas da Madeira (Calheta), enquanto fator de desenvolvimento local e turístico. Foram inquiridos 42 turistas praticantes de *BTT Enduro* (4 mulheres e 38 homens), de um total de 98 participantes no evento *Sandokan Enduro*, através de um questionário anónimo, realizado no final do evento. Adicionalmente, foi efetuada a análise de dados de um encontro *focus grupo* sobre o desenvolvimento do turismo desportivo local, que envolveu a participação de diversos atores organizacionais com responsabilidades no assunto. Os turistas desportivos em estudo visitaram a ilha da Madeira com o propósito de participar no *Sandokan Enduro*. Os motivos de participação mais mencionados estavam associados à diversidade e originalidade dos trilhos, bem como às paisagens magníficas das montanhas da Madeira. A maioria dos participantes viajou acompanhada, quer de familiares, quer de colaboradores e técnicos de apoio. Os turistas de *BTT Enduro* tendem a permanecer mais dias na Ilha, a fim de treinarem e experienciarem novos e desafiantes trilhos com paisagens e percursos únicos. As características ‘hard’ e de risco e aventura desta disciplina do ciclismo podem explicar a fraca adesão do sexo feminino, contudo, existe uma grande heterogeneidade etária. Para que o BTT de turismo se desenvolva, nas montanhas da Ilha da Madeira, é necessária uma estratégia concertada entre os políticos e os empresários locais, no sentido de investirem na organização de eventos desportivos, dentro de um contexto ambiental ordenado, assim como devidamente acreditado para o efeito.

Palavras-chave: BTT Enduro; Natureza; Turismo Desportivo; Trilhos.

Abstract

This study highlights the importance of an adventure sports event (*Sandokan Enduro*) on the mountain rails in Madeira (Calheta), as a factor of local and tourist development. The study includes the participation of 42 mountain bike (*BTT*) *Enduro* tourists (4 women and 38 men) out of a total of 98 practitioners. An anonymous questionnaire was applied after the end of the *Sandokan Enduro*. Additionally, the data gathered from a focus group was analysed; which was about the development of local sports tourism, and involved the participation of organizational actors with responsibilities for the matter. The sports tourists visited the Madeira Island with the purpose of participating in the *Sandokan Enduro*. The main motives for their participation were associated with the diversity and originality of the mountain rails, as well as the magnificent landscapes of Madeira. The majority of the participants travelled accompanied by family, friends, collaborators and support technicians. Tourists of *BTT Enduro* tend to stay longer on the Island in order to train, as well as to experience new and challenging rails with unique landscapes and routes. The ‘hard’ and risky features of the *BTT Enduro* may explain the poor participation by women, however, there is an evident diversity concerning the participants’ ages. For the development of *BTT* tourism in the mountains of Madeira, an integrated strategy is needed between politicians and local entrepreneurs in order to invest in the organization of specific sports events. In this sense, it is necessary to provide good policies for the environmental framework as sports areas, in order to respect the natural environment. These would include a properly accreditation of the rails and routes.

Keywords: *BTT Enduro*; Nature; Rails; Sports Tourism.

Introdução

Desporto e Turismo são duas atividades que tiveram origem nos tempos antigos. Desde a pré-história que os humanos viajam para fora do seu ambiente habitual, a fim de realizarem atividade física, mesmo que essas atividades nem sempre se tenham designado de turismo ou desporto. A relação entre os conceitos de turismo e de desporto tem evoluído nos últimos anos, com um conseqüente aumento da sua relevância na investigação. Tal decorre da observação do evidente crescimento da procura, juntamente com o desejo de experimentar novas sensações através do desporto durante as férias, sobretudo de curta duração. Ao mesmo tempo, a indústria do turismo parece ter descoberto uma opção que representa uma mais-valia para diferentes instituições, governos ou organizações privadas. Por seu lado, o turismo de aventura e de natureza tem-se tornado num negócio considerável, na medida em que cada vez mais pessoas procuram a melhoria do equilíbrio entre o trabalho e o lazer, e aprendem a apreciar o ambiente saudável de ar livre e de paisagens únicas (Neirotti, 2005; Sousa, 2014).

O *Sandokan Enduro* é uma prova de BTT da Taça Regional da Madeira e, simultaneamente, a última do troféu nacional denominado *Triple Crown – Atlantic Enduro*. Pertence a um conjunto de três provas que, pelas propriedades e especificidades das zonas geográficas onde as provas se realizam, colocam os ciclistas em condições de verdadeiro desafio e risco.

O *Enduro* é relativamente recente e conjuga características de outras duas disciplinas do BTT: o *Downhill* e o *Cross Country*. Tal como o nome indica, o *Downhill* consiste em descer a montanha, ultrapassando diversos obstáculos, com uma bicicleta todo o terreno. Por seu lado, o *Cross Country*, apesar da inexistência da quantidade e dificuldade daqueles obstáculos, testa as capacidades de resistência dos atletas, uma vez que a prova é realizada num circuito que contém tanto subidas como descidas.

O *Enduro* é uma prova que se divide em etapas constituídas por provas especiais de classificação (PEC). Estas etapas especiais são realizadas, sobretudo, de forma descendente, podendo haver uma pequena percentagem de subida em cada uma delas. O *Enduro* é caracterizado essencialmente pela autonomia do atleta, quer na deslocação, quer na sua alimentação e pela capacidade de resistência e de adaptação. Fora das etapas especiais, existem os troços de ligação que não contam para acumular tempos, mas têm limites de tempo para a sua realização. Caso contrário, os atletas são penalizados com segundos, ou minutos extra, consoante o atraso.

O evento *Sandokan Enduro* representa uma atividade que integra ciclistas de origem madeirense e de Portugal continental. Neste contexto, o estudo tem como objetivos: i) analisar a relevância do evento desportivo, enquanto fator de desenvolvimento local no âmbito do turismo de BTT; ii) identificar os pontos fortes da localidade e do evento para a atração e valorização do turismo de BTT; iii) contribuir para conhecimento do perfil do turista de BTT. Finalmente, pretende-se verificar se o Concelho em análise (Calheta) e a Madeira, em geral, têm uma estratégia integrada que envolva os diferentes *stakeholders*, no sentido de dinamizar o desenvolvimento do turismo de BTT, nos trilhos e percursos das montanhas.

Revisão de literatura

Os desportos realizados na natureza têm sido uma tendência e têm sentido um aumento de reputação entre os mais variados públicos. Com efeito, têm-se tornado num fenómeno moderno de ocupação de lazer, resultando num produto líder de turismo, ao ponto de se transformarem numa dimensão fundamental para a economia de certas regiões. As áreas protegidas

são alguns dos locais preferidos para a prática desportiva, como tal, o desporto merece uma acrescida atenção no contexto atual de planeamento e gestão destes territórios. Em muitos territórios e ilhas pequenas, com economias relativamente pouco competitivas e com ambientes naturais intocados, o turismo é frequentemente assumido como uma poderosa oportunidade de desenvolvimento. As características geográficas nestes locais podem ser consideravelmente diversas de um determinado ponto da ilha para outro, o que desperta o interesse dos turistas em visitá-las. Por este motivo, o turismo tem-se desenvolvido e dirigido para nichos de mercado, com destaque no produto turismo de aventura e desportivo, que tende a proporcionar experiências desafiantes, emotivas e inigualáveis (Silva & Almeida, 2014) e até memoráveis (Kim, 2010; Soares, Miragaia, & Almeida, 2014). Este setor pode trazer benefícios para a economia local, especialmente em áreas protegidas de todo o mundo devido à sua elevada procura, todavia é defendida uma gestão apropriada destes recursos ambientais, de forma a evitar impactos negativos.

