



Vol. 9, Nº 21 (diciembre / dezembro 2016)

A ANIMAÇÃO EM CONTEXTO HOTELEIRO: O CASO DO HOTEL VILA PORTO MARE¹ (ILHA DA MADEIRA/PORTUGAL)

Vanessa Spinola²

vanessaspinola15@hotmail.com

Paulo Carvalho³

paulo.carvalho@fl.uc.pt

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Vanessa Spinola y Paulo Carvalho (2016): "A animação em contexto hoteleiro: o caso do Hotel Vila Porto Mare (Ilha da Madeira/Portugal)", Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, n. 21 (diciembre 2016). En línea: <http://www.eumed.net/rev/turydes/21/madeira.html>

Resumo

A animação é um componente fundamental de um destino turístico, pois estimula os turistas a participar em atividades que se pretendem únicas e diferenciadoras de determinado destino. Com o aumento da exigência e da experiência dos turistas, estes não procuram apenas um empreendimento hoteleiro pela sua acomodação, preferindo os empreendimentos que oferecem um produto que os diferencie das outras unidades hoteleiras, nomeadamente com os seus programas de animação.

A presente reflexão pretende demonstrar a importância da animação nos empreendimentos hoteleiros, através do exemplo do Departamento de Animação do Hotel Vila Porto Mare na Ilha da Madeira (Portugal).

Palavras-chave: Animação, Animação Hoteleira, Ilha da Madeira, Hotel Vila Porto Mare.

Abstract

Animation is a key component of a tourist destination because it stimulates tourists in participating in activities that are intended to be unique and differentiating of that destination. With the increasing demand and experience of tourists, these are not

¹ O artigo tem como suporte o relatório do estágio curricular realizado pela autora no Hotel Vila Porto Mare, no âmbito do Mestrado em Lazer, Património e Desenvolvimento da Universidade de Coimbra.

² Mestre em Lazer, Património e Desenvolvimento; vanessaspinola15@hotmail.com.

³ Doutorado em Geografia. Docente do Departamento de Geografia e Turismo e investigador do CEGOT (Universidade de Coimbra); paulo.carvalho@fl.uc.pt.

just looking for a hotel for accommodation, preferring the hotels that offer a product that sets them aside from other hotel units, particularly hotels with animation programs.

This reflection aims to demonstrate the importance of entertainment programs in hotel units, highlighting the example of the entertainment department of the Vila Porto Mare resort on the island of Madeira (Portugal).

Keywords: Entertainment, Hotel Entertainment, Madeira Island, Hotel Vila Porto Mare.

1. Contextualização Teórica: Animação, Animação Turística e Animação Hoteleira

1.1 Animação

O ponto de partida da ideia de animação é concebê-la como um processo concretizado na introdução organizada de recursos materiais e não materiais pré-determinados com o propósito deliberado de tornar uma atividade mais interessante e incentivar a sua prática (TORRES, 2004).

Segundo a Fundação para o Desenvolvimento Cultural, FDC (1973), “*a animação pode definir-se como estímulo mental, físico e emotivo que, num setor determinado, incita as pessoas a iniciar uma gama de experiências que lhes permita expandir-se e exprimir a sua personalidade, e desenvolver nelas o sentimento de pertença a uma comunidade, sobre a qual podem exercer certa influência*”.

A animação implica um conjunto de três processos (JACOB, 2007). O primeiro diz respeito ao criar de condições, onde todos os indivíduos do grupo têm a hipótese de se revelar a si mesmo, criando um processo de revelação. O segundo diz respeito a um processo de relacionamento onde os indivíduos do grupo relacionam se entre si, seja através do diálogo, da concertação ou através do conflito. O último processo diz respeito à criatividade onde os grupos questionam o seu desenvolvimento, a sua capacidade de expressão, iniciativa a responsabilidade (TIAT, 2006).

Para obter todo o potencial da animação, há que conceber programas criativos e apelativos, direcionados para grupos específicos; dar conteúdos pedagógicos aos programas elaborados; explicar aos participantes os objetivos da atividade; nunca cair no excesso, nem provocar fadiga ou aborrecimento aos participantes; incutir responsabilidades, motivação e mostrar satisfação; incentivar a participação coletiva; garantir a união do grupo, evitando conflitos e certificar que todos ganham e acima de tudo ter um bom animador, o mais polivalente possível e de fácil relacionamento (ALMEIDA, 2003).

A animação visa atender os desejos e as necessidades de quem a procura e para ALMEIDA (2003) a animação pressupõe um conjunto de finalidades que possibilitem o desenvolvimento dos vários intervenientes envolvidos. Para QUINTAS & CASTAÑO (1998), os desígnios da animação passam pela:

– *Finalidade Cultural*. A animação pretende dar a conhecer e despertar realidades desconhecidas e informar e contar histórias dos locais de destino. São considerados programas de muito interesse para os visitantes (normalmente com grau avançado de formação) e para os que são visitados.

– *Finalidade Educativa*. Os programas de animação devem ter sempre um carácter educativo, de modo a garantir a aprendizagem de quem participa, dotando-os com um determinado conjunto de vantagens e saberes, só possível de adquirir através da participação nos programas.

– *Finalidade Económica*. A animação deve desenvolver o mercado de trabalho, gerando receitas sem grandes investimentos, utilizando na maioria das vezes recursos naturais. Estes programas são considerados uma mais-valia promocional e são um fator de decisão para muitos.

– *Finalidade Social*. Os programas de animação devem dar a conhecer culturas e tradições das comunidades de pequenas dimensões e em fase de extinção, de modo a ajudar na preservação e recuperação dos mesmos.

1.2 Modalidades de Animação

O grande objetivo da animação deverá ser a satisfação das necessidades dos participantes, contudo cada participante tem necessidades diferentes e há que ter um conjunto de programas de animação adequados às necessidades de cada um, capaz de criar motivação e acima de tudo interesse em participar nas atividades (ALMEIDA, 2003). A animação deve ser vista como “*um sistema composto por várias modalidades de animação*” (ALMEIDA, 2003: 65) com um conjunto de atividades diferentes direccionadas para todo o tipo de pessoas. Com base no estudo de QUINTAS & CASTAÑO (1998), as modalidades da animação são quatro, a saber:

– *Animação Sociocultural*. Na animação sociocultural o centro das atenções é o ser humano e as suas tradições, os usos e costumes, os seus hábitos formas de estar e identidades culturais. É um processo sistémico que pretende a participação ativa de grupos de pessoas em projetos ligados à cultura, tendo como objetivo o relacionamento dos participantes e o desenvolvimento social dos mesmos.

