

ESTUDO DO DISCURSO PATRIMONIAL AUTORIZADO DOS CONCELHOS PORTUGUESES NA INTERNET

Valeriano Piñeiro-Naval (vale.naval@labcom.ubi.pt)

Paulo Serra (pserra@ubi.pt)

Universidade da Beira Interior

Resumo. O património cultural é a herança que as gerações presentes recebem das passadas e que deve ser conservada para que as futuras também possam identificar-se com ele. Mas, para além do aspeto identitário, o património é um dos elementos fulcrais para a indústria do lazer e, mais concretamente, é o pilar do turismo cultural. Neste sentido, os destinos turísticos tentam, num mercado cada vez mais competitivo, selecionar os seus elementos culturais mais notáveis para atrair os visitantes. Essa escolha está, em muitas ocasiões, sujeita ao Discurso Patrimonial Autorizado das elites que gerem o património, um exercício de enquadramento ou *framing* no qual se destaca uma parte de um todo maior. Assim, o objetivo do presente texto é identificar os elementos do património cultural, quer material, quer imaterial, que as 308 câmaras municipais de Portugal divulgam sobretudo através dos seus websites oficiais. Para além disso, criámos um Indicador de Informação sobre Património Cultural (I2PC) para detetarmos diferenças entre os concelhos e os distritos que compõem o país e, assim, comprovarmos se existem diferenças estatisticamente significativas entre eles. Depois de levada a cabo a análise de conteúdo web, concluímos que a gastronomia é o fator mais destacado do património cultural português, e que o distrito com mais informação cultural nos websites dos seus municípios é o Porto.

Palavras-chave: património cultural, Discurso Patrimonial Autorizado, enquadramento, websites, concelhos portugueses, análise de conteúdo.

—

Para citar:

Piñeiro-Naval, V., & Serra, P. (2019). Estudo do Discurso Patrimonial Autorizado dos concelhos portugueses na Internet. Em V. Piñeiro-Naval & P. Serra (Eds.), *Cultura, Património e Turismo na Sociedade Digital (Vol. 2): Diálogos interdisciplinares* (pp. 159-186). Covilhã: Editora LabCom.IFP. ISBN: 978-989-654-578-9.

—

Study of the Authorized Heritage Discourse of Portuguese counties on the Internet

Abstract. The cultural heritage is the legacy that the present generations receive from the past and that must be conserved so that the future ones can also be identified with him. But, in addition to the identity aspect, heritage is also one of the key elements for the leisure industry and, more concretely, is the pillar of cultural tourism. In this sense, tourist destinations try, in an increasingly competitive market, to select their most notable cultural elements to attract visitors. This choice is on many occasions subject to the Authorised Heritage Discourse of the elites that manage the heritage, an exercise of framing in which stands out a part of a greater whole. Therefore, the aim of this text is to identify the elements of cultural heritage, both material and immaterial, that the 308 municipal councils of Portugal promote to a greater extent through their official websites. Additionally, we created a Cultural Heritage Information Indicator (CHI2) to detect differences between the counties and districts that integrate the country, and thus to verify if there are statistically significant differences between them. After performing the web-content analysis, we conclude that gastronomy is the most outstanding factor in Portuguese cultural heritage, and that the district with the most cultural information on its municipalities' websites is Porto.

Keywords: cultural heritage, Authorised Heritage Discourse, framing, websites, Portuguese municipalities, content analysis.

1. Introdução: património cultural, turismo e identidade

Relativamente à catalogação e conservação do património cultural, a *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization* (UNESCO) e o *International Council on Monuments and Sites* (ICOMOS) são, com certeza, dois dos organismos que mais têm trabalhado nestas áreas a nível mundial. Embora a UNESCO (2003, 2005) tenha protagonizado tentativas para determinar nas suas convenções o que é o património cultural, o desafio que a sua identificação apresenta continua a ser muito relevante. Na opinião de

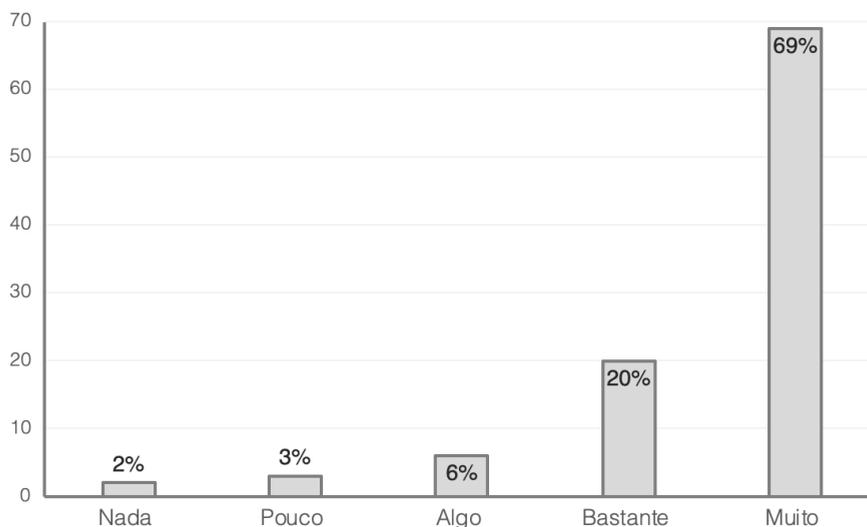
Bessière (1998), “o conceito de património leva-nos a uma discussão sobre a continuidade entre passado e presente. O património oferece profundidade histórica e um padrão permanente num mundo em constante mudança” (p. 26). É, em suma, o legado que recebemos das gerações anteriores, e “é amplamente considerado como um recurso valioso e insubstituível, essencial para a identidade pessoal e coletiva” (Lowenthal, 2005, p. 81). Esta observação de Lowenthal indica que, assim como a cultura, o património tem um impacto considerável na formação da identidade de uma comunidade: “o modo como o passado é utilizado agora ressalta os nossos valores como sociedade e dá o tom para o desenvolvimento e crescimento futuros” (Shipley & Snyder, 2013, p. 304).