O que torna estas áreas protegidas tão especiais e atrativas é o facto de possuírem uma fauna e uma flora com características únicas (Fyall & Jago, 2009; Quintal, 1996). No entanto, a prática de atividades neste contexto poderá causar alterações nas paisagens, sendo crucial o apelo à responsabilidade social de cada empresa ou organização. É possível, portanto, observar-se que o turismo pode modificar lenta ou rapidamente a situação social, económica e ambiental das comunidades, gerando impactos, quer positivos, quer negativos.

Os papéis e os impactos de um evento planeado inserido no turismo, estão bem documentados e são cada vez mais relevantes para a competitividade do destino turístico (Getz, 2008, Getz & McConnell, 2011; Kaplinidou & Gibson, 2010). Os eventos podem ainda representar outros papéis pertinentes, designadamente, o envolvimento e desenvolvimento da comunidade local, a renovação urbana, ou o desenvolvimento cultural, de forma a fomentar a identidade nacional ou local (Getz, 2008; Kurtzman & Zauhar, 2003).

Nos últimos anos, a tendência para potenciar os destinos turísticos, que apresentam um número de instalações desportivas consideráveis, tem sido a organização de eventos direcionados para o turismo desportivo, através de pequenos, médios ou grandes acontecimentos desportivos. A prosperidade de um destino está dependente do número e diversidade de produtos de turismo, juntamente com as estratégias de *marketing* eficazes, o apoio comunitário e a melhoria da experiência dos visitantes (Bornhorst, Ritchie, & Sheehan, 2010; Higham, 2005; Ratten, 2016). Outrossim, na preparação de um destino de turismo desportivo é necessário considerar três princípios básicos do processo de gestão: o planeamento estratégico que integra os contributos dos diversos stakeholders, a cultura e a mudança de gestão e a gestão da qualidade total do evento (Francis & Murphy, 2005), bem como a diversificação e categorização dos diferentes eventos desportivos e as suas principais características (Salgado-Barandela, Barajas, & Alén (2014). Neste sentido, o sucesso do evento desportivo é uma componente da eficácia organizacional, onde os vários *stakeholders*, quer os visitantes, quer os futuros visitantes e a comunidade local cooperam e contribuem para a realização do evento e para a prossecução de objetivos partilhados (Erick, 2007).

Tal como acontece em todas as viagens de interesse especial, o ‘evento de turismo’ deve ser analisado sob duas perspetivas: procura e oferta. A análise do consumidor exige a determinação de quem viaja para eventos e porquê, e ainda quem frequenta eventos durante a viagem. A avaliação do valor dos eventos, na promoção de uma imagem positiva do destino, também se inclui nesta dimensão. Do lado da oferta, a realização de eventos (e respetiva promoção), para o desenvolvimento dos destinos, deverá atender a múltiplos objetivos, nomeadamente: atrair turistas (especialmente nas épocas baixas); servir como catalisador para a

renovação urbana e para o aumento da capacidade de infraestrutura e também para a capacidade turística do destino; promover uma imagem positiva do destino e contribuir para o *marketing* geral do destino (incluindo estratégias para promover um lugar melhor para se viver, trabalhar e investir); e animar atrações ou áreas específicas (Getz, 2008). As motivações do espetador e do participante, em eventos especiais, dependem do indivíduo e do destino. Chalip e McGuirty (2004), por exemplo, verificaram que diferentes segmentos de participantes foram atraídos para diferentes atrações, referindo-se a eventos de desporto e a atrações turísticas dos destinos. Além disso, o evento desportivo em conjunto com todos os fatores que possam agradar ou não aos espetadores e participantes, quer internos ou externos ao evento, podem ser considerados atrações turísticas. Assim sendo, os organizadores de eventos e profissionais de *marketing* devem perceber e colaborar para atrair e manter os turistas visitantes, mas segundo o desenvolvimento de um turismo sustentável (Deenihan & Caulfield, 2015; Dickson & Robbins, 2009). Autores como Kaplanidou, Jordan, Funk e Ridinger (2012) indicam que a imagem do destino tem um papel fundamental na tomada de decisão, para a participação em eventos desportivos de turismo. A sustentabilidade de eventos desportivos torna-se mais evidente quando alguém considera eventos de pequena escala, que cumpram os princípios do turismo sustentável (Higham, 1999). Além disso, o portfólio de um evento desportivo de pequena escala, consistente com a infraestrutura comunitária e com o capital humano e cultural, pode ser uma forma sustentável de desenvolvimento turístico (Gibson, Kaplanidou, & Kang, 2012). Na maioria das vezes, os eventos de pequena escala têm um impacto positivo na localidade que os ‘acolhem’, uma vez que utilizam instalações existentes e atraem participantes locais, nacionais e internacionais (Highman, 1999).

Crompton (2006) e Matheson (2006) observaram que muitas vezes os eventos desportivos não trazem o impacto económico, social ou turístico esperado; pelo contrário, criam despesas e dívidas. Por esse motivo, é de considerar a sustentabilidade de cada evento. Késenne et al. (2011) defendem que os megaeventos têm uma repercussão global superior, mas estes implicam um risco mais elevado. Enquanto isso, eventos mais pequenos têm uma influência limitada, mas o seu impacto social é mais facilmente positivo, permitindo, igualmente, criar benefícios duradouros.

Como é sabido, as paisagens e características dos lugares são elementos para a seleção do destino, especialmente no que concerne à participação em eventos de turismo desportivo. Por exemplo, para o praticante de BTT, há uma interação inerente entre o corpo do indivíduo na paisagem e a bicicleta que é utilizada para percorrer aquela paisagem (Spinney, 2006). A compreensão das perceções e motivações do turista, estimulando-o a viajar para praticar desporto, é essencial para os organizadores e gestores. Desse modo, terão elementos para criarem/organizarem eventos desportivos de turismo sustentáveis e de sucesso para a localidade (Kulczycki & Halpenny, 2014). A sustentabilidade de eventos desportivos de turismo é fortemente influenciada por fatores ambientais, sociais e económicos, cujo foco está na dimensão ambiental e nos impactos económicos (Fyall & Jago, 2009).

Até anos recentes, a pesquisa sobre o turismo de bicicleta raramente era aprofundada e era conduzida de forma desarticulada (Deenihan & Caulfield, 2015). Além disso, não existe uma definição consistente de turismo de bicicleta (Lamont, 2009). Este autor explica que a definição de turismo de bicicleta deve incluir o objetivo de viajar para assistir (espetador) ou participar em eventos organizados, ou praticar de forma independente. De forma similar, Ritchie, Tkaczynski e Faulks (2010) definiram turismo de bicicleta como turismo que envolve assistir ou participar num evento de bicicletas, ou praticar de forma independente ou em passeios de bicicleta organizados.