– *Animação Desportiva*. A animação desportiva surgiu no seguimento da animação cultural, como resposta a uma maior procura de atividades desportivas, tendo como objetivo promover e fomentar a participação social e a extensão da atividades como hábito de saúde e de diversão (ALVES, 2010).

– *Animação Institucional*. Este género de animação é usada muitas vezes em grandes manifestações públicas, onde pretendem realçar datas históricas ou tradições, sendo também um meio para atrair mais visitantes. É apoiado muitas vezes em manifestações culturais e desportivas levando ao aumento das taxas de ocupação e consumo local.

– *Animação Interna*. Este tipo de animação tem vindo a ganhar cada vez mais importância com o aumento da exigência no que toca à produtividade e qualidade. Cada vez mais as grandes empresas investem em espaços de animação internos, ginásios, refeitórios com áudio e vídeo, grupos culturais, salões de jogos e torneios.

1.3 Animação Turística

Como refere LOPES (2008: 362), “*A animação turística tem crescido no contexto da atividade turística e cada vez mais é visto como um ponto fundamental e importante do setor*”. Na perspetiva deste autor, isso deve-se à utilização de técnicas orientadas para promover um turismo que estimula as pessoas a participarem na descoberta de locais que visitam.

Na atualidade, a valorização da animação turística não pode ser dissociada de fatores como, por exemplo, o aumento do tempo de permanência no destino e o alargamento do espetro de interesses (conhecimento, aprendizagem, criatividade e experiência) do turista, com consequências na profundidade de relacionamento com o território e a procura de novas atividades no destino.

Assim, de acordo com CHAVES & MESALLES (2001), a animação turística é “*O conjunto de ações e técnicas estudadas e realizadas com o sentido de motivar, promover e facilitar uma maior e mais ativa participação do turista no desfrutar e aproveitamento do seu tempo turístico, a todos os níveis e dimensões. A animação turística exige especial atenção para as relações humanas, a dinâmica de grupos e a convivência, colocando acima de tudo o desenvolvimento de uma ação coerente de motivação levando a um interesse por parte do turista a participar na atividade*”

A animação turística serve como base sustentável ao desenvolvimento de uma região, de uma instituição pública ou privada, na divulgação e afirmação de uma

identidade cultural, na fixação de saberes e tradições, no desenvolvimento social das comunidades que visitam e são visitadas (ALMEIDA, 2003).

Ainda com base em CHAVES & MESALLES (2001), as principais características da animação turística são a Atração, onde a animação turística deve saber chamar a atenção das pessoas, despertando a sua curiosidade, levando a um desejo de participar naquilo que está a oferecer; a Adequação, devendo ter estratégias e objetivos definidos e estar direcionada ao tipo de cliente que procura atrair; Oportunidade, de forma a gerar satisfação deve acontecer em momentos oportunos, estudados e programados e por fim a Diversificação, devendo ser eficaz e dinâmico, evitando a monotonia ou a repetição.

1.4 Animação nos Empreendimentos Hoteleiros

Ir de férias é a melhor forma de receber satisfação, para relaxar e para divertir-se. As férias dependem muito do que é que os hóspedes procuram enquanto viajam para um destino novo ou para um *resort* dentro do seu país de residência (MOURA, 2006).

A animação hoteleira aparece como uma necessidade nos dias de hoje e é imprescindível, tomando em consideração as novas motivações dos turistas (SOUZA, 2006). A hotelaria teve que se adaptar às novas mudanças e exigências dos turistas que já não procuram uma unidade apenas como acomodação (SOUZA, 2006). A hotelaria teve que melhorar instalações e o *staff* de modo a satisfazer esta necessidade, implementando programas de animação (ALMEIDA, 2003).

Segundo CHAVES & MESALLES (2001: 50), a animação na hotelaria “*é o conjunto de ações sociais que um estabelecimento hoteleiro leva a cabo de uma forma programada, organizada, avaliada e continuada, com o fim de complementar o bem-estar dos seus clientes. Assenta na criação de uma estrutura que transmita tranquilidade e distrações complementares aos serviços clássicos hoteleiros. Além das atividades de grupo deve assegurar o divertimento e a distração*”.

O termo “Hotel Animation” está bem desenvolvido e representado nos resorts europeus e uma das definições mais utilizadas é a de COSTA et al. (2004: 1) que define a animação hoteleira como “*leisure, fitness and sport activities, as well as live entertainment*”. O serviço de lazer é uma alternativa que a rede hoteleira oferece aos seus hóspedes e cada vez mais é vista como uma mais-valia.

Para TAHARA (2004) o principal motivo que leva uma pessoa a procurar um hotel com atividades de lazer é a procura do descanso, do entretenimento e tirar a

máxima fruição do seu tempo livre. Procuram alternativas capazes de lhes proporcionar experiências novas e diferentes trazendo ao de cima emoções novas.

As empresas hoteleiras têm que estar atentas às necessidades dos hóspedes e possuir uma equipa de animação forte e qualificada capaz de atender essas necessidades de maneira eficiente. Qualquer equipa de animação deve estar preparada para minimizar as barreiras, através da sua atuação, que possam existir em relação à classe social, “raça”, aspeto físico e deve promover o bem-estar e a integração social dos hóspedes (DELGADO, 2003).