A herança refere-se, de facto, ao passado, mas as implicações da sua conservação atual estão orientadas para a sua futura exploração, porque não devemos esquecer que, além das suas necessárias conotações culturais e identitárias, o património representa também uma indústria turística. Nesta linha que destaca o aspeto comercial do património, muitos autores afirmam que ele pode contribuir decisivamente para o desenvolvimento de regiões ou países e, principalmente, das cidades e vilas que os compõem. Esse raciocínio aplicar-se-ia, como é obvio, quer aos bens patrimoniais tangíveis, quer aos intangíveis.

Em relação à indústria do lazer, uma das mais poderosas do mundo, cada vez mais esta se apoia no património e na cultura como ativos para sustentar a sua oferta diversificada e, também, a marca dos destinos –ou *place branding*. Como a *Organisation for Economic Co-operation and Development* apontou, esse fato leva a uma tendência de crescente impacto na economia dos territórios: “está claro que o turismo e a cultura se tornaram cada vez mais estreitamente vinculados ao seu papel na atratividade regional” (OECD, 2009, p. 35). Pela sua parte, o último relatório da *World Tourism Organization* (2018) analisou as respostas a um questionário em que os seus Estados-Membros, utilizando uma escala de 1 –nada importante– a 5

–muito importante–, exprimiram a sua opinião quanto ao papel do turismo cultural na sua estratégia turística nacional:

Figura 1. Respostas dos Estados-Membros quanto à importância do turismo cultural na política de turismo do país (%).



Fonte: elaboração própria a partir dos dados publicados pela UNWTO (2018).

Como podemos observar, a maioria dos responsáveis pelo turismo dos distintos países considera importante ou muito importante o papel do turismo cultural, baseado no património, no conjunto da sua indústria de lazer. Para finalizar esta parte introdutória, é importante fazermos alusão às fases de desenvolvimento do turismo cultural (Richards & Marques, 2018):

Tabela 1. Fases de desenvolvimento do turismo cultural.

FASE	CULTURA	TURISMO CULTURAL
1.0	Cultura como subproduto do crescimento industrial: os ricos comerciantes e industriais investiram na cultura como um meio de polir a sua imagem e/ou fazer o bem à comunidade	<i>Grand Tour</i> , consumo cultural por uma pequena elite

2.0	Cultura como indústria: a partir da industrialização e do crescimento das indústrias culturais, a cultura tornou-se um campo económico, investido pelo setor público para estimular o crescimento e o emprego	Turismo cultural massivo, desenvolvimento de recursos culturais como atrativos turísticos
3.0	Cultura como fonte de novos valores: a diversificação dos gostos culturais, a fragmentação da produção cultural e o acesso a novas tecnologias e meios desafiam a produção monolítica da cultura. Juntamente com o valor económico, a cultura também é vista como um meio para criar identidade, estimular a coesão social e apoiar a criatividade.	Cultura como plataforma de valor para o turismo (e vice-versa), aumentando a integração do turismo e da vida cotidiana. Diversificação de diferentes tipos de “turismo”

Fonte: elaboração própria a partir de Richards (2014), Richards e Marques (2018), e Sacco (2011).

Estamos, neste momento, numa fase muito complexa na qual interagem numerosos agentes, destacando os destinos turísticos, cada vez mais diversificados e concorrentes entre si, e os turistas, cuja capacidade para decidir a oferta mais adequada aos seus interesses está diretamente relacionada com o acesso quase ilimitado à informação. Este acesso, claro está, é favorecido pelos novos meios e pelas TIC's, que seriam o terceiro elemento da equação e o mais recente.

Na próxima parte do trabalho iremos aludir, de forma necessariamente breve, às duas componentes teóricas que nos permitiram fundamentar a aproximação empírica da investigação: o Discurso Patrimonial Autorizado e a Teoria do Enquadramento.

1.1. Discurso Patrimonial Autorizado e Teoria do Enquadramento

Na opinião de Smith (2006), a conceptualização do património e as práticas e políticas derivadas dessa conceptualização foram, e continuam a ser, enquadradas pelo Discurso Patrimonial Autorizado –em inglês, *Authorised Heritage Discourse*, AHD. Esse discurso surgiu nos debates do século XIX sobre os estudos arquitetónicos e arqueológicos da Europa Ocidental, centrados na necessidade de proteger a cultura material que os especialistas consideravam de valor inato e hereditário. O AHD privilegia, portanto, os

objetos materiais, sítios, lugares e/ou paisagens esteticamente agradáveis. A sua fragilidade requer que as gerações atuais devam cuidar, proteger e venerar essas coisas para que possam ser herdadas pelas gerações futuras. Nesse contexto, a herança é algo que é “encontrado”, tem um valor inerente, cuja autenticidade vai “falar” a um senso comum e compartilhado em termos de identidade humana (Smith, 2014).