O *Mountain Biking* realiza-se em vários terrenos, incluindo trilhos bem estabelecidos (Davis & Carter, 1994). As pessoas que praticam esta modalidade desportiva têm a habilidade de percorrer vários tipos de terrenos e obstáculos, por conseguinte tendem a preferir trilhos que constituam um desafio e sejam interessantes. Num estudo realizado por Bull (2006), no qual foram inquiridos 46 *mountain bikers* de Inglaterra, os resultados revelaram atitudes inconsistentes, no que diz respeito à importância do contexto da prova. Dos inquiridos, 55% indicaram que o local não é um elemento importante para uma viagem de bicicleta. Contudo, 53% concordaram com a afirmação de que viajavam para participarem em provas de bicicleta porque gostavam de provas em ambientes atraentes e desafiantes. Além disso, a maioria demonstrou preferência por ambientes rurais (36%), em detrimento de ambientes urbanos (0%).

As motivações, definidas como um processo interveniente ou estados internos de um indivíduo que o impulsionam para uma determinada ação, podem informar acerca do porquê da escolha de um determinado local para visitar. Getz e McConnell (2011), por exemplo, descobriram que turistas praticantes de BTT tinham como motivações primárias o desafio e a excitação de fazer algo novo, enquanto outras motivações, como socializar e competir, foram abordadas secundariamente. Num estudo *online*, aplicado a 564 membros de grupos de bicicletas, realizado por Ritchie, Tkaczynski e Faulks (2010), as principais motivações dos praticantes incluíam: interesse em experiências de aventura, domínio de competências, desafio pessoal, relaxamento/fuga e encontros sociais. Os fatores que se destacam, na tomada de decisão para uma viagem, incluem a perceção da atratividade do destino e a sua ‘disponibilidade’ para momentos de lazer e recreativos (Arndreu, Kozak, Avci, & Cifter, 2005; Kaplanidou & Gibson, 2010; Kaplanidou & Vogt, 2007; O’Connor & Brown, 2010; Park & Yoon, 2009).

Independentemente do local de realização, o desporto contribui para a identidade e características do local através de interações sociais, compromisso e nostalgia (Hinch & Higham, 2004; Tonts & Atherley, 2010). À medida que os produtos desportivos são criados e usados, os espetadores e os atletas desenvolvem afetividade pelo lugar onde acontecem. Adicionalmente, atletas e espetadores podem reforçar a sua própria identidade (identidade do local), através da participação ou observação de uma atividade desportiva nesse local (Gibson, Willming, & Holdnak, 2002; Green & Chalip, 1998; Morgan, 2007). As intenções para regressar a um destino ou evento turístico foram associadas às características dos locais, especificamente à atmosfera do destino, ao contexto cultural e às características do evento. Estas contribuem para aumentar a identidade e a dependência dos turistas desportistas ativos (Kaplanidou et al., 2012). Num estudo realizado por Kulczycki e Halpenny (2014), com participantes num evento de bicicletas, ‘Banff Bike Fest’ (Canadá), as respostas dos participantes, no que respeita às motivações para viajar, revelaram-se muito homogéneas. Os participantes deram menor importância a atividades culturais e maior importância às oportunidades de participação em atividades sociais, interação e aproveitamento da natureza. Os resultados do estudo sugerem que os participantes deste evento estavam cientes da paisagem única do parque e dos trilhos. A literatura relacionada com as provas e turismo de bicicleta destaca o interesse dos participantes nas paisagens e trilhos únicos.

Metodologia

Este estudo envolve uma metodologia de análise mista, integrando dois procedimentos de recolha de dados: a) um questionário anónimo, que serviu para conhecer o perfil do turista praticante e a sua ligação à Madeira, com o propósito de praticar um evento desportivo; b)

um encontro de *focus* grupo sobre a temática do desporto e o desenvolvimento do turismo local, que envolveu a participação de representantes com responsabilidades distintas no turismo, no desporto e na administração pública e empresarial; todos com interesse e ligação direta ao assunto em análise. Quanto ao questionário, este foi aplicado a 42 praticantes (de um total de 98) num evento realizado durante um fim de semana de novembro de 2015, os quais assumiram, pelo menos, uma dormida fora do local de residência. Os questionários foram aplicados por estudantes do Mestrado de Atividade Física e Desporto da Universidade da Madeira, de acordo com a conveniência, a proximidade e possibilidade dos participantes, especialmente após o final do evento de competição e dos treinos. O questionário contemplava três seções: a) a primeira reportava-se às variáveis de perfil do turista praticante de BTT; b) a segunda integrava três variáveis económicas: número de dias de permanência no destino; os acompanhantes e os gastos diários locais; c) a terceira incluía variáveis respeitantes ao objetivo principal da participação no evento desportivo, os motivos principais de visita à Madeira e os aspetos mais fortes e mais fracos da organização do evento. O questionário foi construído de raiz, tendo por base o contributo de dois especialistas na área da modalidade e foi validado através de um pré-teste, aplicado a 4 turistas de BTT.

Dos 42 participantes inquiridos, 12 residiam na Madeira, 28 tinham viajado de Portugal continental e 2 do estrangeiro. Apesar de terem participado 98 atletas na prova (35 atletas residentes, 45 atletas nacionais e 18 internacionais), só nos foi possível inquirir 42, num total de 4 mulheres (9,5%) e 38 homens (90,5%).

A análise dos dados incluiu a estatística descritiva. As variáveis contínuas e categóricas foram expressas como média \pm desvio padrão (DP) e percentagem de participantes, respetivamente.

O encontro de *focus* grupo foi organizado no âmbito do evento desportivo, com a participação de representantes de diversas entidades públicas e privadas, com e sem fins lucrativos: um diretor da administração pública regional com competências na regulamentação e preservação da natureza; um diretor da administração pública da área do desporto e outro da área do turismo; três responsáveis por empresas que oferecem serviços de BTT para turistas, dois responsáveis pela organização do evento, dois atletas experientes, dois empresários locais e cinco estudantes do ensino superior. O tópico do *focus* grupo foi o turismo desportivo, com o seguinte subtema: relevância da organização de eventos de BTT, enquanto fator de desenvolvimento turístico e económico local. Especificamente, o encontro suscitou o debate de ideias em torno das seguintes questões:

- a) Qual é o “denominador comum” existente entre os vários participantes no grupo? É possível identificarem-se preocupações e pretensões comuns que possam gerar uma estratégia local integrada?
- b) Que impacto local pode uma empresa gerar através do BTT?
- c) Qual a necessidade de ordenação/ regulação para o uso dos trilhos nas montanhas?
- d) O Concelho da Calheta afirma-se como capital do BTT da Madeira? O que é que o Concelho da Calheta tem de específico e único para o BTT?
- e) Para o turismo desportivo, que mais-valias a Madeira oferece para este desporto?
- f) É possível a realização de um megaevento desportivo-turístico na região?