Um animador hoteleiro deverá ter várias funções como por exemplo: identificar e estudar os programas de animação da concorrência, identificar e estudar as necessidades do público-alvo, estudar as tradições e culturas locais, escolher e programar novas atividades de animação a implementar no atual programa, programar atividades para todas as faixas etárias, identificar quais os recursos necessários para a animação, efetuar orçamentos, criar um clima agradável, gerir e orientar a equipa de animação, gerir os conflitos, saber trabalhar em equipa, saber aceitar as ideias dos outros animadores, contactar e propor artistas, elaborar cartazes a promover os eventos da animação interna ou externa, assumir as responsabilidades dos eventos e ordenar as atividades culturais, desportivas e recreativas em função do espaço, cliente, artistas e disponibilidades (ALMEIDA, 2003).

Para IVKOV & STAMENKOVIC (2008), a característica principal de um animador hoteleiro é a comunicação, pois sem a habilidade de falar e interagir com as pessoas facilmente será impossível para o animador tentar chamar a atenção das pessoas para participar nas atividades.

É importante que os animadores observem os interesses de cada um para poder desenvolver uma programação com atividades coerentes e de acordo com aquilo que os hóspedes procuram e desejam. É também importante saber a opinião dos hóspedes no que toca às atividades: se acham que está bem ou mal, o que é que podiam fazer de diferente e que género de atividades é que gostariam de ver serem realizados. O programa de animação de um hotel inclui uma diversidade de atividades desde eventos desportivos, jogos, espetáculos, eventos temáticos, visitas a locais de interesse na cidade, entre outros.

MIKULIC & PREBEZAC (2011) consideram que há dois tipos de serviços de animação num hotel: um para adultos e outro para crianças. A animação para crianças inclui jogos, atividades na piscina, competições desportivas, clubes de dança, pintura,

jogos tradicionais, ateliers de construção, entre outros e estas atividades costumam contar com a participação dos pais que querem divertir-se com os seus filhos. No que toca às atividades para adultos há eventos desportivos, jogos, aulas de fitness, aeróbica, hidroginástica, provas de vinhos, aulas de dança, espetáculos à noite, entre outros e estas atividades variam consoante o hotel. São muitas as atividades que para além da diversão oferecem uma componente educativa aos turistas e SPHORTKO (2012) destaca atividades que dizem respeito aos costumes e à cultura do país onde o turista está, que pode incluir exposições sobre a tradição, a roupa tradicional, cozinha tradicional, o visionamento de filmes regionais e a música folclórica

2. Caso de Estudo: o Programa de Animação do Hotel Vila Porto Mare na Ilha da Madeira

2.1 Hotel Vila Porto Mare

Segundo BARROS (2011), a oferta turística madeirense tem apostado na diversificação, melhoria e desenvolvimento das suas infraestruturas e serviços de apoio à atividade turística.

O Vila Porto Mare, localizado no principal polo turístico da cidade do Funchal, é uma unidade hoteleira que faz parte do Grupo Porto Bay Hotels & Resorts. Este grupo, sediado na ilha da Madeira opera com empreendimentos hoteleiros de quatro e cinco estrelas na Madeira, Algarve, Lisboa e Brasil. O Porto Bay Hotels & Resorts gere 11 unidades hoteleiras: seis na ilha da Madeira, duas em Portugal Continental (Algarve e Lisboa) e três no Brasil (Rio de Janeiro, Búzios e São Paulo), com um total de 2900 camas.

O Vila Porto Maré nasce em dezembro de 2003 e é um *resort* que integra três unidades hoteleiras: *Suite Hotel Eden Mar*, *Porto Mare* e *The Residence*. É considerado um conceito inovador pois é um espaço comum onde serviços e facilidades são partilhados pelos clientes dos três hotéis. Tem na sua totalidade 443 quartos, *suites* e apartamentos, quatro restaurantes, seis bares, quatro salas de reuniões, cinco piscinas, *SPA*, ginásio, campos desportivos e ambientes para crianças.

Desde cedo que o Grupo Porto Bay considerou importante fornecer um leque de atividades dentro das suas unidades hoteleiras de modo a entreter os seus hóspedes enquanto estavam dentro do hotel. Em 1988 com a abertura do *Suite Hotel Eden Mar*, surgem as primeiras atividades como o Bingo e o *Hotel Tour*, contudo foi em 2003 com

a abertura do Vila Porto Mare que foi criado o departamento de animação, dedicando-se em exclusivo à criação e organização de programas com atividades de entretenimento para todas as idades.

O grande objetivo da equipa que integra o departamento de animação é proporcionar aos seus hóspedes uma estada agradável aliada a um serviço de qualidade e muita animação. Através da realização de atividades desde o entretenimento noturno, as atividades de bem-estar, as atividades culturais, atividades desportivas, ou apenas as atividades ligadas ao convívio e ao divertimento, a equipa de animação do Vila Porto Mare pretende que os seus hóspedes tenham uma experiência única e memorável.

2.2 Vila Porto Mare *Entertainment Programme*

O programa de entretenimento do Vila Porto Mare (figura 1) tem uma escala semanal, o qual decorre de uma programação nova todas as semanas (com atividades novas e atividades repetidas) e está estruturado em várias categorias: Música e Espetáculos ao vivo, *Fit & Fun*, *Visitas & Tours*, Jantares Especiais, *Kids Club* e outras atividades que passamos a explicar.



Autoria: Vanessa Spínola (2012)

Figura 1: Várias atividades de entretenimento do Vila Porto Mare

. **Música e Espetáculos.** O Vila Porto Mare oferece aos seus hóspedes a oportunidade de ouvir música e ver espetáculos ao vivo, oferecendo desde música tradicional madeirense, ritmos latinos, espetáculos de magia e capoeira, entre outros.

São dois os bares dentro do *resort* que se dedicam a estas atividades: o bar Portofino e o bar Oceano, sendo este último um bar mais “virado” para o entretenimento, oferecendo durante toda a semana um conjunto variado de espetáculos para todas as idades.

No que toca à música são vários os grupos musicais que animam as noites: o conjunto residente do Vila Porto Mare, os *Duo Harmonia*, tocando música clássica e *hits* contemporâneos, o grupo *Guasakaka* e os *Sangre Latino* com ritmos latinos, o cantor local João Luís Mendonça com *hits* internacionais, o grupo de *Blues*, *Black Dog Blues Band*, o reconhecido grupo madeirense, os Banda D’Além, ligados à recuperação de música tradicional madeirense e os *Good Good Band*, que se dedicam à música *soul*, *pop* e *rock*. Outra vertente musical muito apreciada pelos hóspedes são as atuações dos grupos folclóricos. No Vila Porto Mare são dois os grupos que atuam: o Grupo Folclórico da Casa do Povo de Santa Cruz e o Grupo Folclórico e Etnográfico de Santa Rita.