Segundo Pendlebury (2013), o correto é caracterizar o AHD como uma forma de controlar a definição de património que recebe uma aprovação oficial e a sua posterior gestão. No entanto, um olhar focado apenas nas conceções de valor geradas internamente pela elite do património pode subestimar outras forças dentro do plano geral de conservação. Estaríamos a falar, portanto, de uma seleção daquilo que é considerado como mais destacado de entre um grande conjunto de elementos patrimoniais (Waterton & Smith, 2010), uma estratégia que encaixa com os preceitos de um dos paradigmas teóricos mais espalhados na investigação em comunicação (Borah, 2011; Bryant & Miron, 2004; Matthes, 2009; Piñeiro-Naval & Mangana, 2018, 2019; Saperas & Carrasco-Campos, 2015): a Teoria do Enquadramento ou *Framing*.

Esta teoria defende, em termos gerais, que a construção dos textos informativos ou jornalísticos está baseada na seleção de uma parte da realidade em detrimento do resto dos elementos que formam essa realidade, atuando a visão do comunicador ou jornalista como a moldura de uma pintura, que encerra apenas um fragmento de um todo mais vasto (Entman, 1993; de Vreese, 2005; Scheufele & Tewksbury, 2007). Portanto, o pressuposto do qual partimos na presente investigação é que as câmaras municipais portuguesas, na sua função de gestores do património cultural das localidades, irão escolher aqueles elementos mais salientes da sua herança, quer material, quer imaterial, para criar um discurso cultural através dos seus websites oficiais. Deste modo, os concelhos convertem-se em administradores do seu potencial patrimonial para atrair turistas culturais aos seus

territórios, mas também para gerar uma narrativa identitária na qual os próprios cidadãos se irão reconhecer como um grupo cultural unitário.

Tendo em conta a importância do património cultural nas economias dos lugares, já que é um dos principais ativos turísticos, e também no estabelecimento de padrões culturais unificadores, apresentamos a seguir os objetivos da pesquisa e a definição da metodologia que utilizámos para atingirmos esses objetivos.

2. Objetivos e metodologia

Os objetivos do estudo são dois: em primeiro lugar, propor uma tipologia de possíveis elementos do património cultural (quer material, quer imaterial) e, de acordo com ela, identificar quais é que são os mais difundidos na rede local portuguesa. Em segundo lugar, medir, em função do “Indicador de Informação sobre Património Cultural” (I2PC) criado, o nível de conteúdos patrimoniais dos distintos concelhos e distritos em que Portugal se divide.

A metodologia utilizada para alcançar os objetivos foi a análise de conteúdo web, uma técnica sistemática, objetiva e quantitativa (Neuendorf, 2016; Riffe, Lacy & Fico, 2014; Wimmer & Dominick, 2011), especialmente apropriada e necessária para o trabalho central dos pesquisadores em comunicação: a análise das mensagens (Lombard, Snyder-Duch & Campanella, 2002). As fases que integram o protocolo para a sua aplicação são (Igartua, 2006; Piñeiro-Naval *et al.*, 2018; White & Marsh, 2006; Zamith & Lewis, 2015): a formulação de perguntas de investigação ou hipóteses, a seleção da amostra, a definição das categorias de análise, a codificação, o cálculo da fiabilidade, o tratamento estatístico dos dados e sua interpretação e, finalmente, o estabelecimento das conclusões. Portanto, e tomando como ponto de partida os objetivos supracitados, as nossas perguntas de investigação são também duas:

1. PI_1 : tendo em conta a tipologia de elementos patrimoniais desenhada, quais é que são os mais divulgados pelos concelhos portugueses?
2. PI_2 : quais é que são os municípios e os distritos com mais informação patrimonial na WWW?

Relativamente à seleção da amostra, nesta investigação foi observado o universo total de portais municipais portugueses; isto é, 308 websites.

Figura 2. Exemplo de unidade de análise.



Fonte: página de início de <http://www.cm-funchal.pt>.

Quanto à definição das categorias de análise, ela é concretizada no livro de códigos, composto neste caso por 23 variáveis *dummy* apriorísticas (baseadas, portanto, em estudos prévios semelhantes: Piñeiro-Naval & Igartua, 2012; Piñeiro-Naval, Igartua e Rodríguez-de-Dios, 2018; Piñeiro-Naval & Serra, 2019), que aparecem na seguinte tabela divididas em 3 grupos e acompanhadas do seu indicador de fiabilidade:

Tabela 2. Variáveis do livro de códigos.

VARIÁVEIS	OPÇÕES	α_k	VARIÁVEIS	OPÇÕES	α_k
<i>Património Cultural Material</i>			<i>Património Cultural Imaterial</i>		
Museus/Casas Culturais	0=não, 1=sim	0,64	Costumes Populares	0=não, 1=sim	0,79
Bibliotecas/Arquivos	0=não, 1=sim	0,80	Tradições Oraís	0=não, 1=sim	0,80
Teatros	0=não, 1=sim	0,63	Artes Performativas	0=não, 1=sim	0,54
Catedrais/Basílicas	0=não, 1=sim	1	Eventos Festivos	0=não, 1=sim	0,78
Edifícios Religiosos	0=não, 1=sim	0,89	Eventos Religiosos	0=não, 1=sim	0,73
Edifícios Cívicos/Militares	0=não, 1=sim	0,75	Gastronomia	0=não, 1=sim	0,80
Conjuntos Urbanos	0=não, 1=sim	0,81	Artesanato	0=não, 1=sim	0,89
Vestígios Arqueológicos	0=não, 1=sim	0,88	Figuras Públicas	0=não, 1=sim	0,65
Praças/Mercados	0=não, 1=sim	0,73	Tauromaquia	0=não, 1=sim	0,84
Parques/Jardins	0=não, 1=sim	0,71	<i>Localização da Informação</i>		
Estátuas/Esculturas	0=não, 1=sim	0,84	Website oficial	0=não, 1=sim	1
Praças Touros	0=não, 1=sim	0,66	Website temático	0=não, 1=sim	0,65

Fonte: elaboração própria.