A discussão de ideias foi dinamizada por um dirigente desportivo com formação superior e experiência reconhecida na organização de eventos desportivos de nível internacional.

Apresentação dos resultados

A maioria dos inquiridos é do sexo masculino (90,5 %) e apenas 4 são do sexo feminino, o que representa 9,5 % dos participantes. A idade dos participantes varia entre os 15 e os 51 anos, existindo assim uma heterogeneidade de idades. No entanto, notou-se uma maior concentração de participantes nas idades compreendidas entre os 30 e os 39 anos, o que representa 47,6 % da amostra. Finalmente, 23,8% dos participantes têm idade superior a 40 anos. Dos indivíduos inquiridos, 50% estão inseridos na categoria formação académica ‘9º ao 12º anos’; 38,1% possuem o grau de licenciado e os restantes 11,9% detêm o grau de mestre. Como podemos verificar na Tabela 1, 38,1% dos participantes inquiridos praticam esta modalidade há mais de 9 anos – ‘>9’ –; 28,6% dos participantes estão inseridos na categoria ‘4-8’ anos de prática da modalidade; e entre estas ficou a categoria ‘<3’, que obteve uma percentagem de 33,3% de participantes.

Tabela 1. Dados do perfil do turista participante.

Perfil do turista participante		N	%
Sexo	Feminino	4	9,5
	Masculino	38	90,5
Idade	<29	12	28,6
	30-39	20	47,6
	>40	10	23,8
	Total	42	100
Local de Origem	Madeira	12	28,6
	Portugal	28	66,7
	Estrangeiro	2	4,8
Formação Académica	9º ao 12º ano	21	50,0
	Licenciado	16	38,1
	Mestre	5	11,9
Nº de anos como praticante de BTT	<3	14	33,3
	4-8	12	28,6
	>9	16	38,1
Há quantos anos viaja para fora da sua localidade para praticar BTT	<1	12	28,6
	2-4	14	33,3
	5-7	10	23,8
	8-20	6	14,3
Participa individualmente ou em equipa	Individual	23	54,8
	Equipa	19	45,2
Patrocinador	Com patrocinador	15	35,7
	Sem patrocinador	27	64,3

A maioria dos participantes (14 indivíduos) viaja há pelo menos dois anos, mas não mais que quatro anos, para fora da sua localidade para praticar BTT (categoria ‘2-4’). A categoria seguinte, em termos de participantes (28,6%), é a ‘<1’. Ou seja, 12 dos inquiridos viajam há menos de 1 ano para praticar BTT. Como constatado anteriormente, a maioria dos participantes inquiridos pratica BTT há mais de 9 anos, mas apenas 14,3% viajam há mais de 8 anos (e menos de 20 anos) para fora da sua localidade de residência.

A participação individual representa uma grande parte da amostra recolhida, i.e., 54,8% dos inquiridos. Os restantes 45,2% participaram como equipa no evento, com 35,7% dos desportistas a serem patrocinados.

Relativamente ao número de dias na Madeira, verificou-se que os turistas participantes provenientes de Portugal continental passaram mais dias que a duração da prova, visto que 26

participantes passaram, em média, 4,23 dias na Madeira. Note-se que a prova teve a duração de dois dias. Pela observação da Tabela 2 é possível verificar, ainda, que os turistas desportivos de Portugal continental foram os praticantes que passaram, em média, mais tempo na Madeira.

Tabela 2. Número de dias de permanência na Madeira dos participantes.

Número de dias	Portugal continental	Madeira	Estrangeiro
N turistas participantes	26	6	2
Mínimo	2	2	2
Máximo	6	5	4
Média	4,23	3,00	3,00

Em relação à questão “Visita a Madeira ou a Calheta só ou acompanhado?”, os resultados indicam que 95% dos 42 atletas inquiridos (ou seja 40) fizeram-se acompanhar por um total de 98 amigos, familiares ou companheiros.

Tabela 3. Número de acompanhantes associados ao local de origem.

Número de dias	Portugal continental	Madeira	Estrangeiro	Total
Nº de participantes	28	12	2	42
Nº de acompanhantes	63	32	3	98
Média	2,25	2,67	1,50	2,33

Entre os 28 participantes de Portugal continental, registam-se 63 pessoas acompanhantes na visita à Madeira. Os 11 participantes madeirenses fizeram-se acompanhar de 32 pessoas, na deslocação à Calheta. Dos 2 estrangeiros inquiridos, registou-se 3 acompanhantes na totalidade. De Portugal continental, em média, duas pessoas (estatisticamente 2,25) acompanharam um participante na deslocação à ilha. Dos participantes residentes na ilha, a deslocação à Calheta teve em média 2,91 acompanhantes por participante. Dos participantes estrangeiros, a média de acompanhantes por participante foi de 1,50.

Tabela 4. Despesas diárias dos turistas participantes.

	Euros	N	%
Valor de despesa diária	<39	17	40,5
	40-99	13	31
	100-199	6	14,3
	>200	6	14,3

Os valores mínimos e máximos de gastos diários assumidos foram respetivamente 0€ e 500€. Tal discrepância poderá dever-se ao facto de alguns participantes inquiridos serem residentes da ilha da Madeira, não tendo, portanto, despesas durante a prova (o almoço de sábado e os transportes foram oferecidos pela organização). No que aos turistas desportivos inquiridos concerne, como se pode observar na Tabela 4, 40,5% dos participantes gastaram até 39 € por dia. Da outra grande parcela, 31%, gastou entre os 40 € e os 99 € por dia, e os restantes 28,6% gastaram mais de 100 € por dia.

Através do Gráfico 1, é possível observar que 20 (43,5%) dos turistas participantes mencionaram o ‘divertir-se’ como sendo o objetivo principal da participação na prova. A segunda resposta mais comum entre os inquiridos foi ‘obter o melhor resultado possível’ (12, ou seja 26,1% dos inquiridos). Com estes dados verificamos que 43,5% dos participantes

inquiridos responderam “divertir-se”. O significado de diversão pode diferir de pessoa para pessoa, ainda assim podemos afirmar que esta prova esteve muito associada à recreação.

De acordo com a lista de participantes no evento, é possível verificar que apenas dois dos atletas participantes eram profissionais (entendendo-se por profissional aquele que integra uma equipa nacional e/ou internacional, participa em provas europeias e mundiais e recebe salário para praticar BTT). Ainda assim, a resposta ‘obter o melhor resultado possível’ foi a segunda mais referida pelos participantes inquiridos.