. ***Fit & Fun.*** A categoria *Fit & Fun*, tal como sugere a designação, diz respeito às atividades ligadas ao desporto e ao bem-estar. São várias as atividades de bem-estar que o *resort* oferece, desde aulas de mergulho, aulas de yoga, fitness e *pilates* e aulas de hidroginástica, sendo esta uma das atividades de bem-estar que conta com mais participantes. No que toca à vertente do desporto, o Vila Porto Mare oferece campeonatos de ténis de mesa ou apenas jogos normais com a possibilidade de jogar contra um membro do departamento de animação, jogos de ténis e jogos de petanque. No verão o departamento de animação organiza mais atividades ligadas ao desporto como o futebol onde os hóspedes jogam contra o *staff* do hotel, o voleibol, o voleibol aquático e o Vila Porto Mare *Games* com um conjunto de atividades tradicionais.

. ***Visitas e Tours.*** O Vila Porto Mare oferece um conjunto de *tours* internos aos seus hóspedes, sem qualquer custo, de modo a que fiquem a conhecer melhor o *resort* onde estão hospedados. São três os *tours* realizados: o *tour* às instalações da unidade hoteleira, um *tour* aos jardins tropicais do *resort* e um *tour* às cozinhas principais da unidade hoteleira. O *tour* às instalações do Vila Porto Maré, realizado em inglês e alemão, tem como objetivo guiar os hóspedes pelas diferentes secções do hotel, explicando-lhes onde estão, o que podem fazer, onde podem comer, o que podem fazer à noite, entre outros. No *tour* aos jardins tropicais do hotel os hóspedes são guiados de forma especial pelo jardim fazendo diversas paragens pelas plantas mais exóticas e plantas que têm a sua origem na ilha da Madeira. O *tour* às cozinhas é realizada uma

vez por semana e os hóspedes têm a oportunidade exclusiva de conhecer as cozinhas do Vila Porto Mare

Para além das visitas internas, o Vila Porto Mare oferece um conjunto de visitas fora da unidade hoteleira: o Santo da Serra *Traditions*, o Santo da Serra *Golf Clinic/Wood Craft* e o Cultura & Tradições. O Santo da Serra *Traditions* consiste numa visita ao Santo da Serra, uma vila rural situada nos concelhos de Machico e Santa Cruz, onde os hóspedes do Vila Porto Mare têm a oportunidade de visitar uma pequena fábrica de queijo, o “Santo Queijo”, seguindo para a casa de um padeiro local. A visita termina no Porto Bay Serra Golf, onde realizam uma visita guiada às instalações, seguindo-se um almoço na unidade hoteleira. A visita Santo da Serra *Golf Clinic/Wood Market* é a segunda visita que o hotel faz ao Santo da Serra. Nesta visita os hóspedes podem escolher entre uma aula de golfe durante 2 horas no campo de golfe do Santo da Serra ou uma visita ao mercado local, onde podem ver o mercado tradicional da ilha com a venda de fruta, legumes e flores. Na visita Cultura & Tradições, integrada no dia das tradições do VPM, o hóspede tem como opção escolher entre uma visita às caves da empresa de Vinho Madeira, os *Blandy's*, onde durante a visita aprendem sobre a produção do vinho madeira e sobre a história do vinho, acabando a visita com uma prova de vinhos, ou um *workshop* de bordado madeira, realizada na empresa de bordados da Madeira, o Bordal, realizando uma visita guiada às instalações e aprendendo a história do bordado madeira. No fim da visita o grupo volta a reunir-se, indo de seguida visitar o Núcleo Museológico de Arte Popular do Grupo Folclórico e Etnográfico da Boa Nova.

. **Jantares Especiais.** Para enriquecer ainda mais a estada dos hóspedes, o Vila Porto Mare oferece um conjunto de jantares especiais espalhados pelos diversos restaurantes do *resort*. No total são quatro os jantares especiais: o *Meat Lovers*, *Flavours of the Sea & Fado Dinner*, *Dinner Dance* e *One Night Dinner Show*. O jantar *Meat Lovers* consiste num jantar dedicado aos amantes de carne. O jantar *Flavours of the Sea & Fado Dinner* é dedicado aos sabores marítimos com um menu inteiramente dedicado ao peixe e neste jantar os hóspedes têm a possibilidade de ouvir música tradicional portuguesa, o Fado. O *Dinner Dance* é um jantar que conta com a atuação do grupo *Duo Luna* e o *One Night Dinner Show* conta com a atuação do grupo *Melody* trazendo todas as semanas um espetáculo diferente desde o tema Las Vegas, Mundo Latino, Clássico e o grupo incita à participação dos hóspedes nas suas danças.

. **Kids Club.** O Vila Porto Mare preocupa-se em oferecer um conjunto de atividades para todos os gostos e idades, sem excluir o seu público mais jovem, as crianças. Dentro do *resort* há uma sala dedicada exclusivamente para o *Kids Club* com várias atividades desde jogos na *wii*, pinturas, arte e *design*, jogos tradicionais, jogos desportivos como o minigolfe, bem como atividades especiais como a pintura de pneus e árvores. Durante épocas especiais como o dia das bruxas, o natal, a páscoa e especialmente o verão, a equipa de animação cria programas especiais para as crianças com atividades novas como a caça aos ovos da páscoa e no verão imensas atividades aquáticas e desportivas bem como uma das atividades mais preferidas das crianças, a caça ao tesouro.