No que diz respeito à recolha dos dados, dois codificadores foram os responsáveis pela análise da amostra, que começou a 16 de março e terminou a 8 de junho de 2017. Dada a importância de uniformizar as condições da análise, ambos empregaram um único *browser* (*Google Chrome*), dois computadores iguais e a mesma ligação de rede disponível no LabCom.IFP, o espaço onde se levou a cabo o estudo empírico.

Finalmente, para o cômputo da fiabilidade intercodificadores foi escolhida, de forma aleatória, uma subamostra de 12% dos casos (37 portais), que foram analisados pelos membros da equipa no mesmo lapso temporal, para atenuar a volatilidade dos conteúdos (Karlsson, 2012), um facto próprio da rede que, a não ter sido controlado, poderia ter afetado a objetividade do trabalho. O parâmetro utilizado para o cálculo da fiabilidade foi o *Krippendorff's Alpha*, o mais consistente a nível estatístico e o que melhor se ajusta quer às distintas escalas de medida, quer a um número indeterminado de codificadores (Hayes & Krippendorff, 2007; Krippendorff, 2011, 2017). Neste caso, a fiabilidade média das 23 variáveis foi razoável: $M_{\alpha k} = 0,77$.

2.1. Indicador de Informação sobre Património Cultural

Antes de apresentar os resultados é imprescindível fazer referência ao Indicador de Informação sobre Património Cultural (I2PC), um recurso fulcral na estratégia de tratamento dos dados do estudo. Weber (1994) afirma que, nas análises de conteúdo, é frequente criar indicadores que, partindo da combinação de variáveis, atingem um poder descritivo superior ao daquelas separadamente.

Partindo deste princípio, e com o propósito de obter um valor agregado que medisse objetivamente o nível de informação patrimonial dos *sites*, foram adicionados os 21 itens relativos ao património cultural (Tabela 1). A expressão alfanumérica que reproduz o indicador é a seguinte:

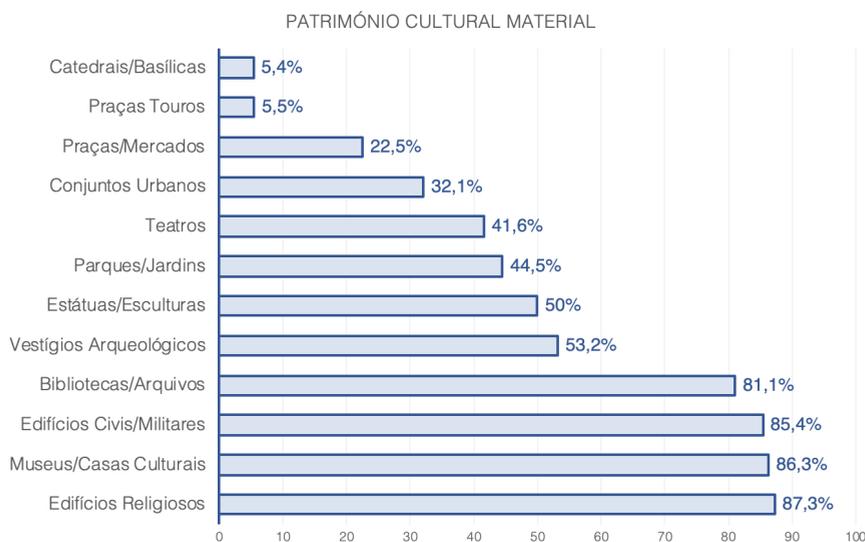
· $I2PC = \Sigma (x_1, x_2, x_3... x_n) / n$; onde x = variáveis de análise e n = número de variáveis.

Posto que as variáveis de análise são *dummy*, o rácio teórico do I2PC vai de “0” a “1”. Por outro lado, o rácio real do indicador vai de “0,05” a “0,86”. A sua fiabilidade interna é de: $\alpha_c = 0,60$, um valor sujeito à referência mínima convencional para estudos de índole exploratória (Hair *et al.*, 2010; Robinson, Shaver & Wrightsman, 1991).

3. Resultados

Em resposta à PI₁, pode ver-se, em primeiro lugar, uma figura que mostra as percentagens relativas à presença dos elementos do património cultural material nos websites dos municípios:

Figura 3. Presença dos elementos do património cultural material nos websites dos municípios portugueses.