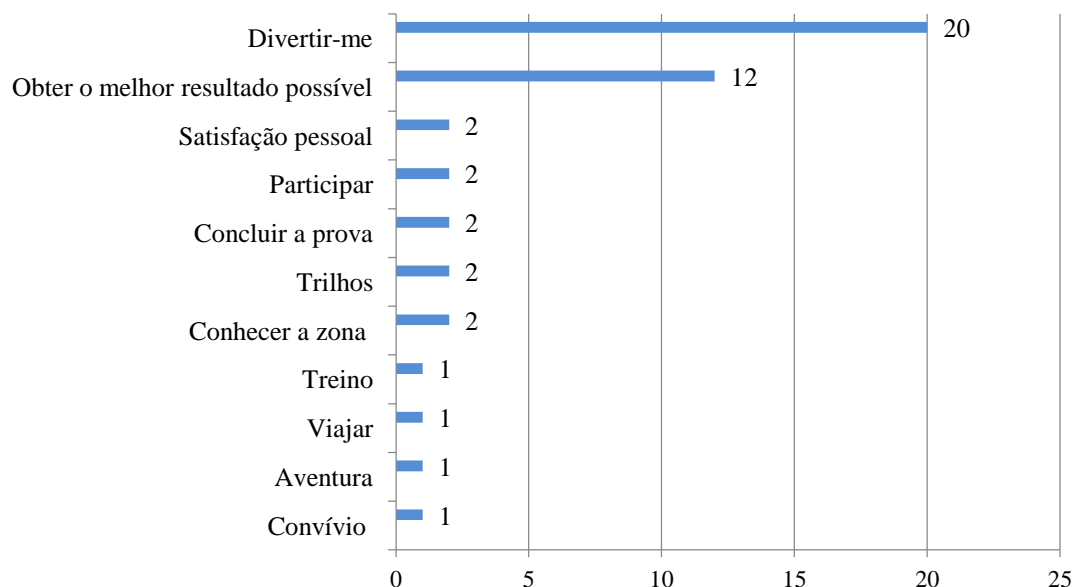


Gráfico 1. Objetivo de participação no evento *Sandokan Enduro*.

Ao observar o Gráfico 2, podemos aferir que o motivo principal da visita à Madeira/Calheta foi o *Sandokan Enduro* (45,1%). O segundo motivo mais referenciado foi conhecer a Madeira (23,5%) e o terceiro motivo foram os trilhos (13,7%).

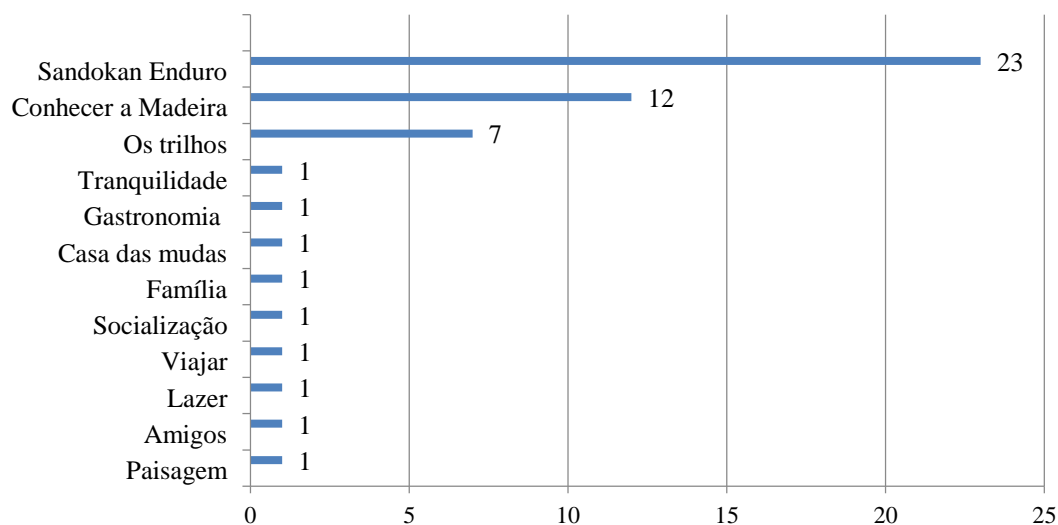


Gráfico 2. Motivo principal da visita à Madeira/Calheta.

O Gráfico 3 revela que 45% dos participantes referiram os “trilhos” da competição como fator decisivo para participar neste evento. Tendo em conta os resultados alcançados (31% Trilhos), podemos deduzir que os trilhos tendem a ser um dos pontos mais fortes na realização deste tipo de eventos. Os aspetos organizativos obtiveram um resultado igual aos trilhos, sendo este o segundo ponto forte da prova (31%).

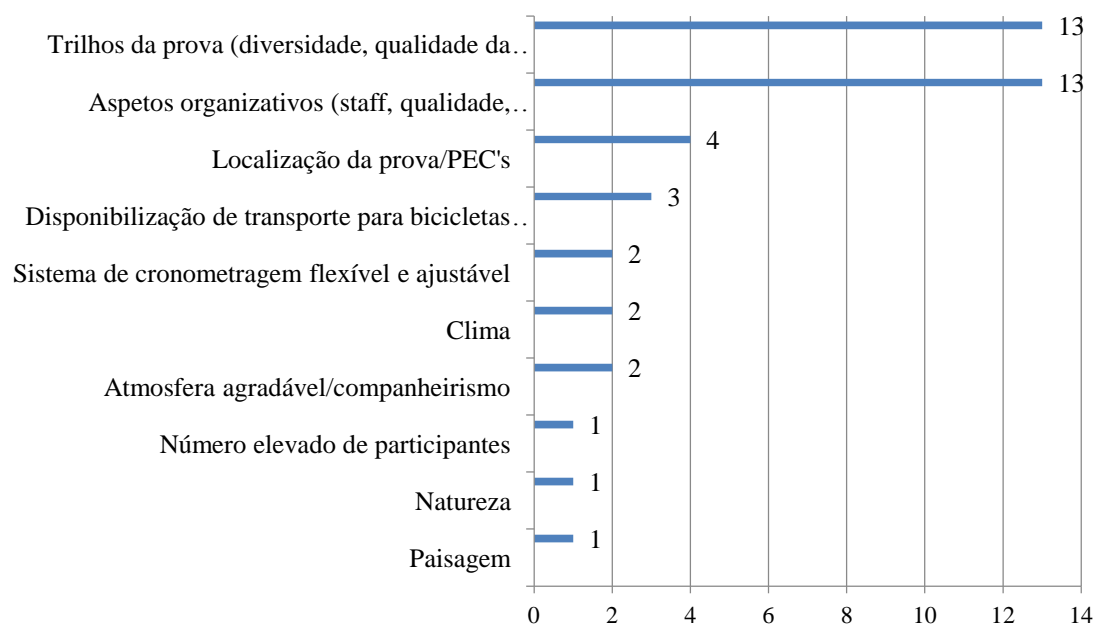


Gráfico 3. Os pontos fortes do evento *Sandokan Enduro*.

Os dados dos Gráficos 2 e 3 demonstram o interesse dos turistas em participar na prova e, conseqüentemente, conhecer a Madeira e os seus trilhos. A dimensão social e recreativa promovida na prova também é valorizada.

O terceiro ponto forte, com 9,5% – Localização da Prova/PEC's –, representa um fator preponderante. De facto, releva o lugar como potencial turístico, ao mesmo tempo que destaca a necessidade de considerar esta atividade para o desenvolvimento de um turismo sustentável.

Do ponto de vista da análise qualitativa das respostas, às questões que foram lançadas no encontro entre os diferentes atores organizacionais com responsabilidade na matéria, destacaremos as principais ilações que ajudam a compreender a relevância destes eventos desportivos para o desenvolvimento do turismo local.