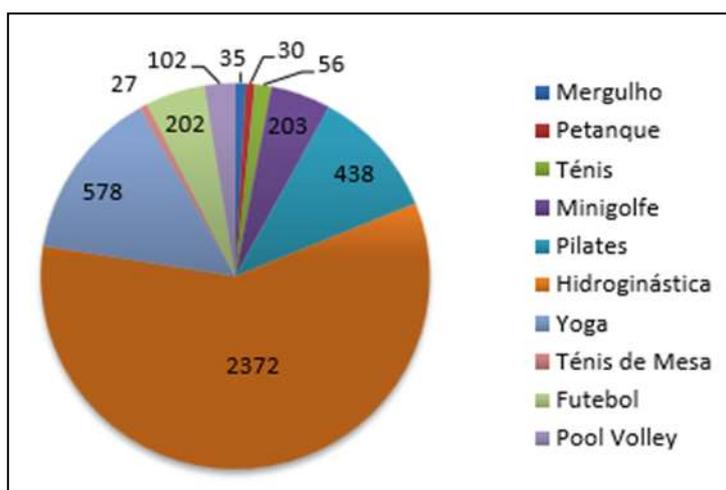
. **Outras Atividades.** Para além das atividades segmentadas nas categorias anteriores, o Vila Porto Mare oferece ainda outras atividades desde provas de vinho madeira e vinhos portugueses, aulas de português para estrangeiros, a visualização de um filme sobre a ilha da Madeira, uma feira com artigos feitos por artesãos locais e o *green fingers day*, atividade ligada à jardinagem. No que toca a algumas atividades realizadas no verão, destacam-se as festas ao ar livre, nomeadamente a festa cor-de-rosa e os churrascos.

Para além do programa de entretenimento, o Vila Porto Mare possui um calendário de eventos especiais. No que toca aos eventos realizados na Madeira, todos eles têm um tema em concreto. Os eventos destacados são o natal e ano novo, a semana do chocolate & vinho Madeira, o carnaval, Itália com alma, a festa da flor, os carros clássicos, a semana do vinho e as memórias da madeira. Muitos destes eventos estão diretamente ligados ao calendário de animação turística oficial do turismo da Madeira, como é o caso do carnaval, da festa da flor e do natal, oferecendo atividades dentro do *resort* alusivas ao tema e promovendo ao mesmo tempo as atividades oferecidas pelo Turismo da Madeira.

2.3 Número de Participantes nas Atividades

Para perceber a relevância do programa de animação no Vila Porto Mare, foi realizada uma análise ao número de participações nas atividades por categoria referentes ao ano de 2012.

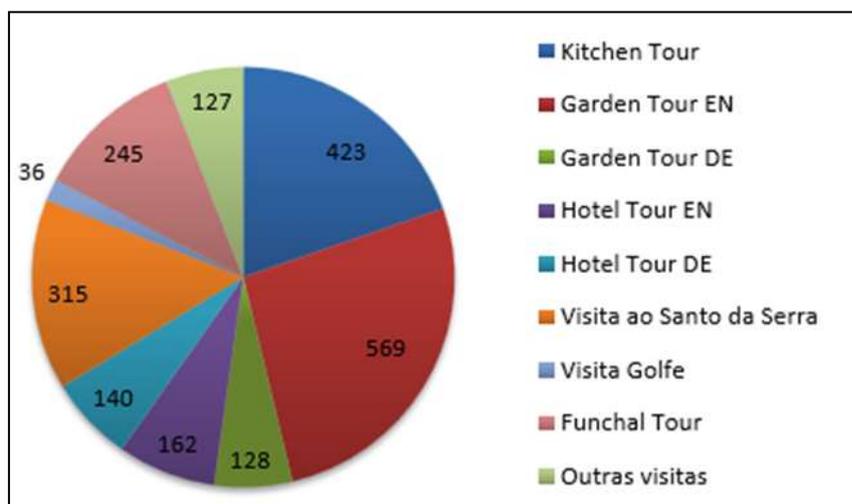
No que diz respeito à categoria de Desporto & Bem-Estar (figura 2), com um total de 4043 participações, a hidroginástica foi a atividade com mais participantes (2372) e o ténis de mesa foi a atividades com menos participantes (27).



Fonte: SPINOLA (2013)

Figura 2: Participantes (nº) no ano de 2012 na categoria de Desporto & Bem-Estar

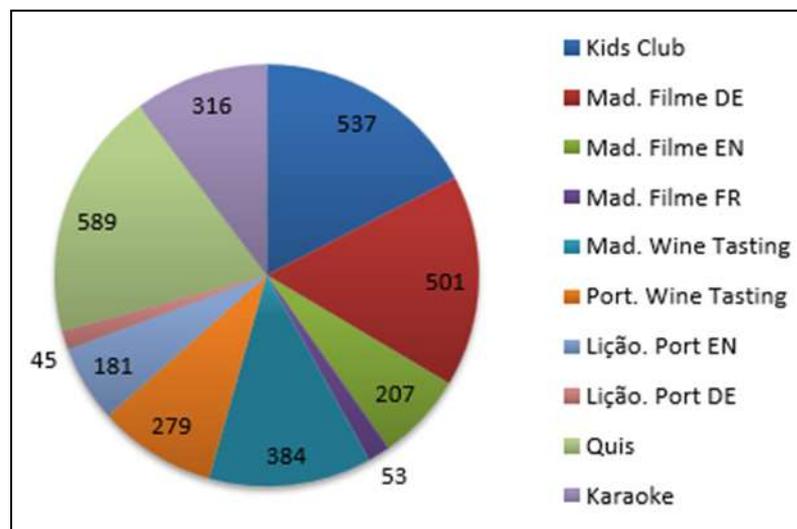
Na categoria de *Visitas & Tours* (figura 3) registou-se um total de 2145 participantes. A visita ao jardim em inglês foi aquela que registou uma maior aderência com 569 participações. A visita com menos participantes foi a visita ao Santo da Serra ligada ao golfe com 36 participantes.



Fonte: SPINOLA (2013)

Figura 3: Participantes (nº) no ano de 2012 na categoria de Visitas & Tours

Em relação às Outras Atividades realizadas no Vila Porto Mare (figura 4), registou-se um total de 3092 participantes. O quiz foi a atividade que registou maior número de participantes (589) e a lição de português em alemão foi a que registou menor número com apenas 45 participantes.