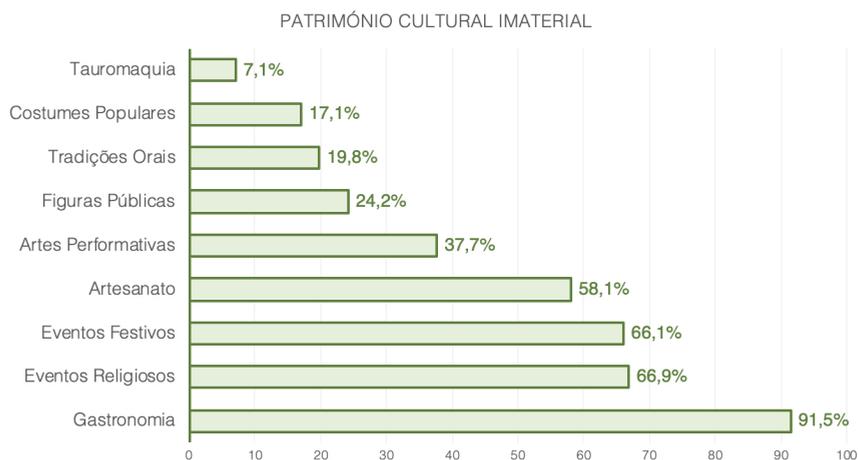
Fonte: elaboração própria.

Verifica-se que os edifícios religiosos¹ (87,3%), os museus e casas culturais (86,3%) e os edifícios civis e militares² (85,4%) são os mais habituais na informação web dos concelhos portugueses. Quanto ao património cultural imaterial, os dados obtidos são os seguintes:

1. Igrejas, capelas, ermidas, cruzeiros e/ou mosteiros.

2. Castelos, fortalezas, pontes, muralhas, torres, quintas, moinhos e/ou faróis.

Figura 4. Presença dos elementos do património cultural imaterial nos websites dos municípios portugueses.



Fonte: elaboração própria.

No plano imaterial, a gastronomia (91,5%) é, sem discussão, o fator mais espalhado na rede local portuguesa, a grande distância dos eventos religiosos (66,9%).

Relativamente à PI₂, a tabela 2 mostra os concelhos portugueses com maior proporção de informação patrimonial contida nos seus sítios web oficiais (no anexo final reúnem-se os valores do I2PC para os 308 municípios do país):

Tabela 3. Municípios com maior proporção de informação patrimonial nos seus websites.

MUNICÍPIO	DISTRITO	URL	I2PC
Reguengos de Monsaraz	Évora	http://www.cm-reguengos-monsaraz.pt	0,86
Santarém	Santarém	http://www.cm-santarem.pt/	0,86
Arruda dos Vinhos	Lisboa	http://www.cm-arruda.pt/	0,76
Braga	Braga	http://www.cm-braga.pt	0,76
Funchal	Madeira	http://www.cm-funchal.pt	0,76

Fonte: elaboração própria.

Em termos regionais, seguidamente aparece outra tabela que mostra a média e o desvio padrão do I2PC segundo os distritos em que se divide o território português (‘n’ é o número de concelhos de cada distrito):

Tabela 4. Médias e desvios padrões do I2PC segundo distritos (ANOVA).

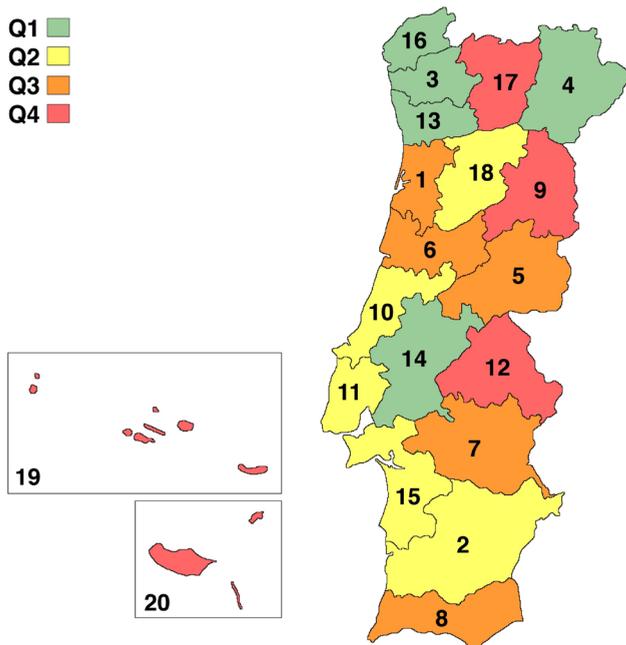
DISTRITOS	M _{I2PC}	DP	n
1. Aveiro	0,463	0,125	19
2. Beja	0,486	0,137	14
3. Braga	0,537	0,135	14
4. Bragança	0,535	0,103	12
5. Castelo Branco	0,467	0,123	11
6. Coimbra	0,459	0,124	17
7. Évora	0,449	0,151	14
8. Faro	0,473	0,109	16
9. Guarda	0,404	0,111	14
10. Leiria	0,491	0,127	16
11. Lisboa	0,515	0,161	16
12. Portalegre	0,432	0,101	15
13. Porto	0,541	0,092	18
14. Santarém	0,539	0,109	21
15. Setúbal	0,524	0,124	13
16. Viana do Castelo	0,538	0,111	10
17. Vila Real	0,389	0,137	14
18. Viseu	0,476	0,091	24
19. Açores	0,311	0,121	19
20. Madeira	0,338	0,184	11
Total	0,469	0,136	308

Fonte: elaboração própria.

Em função dos dados da tabela 4, e depois de efetuar uma análise da variância, podemos determinar a existência de diferenças significativas quanto ao I2PC segundo distritos [$F_{I2PC \times Distritos}(19; 288) = 4,43; p < 0,001; \eta^2 = 0,226$]. O teste *post hoc* T3 de Dunnett indica que as diferenças mais significativas são entre os distritos do Porto e os Açores [$t(35) = 6,43; p < 0,001; d = 2,13$], sendo o tamanho do efeito “elevado” (Cohen, 1988; Johnson *et al.*, 2008).