Primeiramente, da exposição dos pontos de vista dos diversos atores organizacionais, ficou evidente a relevância dos trilhos e a sua preservação como um produto natural com potencial turístico-desportivo. Depreende-se a preocupação estratégica de utilizar os pontos fortes dos trilhos como fator de atração de turismo de BTT, quer na perspetiva do turista que pretende ter experiências adversas, únicas e arriscadas, quer na perspetiva do turista mais descontraído, que pretende usufruir de percursos agradáveis com paisagens únicas sobre a montanha, a vegetação e o mar.

Os resultados apresentados na reunião permitiram identificar o impacto económico que esta modalidade pode gerar no desenvolvimento local e turístico, a partir do exemplo de uma pequena empresa local. Segundo o ponto de vista do responsável de uma das pequenas empresas locais, que explora o turismo de BTT, é possível alcançar 3000 turistas/ano (8 turistas de BTT/dia), que permanecem na Ilha entre 4 a 7 dias, com o apoio de 5 guias profissionais (num ano razoável). Existe uma considerável procura por esta atividade de turismo ativo, sem que haja uma estratégia de publicidade e de *marketing* agressiva a nível local. Uma das preocupações evidenciadas por um dos responsáveis empresariais foi: “Estamos a vender os trilhos e as montanhas da Calheta/Madeira, mas não podemos ir para a serra”. Esta afirmação, em forma de desabafo, advinha do facto de haver muitos trilhos e percursos não homologados, nem autorizados para o exercício desta atividade. Do ponto de vista da utilização da natureza e do parque natural das serras da Madeira, parece existir muito por fazer no que concerne ao ordenamento e ao levantamento dos trilhos autorizados para o efeito. Notou-se um conflito iminente entre as necessidades de preservação da natureza, no sentido de se evitar impactos negativos naturais, resultantes do uso excessivo dos trilhos por parte dos ciclistas, e as necessidades das empresas de turismo de BTT, que procuram responder a uma procura deste destino de turismo de aventura. Embora não restem dúvidas quanto ao potencial que a ilha da Madeira oferece para a prática desta modalidade, regista-se um certo conflito de interesses entre a administração pública regional e os praticantes locais e as empresas turísticas que organizam este tipo de atividades. Denotámos a preocupação da entidade pública em salvarguardar e regulamentar os espaços (trilhos), que representam uma mais-valia para a atração de praticantes e turistas. A preservação dos trilhos, i.e., a salvaguarda destes espaços naturais, não significa proibir a atividade, mas sim torná-la ‘sustentável’ e viável. A revisão ou a introdução de uma nova regulamentação poderia e/ou deveria ser um começo. “A atividade necessita de locais próprios para a prática, ninguém vem à Madeira para andar em ‘estradas’... é preciso regulamentar, sinalizar, trabalhar de raiz, para que os trilhos se tornem legais e sustentáveis” (Responsável organizativo do evento).

As entidades presentes manifestaram preocupação em criar sinergias para regulamentar devidamente esta atividade e, conseqüentemente, alcançar um equilíbrio entre a utilização/preservação dos espaços verdes e respetivos trilhos. Com o desenvolvimento desta atividade, é necessário criar regras e diretrizes que permitam uma melhor organização, sem com isso ultrapassar os limites que coloquem em causa a preservação do território. A legislação necessita de ser alterada e renovada, sendo importante criar trilhos georreferenciados, ou até ir mais além e criar uma carta de desporto de natureza.

“É possível a realização de um megaevento desportivo-turístico na região?”

Segundo as informações obtidas dos intervenientes, a Madeira não tem capacidade nem estrutura para acolher megaeventos, em ambiente natural, sob pena de se provocarem danos irreparáveis no parque natural. Os intervenientes sugerem que os eventos devem ser organizados de maneira a provocar impacto económico local significativo, corresponder e atrair o turista que gasta dinheiro ‘extra-desporto’, permanecendo na Ilha por vários dias. Devem ser criadas sinergias, ou seja, uma estratégia de cooperação entre as organizações locais e as empresas. É necessário apostar num turismo experiencial, virado para a socialização e experiência em locais únicos. Para além dos praticantes diretos, deve-se pensar nos familiares e acompanhantes, mantendo-os ocupados de acordo com os seus interesses. As pessoas gostam da descoberta de novos produtos. Ao invés de um turismo de massas, é preferível privilegiar um turismo de diversidade, de qualidade e singularidade.

Discussão e conclusões

O evento *Sandokan* caracteriza-se por atrair, sobretudo, turistas desportivos do sexo masculino, com literacia elevada e com um leque de idades variado, verificando-se uma maior incidência na faixa etária dos 30 aos 39 anos. Embora se tenha observado participação internacional no evento, a maioria dos inquiridos eram provenientes de Portugal continental, ficando a maior parte destes alojada no Concelho da Calheta. Os inquiridos oriundos de Portugal continental passaram, em média, mais tempo na ilha da Madeira do que os restantes.

A diferença de participação entre o sexo masculino e o feminino poderá ser explicada pelas características ‘*hard*’ deste desporto, pelas características dos trilhos que apresentam um desnível acentuado e pelo percurso imprevisível. Por outro lado, o nível de exigência físico para alcançar velocidades consideráveis, associado às descidas inclinadas e mudanças sistémicas, faz com que o desporto de BTT esteja mais direcionado para o sexo masculino e para um público mais aventureiro. Apesar das características ‘*hard*’ do evento desportivo, a larga maioria dos participantes tem mais de 30 anos, havendo inclusive uma participação de 23,8% com idade superior a 40 anos. Ao associarmos estes resultados com os motivos de participação, identificam-se diferentes grupos de participantes que não se enquadram na competição ao mais alto nível. Muitos participantes estão motivados para a superação e desafios pessoais, procurando alcançar objetivos que se prendem com o prazer e diversão na prática desportiva competitiva, bem como experienciar trilhos desafiantes. No estudo de Getz e McConnell (2011), os praticantes de BTT tinham como referências primárias o desafio e a excitação em fazer algo novo, enquanto outras motivações como o competir e socializar surgiram secundariamente. No nosso estudo, pudemos constatar algo semelhante, sendo que o motivo mais mencionado foi ‘conhecer a Madeira/trilhos da Madeira’, enquanto o ‘socializar’ e ‘competir’ surgiram com menor destaque.

A Calheta parece reunir condições ímpares para a realização diferenciada de atividades de BTT de turismo, quer na perspetiva mais ‘*soft*’, quer na perspetiva mais ‘*hard*’ da atividade física, incluindo a organização de eventos desportivos de alto nível competitivo. O facto de muitos praticantes pretenderem melhorar o seu resultado desportivo na prova, poderá ser explicado pela capacidade dos atletas, pelos respectivos patrocínios, bem como pelas condições para competir. A título de exemplo, o atleta Emanuel Pombo, natural do Concelho da Calheta e por diversas vezes campeão nacional de *Downhill*, refere que viaja pelo mundo a competir e a treinar, mas que os melhores trilhos são mesmo os da sua localidade! Afirma, ainda, que o Concelho da Calheta oferece excelentes condições naturais para a prática de *Downhill* e *Enduro*. Este mesmo Concelho foi o primeiro na Região Autónoma da Madeira a divulgar informação sobre os locais existentes para a prática de BTT. É possível ter acesso a um roteiro com 9 diferentes trilhos de BTT devidamente classificados (CM Calheta, 2016).