Fonte: SPINOLA (2013)

Figura 4: Participantes no ano de 2012 na categoria de outras atividades

Para concluir, em 2012 a categoria que recebeu um maior número de participantes nas suas atividades foi a de desporto e bem-estar com 4043 participantes, sendo a hidroginástica a atividade que recebeu mais participações no geral com 2372 participantes. A atividade que recebeu menos participações foi o ténis de mesa com apenas 27 registos. Ao todo o Vila Porto Mare em 2012 registou 9281 participações nas atividades do seu programa de animação.

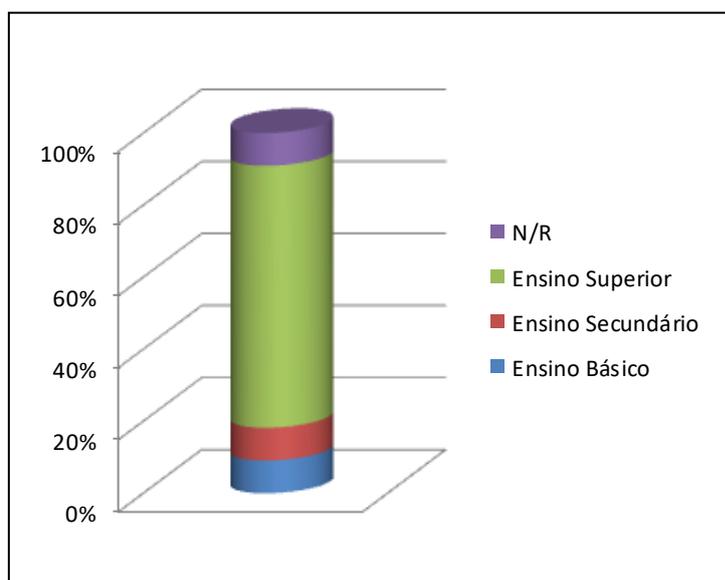
2.4 Análise do Programa de Animação

Para analisar o programa de animação do Vila Porto Mare utilizamos como referência a investigação de SPINOLA (2013), a qual recolheu as opiniões dos hóspedes desta unidade hoteleira. A dimensão da amostra teve como base os participantes de uma

das atividades presentes no programa, nomeadamente a atividade “Lição de Português”. O processo de recolha da informação decorreu entre os dias 1 de outubro de 2012 e 29 de março de 2013. Durante este período, foram realizados 55 inquéritos por questionário (em língua inglesa), de forma aleatória e anónima.

No que diz respeito à naturalidade dos inquiridos, 67% são de origem britânica, seguida pela nacionalidade alemã com 11%, a irlandesa com 6%, a sueca com 4%, e por fim da nacionalidade francesa, norueguesa, austríaca, escocesa, finlandesa e canadiana com 2% cada. Estes dados estão em linha com as estatísticas dos hóspedes do Vila Porto Mare, sendo o Reino Unido e a Alemanha os principais mercados emissores. Em relação ao género dos participantes do questionário, registou-se uma maior participação por parte do sexo feminino com 52% em relação ao sexo masculino com 48%.

No que toca à estrutura etária dos inquiridos, estes encontram-se entre os 18 e os 80 ou mais anos. A análise dos dados da estrutura etária permitiu chegar à conclusão que a maioria dos inquiridos tem uma idade compreendida entre os 66 e os 80 anos, representando 49%, seguindo-se os 36 e 65 anos de idade com 43%. Estas são as duas categorias mais significativas do estudo correspondendo a 92% da amostra.



Fonte: SPINOLA (2013)

Figura 5: Escolaridade dos inquiridos

Em relação às habilitações literárias (figura 5), a distribuição dos inquiridos segundo o nível de escolaridade revelou um maior número de inquiridos com o ensino superior com um total de 73%. Os restantes 27% repartem-se de forma igual pelo ensino básico, ensino secundário e por aqueles que não responderam à pergunta.

No que concerne à estrutura socioprofissional dos inquiridos, 74% da amostra eram reformados/as, seguindo-se os trabalhadores por contra de outrem com 9%, os quadros superiores com 7%, os funcionários públicos com 4%, os trabalhadores por conta própria com apenas 2% e, por fim, 2 indivíduos não responderam à questão.

Considerou-se relevante perguntar se era a primeira vez que estavam hospedados no Vila Porto Mare de modo a analisar a opinião das pessoas que estavam pela primeira vez a usufruir do programa de animação e também a opinião dos repetentes. Neste particular, 25% da amostra respondeu que sim, era a sua primeira vez no *resort*. Os restantes 75% responderam que não era a sua primeira vez no Vila Porto Mare. Dos que responderam de forma negativa, foi-lhes pedido que mencionassem quantas vezes já se tinham hospedado no *resort*. A maioria já se tinha hospedado entre 2 a 10 vezes, tendo ainda algumas pessoas se hospedado mais de 10 vezes.

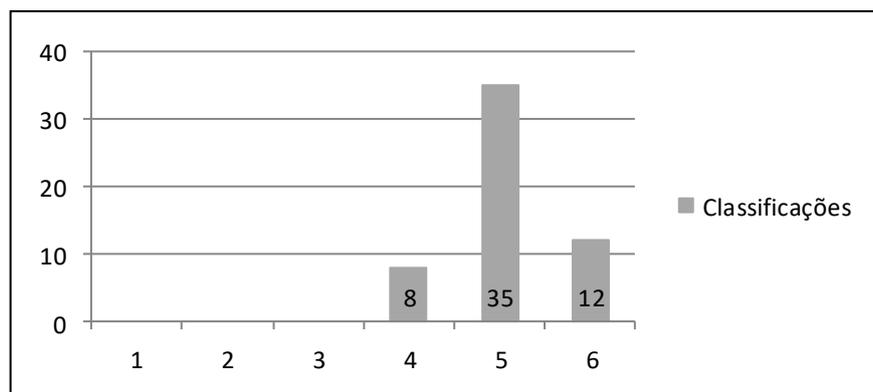
Quadro 1: Atividades realizadas pelos hóspedes