Voltando aos parâmetros estatísticos de tendência central (e dispersão) para o I2PC, lembramos que a média dos 308 municípios é: $M_{I2PC} = 0,469$ (DP = 0,136); o valor mais repetido é: $M_o = 0,52$ (n = 46; 15%); e os quartis são: $P_{25} = 0,381$, $P_{50} = 0,476$ e $P_{75} = 0,571$. Portanto, uma classificação autárquica em 4 grupos estaria determinada pelos seguintes valores (ordenados de modo decrescente): 0,86 – 0,571 (grupo 1), 0,57 – 0,476 (grupo 2), 0,475 – 0,381 (grupo 3), e 0,38 – 0,005 (grupo 4). Se aplicarmos esta mesma lógica para os distritos, os 4 grupos ou quartis aparecem no seguinte mapa diferenciados por cores:

Figura 5. Mapa de Portugal segundo os distritos divididos nos quartis dos I2PC (os números coincidem com a lista da tabela 4).



Fonte: elaboração de Sara Constante a partir dos próprios dados.

Ainda em função dos dados da tabela 4, o primeiro grupo de distritos (os que maior proporção de conteúdos patrimoniais têm nos seus websites) estaria formado pelo Porto, Santarém, Viana do Castelo, Braga e Bragança; o segundo grupo está integrado por Setúbal, Lisboa, Leiria, Beja e Viseu; o terceiro por Faro, Castelo Branco, Aveiro, Coimbra e Évora; e, finalmente, o quarto por Portalegre, Guarda, Vila Real, Madeira e Açores.

Finalmente, a localização da informação podia dar-se em duas opções: no próprio website oficial do município ou noutra especificamente criado para a divulgação do património, ligado ao anterior. A relação estatística entre as duas localizações pode ver-se na seguinte tabela de referência cruzada:

Tabela 5. Presença de informação no website oficial e no website temático (% coluna).

WEBSITE TEMÁTICO	% TOTAL	WEBSITE INSTITUCIONAL	
		Presença de informação	Ausência de informação
Presença de informação	25,6	25,2-	100+
Ausência de informação	74,4	74,8+	0-
N	308	306	2

- Valor estatisticamente inferior (análise de resíduos padronizados ajustados).

+ Valor estatisticamente superior (análise de resíduos padronizados ajustados).

Fonte: elaboração própria.

Embora as percentagens referentes à localização da informação patrimonial indiquem que os websites institucionais das câmaras são os que mais frequentemente contêm as informações ($N = 306$; ou seja, 99,35% do total), a tabela 5 permite afirmar que há associação estatisticamente significativa entre a inclusão da informação do património no website institucional e em um website temático [$\chi^2(1, N = 308) = 5,83$; $p < 0,05$; $v = 0,016$]. Mais especificamente, 25,2% dos municípios que colocam as informações do património no seu website oficial também fornecem essas informações num tipo de website temático vinculado ao principal.

4. Discussão e conclusões

Depois da análise de conteúdo realizada aos sítios web oficiais das 308 autarquias portuguesas, podemos afirmar que a arquitetura –religiosa, civil e militar–, no plano material, e a gastronomia, no imaterial, são os pilares nos quais se baseia o seu discurso patrimonial autorizado. É, portanto, essa parte da realidade cultural dos municípios que é destacada de forma a enquadrar uma narrativa cativante não apenas para os potenciais turistas, mas também para os próprios cidadãos dos territórios. Deste modo, os patrimónios gastronómico e arquitetónico são os elementos que tendem a ser privilegiados em termos comunicacionais, por serem considerados os de maior poder turístico e identitário.

Quanto aos distritos, o Norte é a região onde se encontram os que mais divulgam o seu património na rede, seguidos do litoral continental. Portanto, é lógico pensar que o resto dos distritos deve fazer um maior esforço para conceber estratégias de difusão dos seus bens culturais, bem como tradições e costumes, já que tais estratégias podem contribuir, de modo muito relevante, para a dinamização económica dos seus concelhos.

Por outro lado, o estudo levado a cabo verifica, com dados empíricos, que a herança não é uma mera coleção de objetos e produtos, mas uma escolha feita de acordo com o valor particular concedido pelos membros de um grupo social, ou endogrupo (Bessière, 1998). Se a gastronomia é considerada como um ponto de intercâmbio cultural que contribui para a construção de identidades sociais, então também pode ser um recurso importante para as estratégias de desenvolvimento. Como também está definitivamente associado com o sector turístico, o património gastronómico, em diferentes formas de construção e mobilização, impulsiona a dinâmica social e cultural de um espaço determinado (Bessière, 2013).

Em definitivo, o turismo cultural permite a participação dos visitantes no consumo e na celebração de uma série de ritos locais, incluindo numerosos eventos criados para mostrar a riqueza do património (Bessière, 1998). Neste sentido, a gastronomia joga um papel fundamental na realidade cul-

tural portuguesa, complementada com o seu vasto património arquitetónico que, com o transcurso dos anos, está a ser restaurado e habilitado graças às crescentes receitas turísticas anuais, fazendo sustentável uma indústria do lazer que, brevemente, irá ultrapassar 10% do Produto Interior Bruto nacional. É por causa do seu grande protagonismo económico que as autoridades responsáveis pela conservação da herança cultural têm de ativar estratégias criativas, baseadas num discurso patrimonial coerente com os valores identitários e genuínos, para fazer do turismo uma indústria atraente, mas também sustentável para Portugal. Os cidadãos residentes nos núcleos principais de população, como Lisboa e o Porto, estão a notar as consequências negativas da *turistificação*, nomeadamente a escassez de habitação a preços razoáveis, o aumento do custo da vida, a massificação dos centros urbanos, a saturação do trânsito ou o esgotamento dos recursos naturais. São, sem dúvida, desafios que devem ser tratados com urgência para não matar a “galinha dos ovos de ouro”.