Pelo facto deste evento integrar uma prova de âmbito regional e nacional (*Triple Crown*), era expectável uma maior participação de atletas portugueses. Mesmo sendo uma prova realizada numa ilha ultraperiférica, registou-se uma participação de ciclistas residentes em Portugal continental superior à de ciclistas residentes na Madeira, o que poderá significar que este troféu *Triple Crown* é de elevado interesse para os ciclistas nacionais.

Do ponto de vista da captação de turistas para a ilha da Madeira, pode afirmar-se que uma das conclusões mais promissoras é o facto dos turistas praticantes de BTT serem desportistas aficionados da modalidade, que se deslocam para fora da sua área de residência com o propósito principal de realizar provas de BTT *Enduro*. De acordo com os dados apurados, concluímos que a Calheta oferece condições interessantes e atrativas para a realização deste

evento, sendo um dos motivos principais para visitar a Ilha da Madeira. O evento, por si só, foi capaz de estimular os inquiridos a visitar a ilha da Madeira, pois foi indicado como o principal motivo, seguido de conhecer a ilha e os trilhos. Este é um dos pontos mais relevantes do estudo, anteriormente corroborado por outros autores (Devine, Bolan, & Devine, 2010). Esta mesma ilação está implícita na análise decorrente do encontro realizado com os principais intervenientes da reunião de grupo. Também foi evidente a necessidade de preservar as características ímpares dos trilhos, no respeito pela diversidade e identidade do meio natural.

A maior parte dos turistas praticantes viajou acompanhada de amigos, familiares ou companheiros, numa proporção de dois acompanhantes por turista. No entanto, não foi identificada uma estratégia de comunicação e de envolvimento dos acompanhantes em atividades turísticas ou complementares ao evento. Mais, não foi encontrada uma informação planeada vocacionada para os espetadores, não obstante a modalidade proporcionar paisagens espetaculares com interesse comercial e internacional. Isso mesmo pode ser comprovado pelos milhares de visitantes dos *sites* e redes sociais, onde se encontram imagens do evento (por exemplo, no Youtube, o evento de 2014 tinha 19 mil visualizações). Uma estratégia competitiva poderá ser a criação e oferta de atividades para os acompanhantes dos turistas de BTT, uma vez que estes representam, pelo menos, o dobro do número de atletas. Por conseguinte, o aumento da participação de atletas vindos de fora poderá significar um impacto económico interessante para o destino turístico. Para além dos praticantes diretos, é forçoso ter em consideração os acompanhantes, mantendo-os ocupados conforme os seus interesses. Partindo da nossa realidade turística e atendendo ao nicho de praticantes de aventura de BTT, devemos privilegiar um turismo de qualidade e de experiências únicas, ao invés de um turismo de massas. Simultaneamente, do ponto de vista da sustentabilidade e da preservação da natureza e da sua flora, a organização de eventos desportivos de turismo deverá atentar aos fatores de impacto ambiental e social (Fyall & Jago, 2009).

Outra recomendação estratégica está relacionada com o investimento num evento mais direcionado para os espetadores e para atração de patrocinadores desta modalidade, o que não se verificou este ano, devido à falta de sinalização e de guias para os mesmos, algo percecionado pelos próprios desportistas. Um aumento do número de espetadores poderá aumentar o impacto financeiro, turístico e promocional do evento.

Em relação aos gastos diários, estima-se que os 41 participantes no estudo tenham gasto um total aproximado de 3200 euros diários (78€/praticante).

Do ponto de vista da análise dos aspetos organizativos da prova desportiva, os trilhos, a sua diversidade/qualidade e a organização foram indicados como os pontos mais fortes do evento, indo de encontro (principalmente o primeiro) às características únicas proporcionadas pela ilha da Madeira. É importante reforçar o interesse neste tipo de eventos, os quais permitem atrair um maior número de turistas de nichos específicos à ilha, possibilitando a descoberta de fatores diferenciadores que incidem na diversificação e sustentação das atividades desportivas.

Como limitação do estudo, consideramos que o número de participantes inquiridos não permitiu uma análise diferenciada por *clusters* e por grupos de turistas ativos. É fundamental continuar a estudar mais e novos grupos de turistas de BTT, a fim de obter ilações mais consistentes e representativas. Por outro lado, é necessário continuar a acompanhar a participação dos diversos atores e *stakeholders*, no sentido de compreender a estratégia local para o desenvolvimento de novos produtos de turismo desportivo, associado às montanhas e ao ambiente natureza favorável.

Referências bibliográficas

- Arndreu, L., Kozak, M., Avci, N., & Cifter, N. (2005). Market segmentation by motivations to travel: British tourists visiting Turkey. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 19 (1), 1–14. doi: http://dx.doi.org/10.1300/J073v19n01_01
- Bornhorst, T., Ritchie, J., & Sheehan, L. (2010). Determinants of tourism success for DMOs & destinations: An empirical examination of stakeholders' perspectives. *Tourism Management*, 31(5), 572-589. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2009.06.008>
- Bull, C. (2006). Racing cyclists as sport tourists: The experiences and behaviors of a case study group of cyclists in East Kent, England. *Journal of Sport & Tourism*, 11(3 & 4), 259–274. doi: <http://dx.doi.org/10.1080/14775080701400927>
- Chalip, L., & McGuirty, J. (2004). Bundling sport events with the host destination. *Journal of Sport & Tourism*, 9(3), 267–282. doi: <http://dx.doi.org/10.1080/1477508042000320241>
- Câmara Municipal da Calheta. (2016). Percursos de BTT. Câmara Municipal da Calheta, Madeira, Portugal. Disponível em <http://www.cmcalheta.pt/pt/visitar/percursos-btt>
- COMMENCAL. (2014). *Sandokan Enduro, Madeira* (2014) [Ficheiro em vídeo]. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=iUbyWBUpChA>
- Crompton, J. (2006). Economic Impact Studies: Instruments for Political Shenanigans?. *Journal of Travel Research*, 45, 67-82. doi: 10.1177/0047287506288870
- Davis, D., & Carter, D. (1994). *Mountain biking*. Champaign: Human Kinetics.
- Deenihan, G., & Caulfield, B. (2015). Do tourists value different levels of cycling infrastructure? *Tourism Management*, 46, 92–101. doi:10.1016/j.tourman.2014.06.012
- Devine, A., Bolan, P., & Devine, F. (2010). Online destination marketing: Maximising the tourism potential of a sports event. *International Journal of Sport Management and Marketing*, 7 (1/2), 58–75. doi: 10.1504/IJSMM.2010.029712
- Dickson, J., & Robbins, D. (2009). “Other people, other times and special places”: A social representations perspective of cycling in a tourism destination. *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 6 (1), 69–85. doi: 10.1080/14790530902847095
- Erick T. (2007) Stakeholders in sustainable tourism development and their roles: applying stakeholder theory to sustainable tourism development. *Tourism Review*, 62(2), 6-13. doi: 10.1108/16605370780000309
- Fyall, A., & Jago, L. (2009). Sustainability in sport and tourism. *Journal of Sport & Tourism*, 14 (2–3), 77–81. doi: 10.1080/14775080902965017
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29 (3), 403-428. doi: 10.1016/j.tourman.2007.07.017
- Getz, D., & McConnell, A. (2011). Serious sport tourism and event travel careers. *Journal of Sport Management*, 25, 326–338. doi: 10.1123/jsm.25.4.326
- Gibson, H., Kaplanidou, K., & Kang, S. (2012). Small-scale event sport tourism: A case study in sustainable tourism. *Sport Management Review*, 15, 160–170. doi:10.1016/j.smr.2011.08.013
- Gibson, H., Willming, C., & Holdnak, A. (2002). “We’re Gators . . . Not just Gator fans”: Serious leisure and University of Florida Football. *Journal of Leisure Research*, 34(4), 397–425.
- Green, B., & Chalip, L. (1998). Sport tourism as the celebration of subculture. *Annals of Tourism Research*, 25 (2), 275-291. doi:10.1016/S0160-7383(97)00073-X
- Francis, S., & Murphy, P. (2005). Sport Tourism Destinations: the active sport tourist perspective. In J. Higham, *Sport Tourism Destiantion: issues, Opportunities and Analysis* (pp. 73-92). Oxford: Elsevier.
- Higham, J. (2005). *Sport Tourism Destinations. Issues, Opportunities and Analysis*. Oxford:

Elsevier.

- Higham, J. (1999). Commentary- Sport as an avenue of tourism development: An analysis of the positive and negative impacts of sport tourism. *Current Issues in Tourism*, 2(1), 82–90. doi: 10.1080/13683509908667845
- Hinch, T., & Higham, J. (2004). *Sport tourism development*. Clevedon: Channel View.
- Kaplanidou, K., Jordan, J., Funk, D., & Ridinger, L. (2012). Recurring sport events and destination image perceptions: Impact on active sport tourist behavioral intentions and place attachment. *Journal of Sport Management*, 26, 237–248. doi: 10.1123/jsm.26.3.237
- Kaplanidou, K., & Gibson, H. (2010). Predicting behavioral intentions of active event sport tourists: The case of small-scale recurring sports events. *Journal of Sport & Tourism*, 15(2), 163–179. doi:10.1080/14775085.2010.498261
- Kaplanidou, K., & Vogt, C. (2007). The interrelationship between sport event and destination image and sport tourists' behaviors. *Journal of Sport & Tourism*, 12(3), 183-206. doi:10.1080/14775080701736932
- Késenne, S., Taks, M., Chalip, L., Green, B., & Martyn, S. (2011). Economic impact analysis versus cost benefit analysis: The case of a medium-sized sport event. *International Journal of Sport Finance*, 6, 187–203.
- Kim, J. (2010). Determining the Factors Affecting the Memorable Nature of Travel Experiences, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 27, 8, 780-796. doi:10.1080/10548408.2010.526897
- Kulczycki, C., & Halpenny, E. (2014). Sport cycling tourists' setting preferences, appraisals and attachments *Journal of Sport & Tourism*, 19(2), 169-197. doi: 10.1080/14775085.2015.1070741
- Kurtzman, J., & Zauhar, J. (2003). A Wave in Time - The Sports Tourism Phenomena. *Journal of Sport & Tourism*, 8(1), 35-47. doi:10.1080/14775080306239
- Lamont, M. (2009). Reinventing the wheel: A definitional discussion of bicycle tourism. *Journal of Sport & Tourism*, 14(1), 5 – 23. doi:10.1080/ 14775080902847363
- Matheson, V. (2006). Mega-Events: The effect of the world's biggest sporting events on local, regional, and national economies. Department of Economics, College of the Holy Cross, paper nº. 06-10. Disponível em http://college.holycross.edu/RePEc/hcx/Matheson_MegaEvents.pdf
- Morgan, M. (2007). Festival spaces and the visitor experience. In M. Casado-Diaz, S. Everett, & J. Willson (Eds.), *Social and cultural change: Making space(s) for leisure and tourism* (pp. 113–130). Eastbourne: Leisure Studies Association.
- Neirotti, L. (2005). Sport tourism markets. In James Higham (Ed.) *Sport Tourism Destinations* (pp. 39-56). Oxford: Butterworth-Heinemann.
- O'Connor, J., & Brown, T. D. (2010). Riding with the sharks: Serious leisure cyclist's perceptions of sharing the road with motorists. *Journal of Science and Medicine in Sport*, 13, 53–58. doi: 10.1016/j.jsams.2008.11.003
- Park, D., & Yoon, Y. (2009). Segmentation by motivation in rural tourism: A Korean case study. *Tourism Management*, 30(1), 99–108. doi: 10.1016/j.tourman.2008.03.011
- Quintal, R. (1996). *Laurissilva, a Floresta da Madeira*. (2ª ed.). Funchal: Editorial Correio da Madeira.
- Ratten, V. (2016). The dynamics of sport marketing. *Marketing Intelligence & Planning*, 34(2), 162-168.
- Ritchie, B., Tkaczynski, A., & Faulks, P. (2010). Understanding the motivation and travel behavior of cycle tourists using involvement profiles. *Travel & Tourism Marketing*, 27, 409–425. doi: 10.1080/10548408.2010.481582

- Salgado-Barandela, J., Barajas, A., & Alén, E. (2014). Modelling of Sport Events and Their Use to Increase Tourism and Economic Impact. Coimbra College of Education and International Research Network in Sports Tourism. *Sport Tourism: New Challenges In a Globalized World* (pp. 114-124). Disponível em <https://myesecweb.esec.pt/pagina/stc2014/index.php?id=6>
- Soares, J., Miragaia, D., & Almeida, A. (2014). Memorable experiences of the active tourists in the natural environment: the case of mountain water resources. Coimbra College of Education and International Research Network in Sports Tourism. *Sport Tourism: New Challenges In a Globalized World* (pp. 202-209). Disponível em <https://myesecweb.esec.pt/pagina/stc2014/index.php?id=6>.
- Sousa, A. (2014). *O turismo de natureza no Funchal* (dissertação de mestrado). Disponível em <http://hdl.handle.net/10316/27519>
- Silva, F., & Almeida, M. (2014). Nature Sport Tourism In Small Islands: Azores Pico Mountain Climb Case Study. *Sport Tourism: New Challenges In a Globalized World* (pp. 166-175). Disponível em <https://myesecweb.esec.pt/pagina/stc2014/index.php?id=6>
- Spinney, J. (2006). A place of sense: A kinesthetic ethnography of cyclists on Mont Ventoux. *Environment and Planning D: Society and Space*, 24, 709–732. doi: 10.1068/d66j
- Tonts, M., & Atherley, K. (2010). Competitive sport and the construction of place identity in rural Australia. *Sport in Society*, 13(3), 381–398.