Atividades referidas pelos inquiridos em nº	
Música/Espectáculos ao Vivo	27
Hidroginástica	18
Pilates	8
Yoga	5
Ténis de Mesa	5
Lição de Português	55
<i>Garden Tour</i>	10
<i>Madeira Wine Tasting</i>	10
Quiz	5
Petanque	2
Funchal Tour	2
<i>Kitchen Tour</i>	10
<i>Hotel Tour</i>	4
<i>Portuguese Wine Tasting</i>	8
Ténis	2
Jantes Especiais	2
Futebol	2
Minigolfe	2
Madeira Filme	1

Fonte: SPINOLA (2013)

No que toca às principais atividades usufruídas pelos hóspedes (quadro 1), 100% da amostra participou na lição de português, contudo este número deve-se ao facto do estudo ter sido realizado nessa mesma atividade. De seguida surge a música e os espetáculos ao vivo com 15%, onde os inquiridos destacaram o folclore tradicional oferecido no bar oceano, e a atividade hidroginástica com 11%, sendo esta a atividade preferida dos hóspedes e aquela que conta com um maior número de participantes. As visitas realizadas ao jardim tropical do Vila Porto Mare e às cozinhas principais do *resort*, surgem também nas atividades mais referidas (com 6% cada uma) e preferidas pelos inquiridos.

Depois de ter questionado os inquiridos sobre as atividades realizadas, foi-lhes perguntado se consideravam as atividades oferecidas apropriadas aos hóspedes, tendo 100% respondido que sim, ou seja, são atividades apropriadas e estão muito satisfeitos. Seguidamente, foi-lhes pedido que classificassem o programa de animação através da seguinte escala: 1-Péssimo, 2-Mau, 3- Razoável, 4- Bom, 5- Muito Bom e 6- Excelente (figura 6).



Fonte: SPINOLA 2013

Figura 6: Resultados (nº de respostas) da Classificação do Programa de Animação

Através da análise dos dados obtidos, chegou-se à conclusão que os inquiridos estavam muito satisfeitos com o programa de animação, com 64% a classificarem o programa como muito bom. Para 14%, o programa de animação era bom seguindo-se 22% que consideraram o entretenimento no Vila Porto Mare excelente. Esta análise é muito positiva para a animação do Vila Porto Mare, não obtendo qualquer nota negativa.

Numa fase subsequente, foi pedido aos inquiridos para ordenarem um conjunto de atividades, com o objetivo de saber quais as suas atividades mais e menos preferidas. Em relação às primeiras e últimas 6 preferências dos inquiridos, os resultados encontram-se no quadro 2.

Quadro 2: Atividades mais/menos preferidas dos inquiridos

Atividades Mais Preferidas	
1. Lição de Português	50 pessoas
2. Música ao Vivo	43 pessoas
3. Espetáculos ao Vivo	35 pessoas
4. Atividades Desportivas	31 pessoas
5. Garden Tour	30 pessoas
6. Kitchen Tour	22 pessoas
Atividades Menos Preferidas	
1. Kids Club	52 pessoas
2. Hotel Tour	47 pessoas
3. Visita Golfe	42 pessoas
4. Funchal Tour	40 pessoas
5. Prova de vinhos portugueses	31 pessoas
6. Prova de Vinhos Madeirenses	26 pessoas

Fonte: SPINOLA (2013)

A lição de português aparece em primeiro lugar nas preferências dos inquiridos, com 50 pessoas a colocarem esta atividade no topo das suas preferências. Logo de seguida surgem a música e os espetáculos ao vivo, onde os hóspedes fizeram questão de mencionar que esta escolha deve-se muito às atuações de folclore dos dois grupos que atuam no bar Oceano. Em quarto lugar surgem as atividades desportivas com 31 pessoas a colocarem nas suas preferências, mencionando a hidroginástica, os pilates e o yoga. Por fim, em quinto e sexto lugar estão duas visitas realizadas no interior do resort, nomeadamente a visita ao jardim e a visita à cozinha.

Em relação às atividades menos preferidas dos inquiridos (não significa que não sejam boas, mas sim que estão nas últimas preferências) surge em primeiro lugar o clube de crianças, com 52 respostas. Porém este número deve-se ao facto de ser uma atividade direcionada para crianças, logo os inquiridos não participaram nesta atividade mas fizeram questão de mencionar que consideravam ser uma iniciativa muito importante no resort. Logo de seguida surge a visita ao hotel com 47 respostas. Este

número decorre do facto da maioria dos inquiridos serem hóspedes repetentes, não necessitando de uma visita às instalações, visto já conhecerem o resort. A visita ao Santo da Serra ligada ao Golfe surge também na categoria de atividades menos preferidas, com 42 respostas. A visita ao Funchal também está nas últimas posições da lista de atividades menos preferida, pelo motivo de em janeiro de 2013 ter sido retirada do programa de animação, para dar lugar a uma nova visita, o Cultura & Tradições. Por fim surgem as duas provas de vinhos, com 31 pessoas a registar a prova de vinhos portugueses e 26 pessoas a indicar a prova de vinhos madeirenses. Apesar de algumas oscilações, são atividades que agradam à maioria dos hóspedes do Vila Porto Mare tendo sempre alguma procura por parte destes.

Por último, os inquiridos foram convidados a dar sugestões de atividades que gostariam de ver serem implementadas no Vila Porto Mare, e a realizar críticas construtivas de modo a melhorar alguns aspetos do programa. Em relação ao primeiro item, mencionaram aulas de Tai Chi, competições de dardos, o bowling, o tiro ao alvo, aulas de dança e palestras sobre a história e as tradições da Madeira. Alguns inquiridos referem a realização de mais competições aquáticas, mais espetáculos de música clássica e ainda mais espetáculos de música e dança tradicional madeirense, sugerindo ainda a concretização de mais demonstrações de cozinha tradicional da Madeira. Outros inquiridos sugeriram também que as visitas ao jardim não se limitassem apenas às plantas, abrangendo de igual modo as espécies de pássaros e répteis. Pediram ainda que houvesse mais divulgação no que toca aos eventos e atividades ligadas ao golfe e gostariam de ver o programa de animação semanal no *site* do Porto Bay de modo a poder planear com antecedência as atividades em que participar. No que toca às críticas, censuraram o facto de algumas atividades desportivas, nomeadamente o minigolfe, o petanque, o ténis e o ténis de mesa, serem pagas, mencionando que deveriam realizar mais competições com estas atividades de modo a atrair mais pessoas.