Agradecimentos

Este trabalho é resultado do projeto com referência número “SFRH/BPD/122402/2016”, financiado pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT) de Portugal, no âmbito do Concurso para Atribuição de Bolsas de Doutoramento e Pós-Doutoramento (2016).

Referências

- Bessièrre, J. (1998). Local development and heritage: Traditional food and cuisine as tourist attractions in rural areas. *Sociologia Ruralis*, 38(1), 21-34. <https://doi.org/10.1111/1467-9523.00061>.
- Bessièrre, J. (2013). ‘Heritagisation’, a challenge for tourism promotion and regional development: An example of food heritage. *Journal of Heritage Tourism*, 8(4), 275-291. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2013.770861>.
- Borah, P. (2011). Conceptual issues in framing theory: A systematic examination of a decade’s literature. *Journal of Communication*, 61(2), 246-263. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2011.01539.x>.

- Bryant, J., & Miron, D. (2004). Theory and research in mass communication. *Journal of Communication*, 54(4), 662-704. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2004.tb02650.x>.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd Ed.). Hillsdale, New Jersey: Lawrence Earlbaum Associates.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th Ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Hayes, A. F., & Krippendorff, K. (2007). Answering the call for a standard reliability measure for coding data. *Communication Methods and Measures*, 1(1), 77-89. <https://doi.org/10.1080/19312450709336664>.
- Igartua, J. J. (2006). *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Barcelona: Bosch.
- Johnson, B. T., Scott-Sheldon, L. A. J., Snyder, L. B., Noar, S. M., & Huedo-Medina, T. B. (2008). Contemporary approaches to meta-analysis in communication research. In A. F. Hayes, M. D. Slater & L. B. Snyder (Eds.), *The SAGE sourcebook of advanced data analysis methods for communication research* (pp. 311-347). Thousand Oaks, California: Sage.
- Karlsson, M. (2012). Charting the liquidity of online news: Moving towards a method for content analysis of online news. *International Communication Gazette*, 74(4), 385-402. <https://doi.org/10.1177/1748048512439823>.
- Krippendorff, K. (2011). Agreement and information in the reliability of coding. *Communication Methods and Measures*, 5(2), 93-112. <https://doi.org/10.1080/19312458.2011.568376>.
- Krippendorff, K. (2017). Reliability. In J. Matthes, C. S. Davis & R. F. Potter (Eds.), *The international encyclopedia of communication research methods*. Wiley & Sons. <https://doi.org/10.1002/9781118901731.iecrm0210>.

- Lombard, M., Snyder-Duch, J., & Campanella, C. (2002). Content analysis in mass communication. Assessment and reporting of intercoder reliability. *Human Communication Research*, 28(4), 587-604. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.2002.tb00826.x>.
- Lowenthal, D. (2005). Natural and Cultural Heritage. *International Journal of Heritage Studies*, 11(1), 81-92. <https://doi.org/10.1080/13527250500037088>.
- Matthes, J. (2009). What's in a frame? A content analysis of media framing studies in the world's leading communication journals, 1990-2005. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 86(2), 349-367. <https://doi.org/10.1177/107769900908600206>.
- Neuendorf, K. A. (2016). *The content analysis guidebook (2nd Ed.)*. Thousand Oaks, California: Sage.
- Organisation for Economic Co-operation and Development (2009). *The impact of culture on tourism*. Paris: OECD Publications.
- Pendlebury, J. (2013). Conservation values, the authorised heritage discourse and the conservation-planning assemblage. *International Journal of Heritage Studies*, 19(7), 709-727. <https://doi.org/10.1080/13527258.2012.700282>.
- Piñeiro-Naval, V., & Igartua, J. J. (2012). La difusión del patrimonio a través de Internet. El caso de Castilla y León. *Cuadernos de Turismo*, 30, 191-217.
- Piñeiro-Naval, V., Igartua, J. J., Marañón-Lazcano, F. J., & Sánchez-Nuevo, L. A. (2018). El análisis de contenido y su aplicación a entornos web: un caso empírico. In C. Caffarel, J. A. Gaitán, C. Lozano & J. L. Piñuel (Eds.), *Tendencias metodológicas en la investigación académica sobre Comunicación* (pp. 253-272). Salamanca: Comunicación Social.
- Piñeiro-Naval, V., Igartua, J. J., & Rodríguez-de-Dios, I. (2018). Identity-related implications of the dissemination of cultural heritage through the Internet: A study based on Framing Theory. *Communication & Society*, 31(1), 1-21. <https://doi.org/10.15581/003.31.1.1-21>.