3. Considerações Finais

A animação turística ainda é uma temática pouco estudada e como tal apresenta um amplo espaço de crescimento. A ausência de referências significativas traduz-se numa certa desvalorização deste setor do turismo por parte dos profissionais da área e consequentemente do próprio turista.

A animação turística deve ser vista como um domínio de grande importância pois as empresas que se dedicam a este setor oferecem produtos turísticos originais e

aliciantes aos seus participantes, promovendo o relacionamento das pessoas com o destino, através de atividades ligadas ao património natural, cultural (material e imaterial) e paisagístico.

A animação turística não se limita às atividades oferecidas pelas empresas de animação turística, surgindo também dentro dos estabelecimentos hoteleiros, através da criação de programas de animação para os seus hóspedes. Cada vez mais os turistas no momento de escolha de um destino para férias, não limitam a sua escolha com base nas principais atrações e num simples hotel para acomodarem-se. Procuram unidades hoteleiras com programas diferentes que o habitual, nomeadamente através dos seus programas de animação, capazes de lhes oferecer um conjunto de atividades aliciantes dentro da unidade hoteleira. O programa de entretenimento deverá estar de acordo com as principais preferências dos seus hóspedes, oferecendo-lhes um conjunto de atividades desportivas, culturais, eventos temáticos e visitas especiais.

Os animadores hoteleiros devem estar preparados para criar programas originais, capazes de captar a atenção dos seus hóspedes, devendo manter um contato direto para com eles. A comunicação é a chave principal do sucesso para um animador, pois sem esta característica não seria possível captar a atenção das pessoas no momento de participação nas atividades.

O presente artigo propôs-se a estudar o departamento de animação e o programa do *resort* Vila Porto Mare do Grupo Porto Bay na ilha da Madeira. A ilha da Madeira é um destino turístico de excelência no panorama português, atraindo todos os anos milhares de turistas com expectativas elevadas. O Vila Porto Mare não é exceção, na medida em que oferece uma estada de qualidade e alia essa estada com um programa de animação diverso e repleto de atividades para todos os gostos e idades.

De uma maneira geral, o trabalho realizado pelo departamento de animação do Vila Porto Mare é extremamente positivo, com a particularidade de inovar no que diz respeito às atividades, ao trazer iniciativas novas ao estabelecimento e estar sempre em contacto com os hóspedes pois esse contacto direto e a motivação dos seus animadores são fatores decisivos do sucesso do programa de animação.

Bibliografia

ALMEIDA, P. (2003) – *A Contribuição da Animação Turística para o Aumento das Taxas de Ocupação de Uma Região*. Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro

para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Gestão e Desenvolvimento em Turismo.

ALVES, B. (2010) – *A Animação Desportiva e os tempos livres*. Revista “Práticas de Animação” Ano 4 – Número 3, Outubro de 2010.

BARROS, C. (2011) – *Planeamento Estratégico de Marketing Territorial e Perspectivas de Desenvolvimento na Região Autónoma da Madeira*. Dissertação de Mestrado na área científica de Geografia apresentada ao Departamento de Geografia da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra

CHAVES, A & MESALLES, L (2001) – *El Animador*. Barcelona, Laertes Enseñanza.

COSTA, G., GLINIA, E., GOUDAS, M., & ANTONIOU, P. (2004) - *Recreational services in resort hotels: customer satisfaction aspects*. Journal of Sport & Tourism, 9 (2).

DELGADO, M. (2003) – *Conteúdos culturais do lazer: presença e aplicabilidade na hotelaria*. Dissertação apresentada à Universidade Estadual de Campinas para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Educação Física.

IVKOV, A., & STAMENKOVIC, I. (2008) – *The Implementation of the “Bologna Process” into the Subject of Animation in Tourism, as a Significant Part of the Hotel Industry Products Promotion*. Tourism & Hospitality Management, 14 (1), 153-164.

JACOB, L (2007) – *Animação de idosos*. Cadernos Socialgest, nº 4 (Manual de Animação de idosos).

QUINTAS, S & CASTAÑO, M. (1998) – *Animación Sociocultural, nuevos enfoques*. Salamanca, Amarú Ediciones.

LOPES, M (2008) – *Animação Sociocultural em Portugal*. Intervenção – Associação para a Promoção e Divulgação Cultural.

MIKULIĆ, J., & PREBEŽAC, D. (2011) – *Evaluating hotel animation programs at Mediterranean sun-and-sea resorts: An impact-asymmetry analysis*. Tourism Management, 32 (3), 688-696.

MOURA, S (2006) – *Turismo e Hotelaria: Os Resorts como um Destino Turístico*. Dissertação apresentada no Centro Universitário Feevale para a obtenção do grau de Bacharel em turismo.

SOUZA, G (2006) – *Hotelaria Hospitalar: Conceitos de hotelaria adaptados ao sector hospitalar*. Dissertação apresentada à Universidade Federal de Minas Gerais, para a obtenção do grau de Bacharel em turismo.

SPINOLA, V (2013) – *A Animação na Hotelaria: O caso do Hotel Vila Porto Mare*. Dissertação apresentada para a Obtenção do Grau de Mestre em Lazer, Património e Desenvolvimento à Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.

SPORTKO, A. (2012) – *The Effect of Animation Services on the Guests' Perception of a Hotel and Intention to Visit it*. Submitted to the Faculty of Graduate Studies in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of MASTER OF SCIENCE.

TAHARA, A. (2004) – *Atividades Recreativas em hotéis*. In: SCHWARTZ, Gisele Maria (org). Educação Física no Ensino Superior: Atividades Recreativas. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan.

TIAT, (2008). *Turismo – Informação e Animação Turística: Módulo 8: Animação em Turismo*. Curso Profissional Técnico de Turismo.

TORRES, Z. (2004) – *Animação Turística*. 3.ed. São Paulo, Editora Roca Ltda.