- Piñeiro-Naval, V., & Mangana, R. (2018). Teoría del encuadre: Panorámica conceptual y estado del arte en el contexto hispano. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 24(2), 1541-1557. <https://doi.org/10.5209/ESMP.62233>.
- Piñeiro-Naval, V., & Mangana, R. (2019). La presencia del framing en los artículos publicados en revistas hispanoamericanas de comunicación indexadas en Scopus. *Palabra Clave*, 22(1), 117-142. <https://doi.org/10.5294/pacla.2019.22.1.6>.
- Piñeiro-Naval, V., & Serra, P. (2019). How do destinations frame cultural heritage? Content analysis of Portugal's municipal websites. *Sustainability*, 11(4), Article 947. <https://doi.org/10.3390/su11040947>.
- Richards, G. (2014). Cultural tourism 3.0.: The future of urban tourism in Europe? In R. Garibaldi (Ed.), *Il turismo culturale europeo. Città rivisitate. Nuove idee e forme del turismo culturale* (pp. 25-38). Milano: Franco Angeli Edizioni.
- Richards, G., & Marques, L. (2018). *Creating synergies between cultural policy and tourism for permanent and temporary citizens*. Barcelona: Institute of Culture of the City of Barcelona (ICUB).
- Riffe, D., Lacy, S., & Fico, F. (2014). *Analyzing media messages: Using quantitative content analysis in research (3rd Ed.)*. New York: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203551691>.
- Robinson, J. P., Shaver, P. R., & Wrightsman, L. S. (1991). Criteria for scale selection and evaluation. In J. P. Robinson, P. R. Shaver & L. S. Wrightsman (Eds.), *Measures of personality and social psychological attitudes* (pp. 1-16). San Diego: Academic Press.
- Sacco, P. L. (2011). *Culture 3.0: A new perspective for the EU 2014-2020 structural funds programming*. Report for the OMC Working Group on Cultural and Creative Industries.

- Saperas, E., & Carrasco-Campos, A. (2015). The operationalization of the concept of framing in the Journal of Communication (2009-2013): Objects of study, research techniques and theoretical construction. *Communication & Society*, 28(4), 49-66. <https://doi.org/10.15581/003.28.4.49-66>.
- Scheufele, D. A., & Tewksbury, D. (2007). Framing, agenda-setting, and priming: The evolution of three media effects models. *Journal of Communication*, 57(1), 9-20. <https://doi.org/10.1111/j.0021-9916.2007.00326.x>.
- Shipley, R., & Snyder, M. (2013). The role of heritage conservation districts in achieving community economic development goals. *International Journal of Heritage Studies* 19(3), 304-321. <https://doi.org/10.1080/13527258.2012.660886>.
- Smith, L. (2006). *Uses of heritage*. New York: Routledge.
- Smith, L. (2014). Intangible heritage: A challenge to the authorised heritage discourse? *Revista d'Etnologia de Catalunya*, 39, 12-22.
- UNESCO (2003). *Convención para la salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial*. 32ª reunión de la UNESCO, París, Francia.
- UNESCO (2005). *Directrices prácticas para la aplicación de la Convención del Patrimonio Mundial*. París: Centro del Patrimonio Mundial de la UNESCO.
- Vreese, C. H. de (2005). News framing: Theory and typology. *Information Design Journal*, 13(1), 51-62. <https://doi.org/10.1075/idjdd.13.1.06vre>.
- Waterton, E., & Smith, L. (2010). The recognition and misrecognition of community heritage. *International Journal of Heritage Studies*, 16(1-2), 4-15. <https://doi.org/10.1080/13527250903441671>.
- Weber, R. P. (1994). Basic content analysis. In M. S. Lewis-Beck (Ed.), *Research practice. International handbooks of quantitative applications in the social sciences*, vol. 6 (pp. 251-338). Singapore: Sage Publications & Toppan Publishing.
- White, M. D., & Marsh, E. E. (2006). Content analysis: A flexible methodology. *Library Trends*, 55(1), 22-45.

Wimmer, R. D., & Dominick, J. R. (2011). *Mass media research: An introduction (9th Ed.)*. Boston: Wadsworth.

World Tourism Organization (2018). *Tourism and culture synergies*. Madrid: UNWTO. <https://doi.org/10.18111/9789284418978>.

Zamith, R., & Lewis, S. C. (2015). Content analysis and the algorithmic coder: What computational social science means for traditional modes of media analysis. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 659(1), 307-318. <https://doi.org/10.1177/0002716215570576>.

Anexo: Valores do I2PC segundo os 308 municípios portugueses

Nº	MUNICÍPIO	DISTRITO	I2PC	Nº	MUNICÍPIO	DISTRITO	I2PC
1	Águeda	Aveiro	0,67	155	Loures	Lisboa	0,67
2	Albergaria-a-Velha	Aveiro	0,24	156	Lourinhã	Lisboa	0,24
3	Anadia	Aveiro	0,48	157	Mafra	Lisboa	0,19
4	Arouca	Aveiro	0,38	158	Odivelas	Lisboa	0,67
5	Aveiro	Aveiro	0,24	159	Oeiras	Lisboa	0,43
6	Castelo de Paiva	Aveiro	0,48	160	Sintra	Lisboa	0,52
7	Espinho	Aveiro	0,62	161	Sobral de Monte Agraço	Lisboa	0,52
8	Estarreja	Aveiro	0,43	162	Torres Vedras	Lisboa	0,52
9	Ílhavo	Aveiro	0,52	163	Vila Franca de Xira	Lisboa	0,62
10	Mealhada	Aveiro	0,43	164	Alter do Chão	Portalegre	0,33
11	Murtosa	Aveiro	0,62	165	Arronches	Portalegre	0,29
12	Oliveira de Azeméis	Aveiro	0,57	166	Avis	Portalegre	0,33
13	Oliveira do Bairro	Aveiro	0,43	167	Campo Maior	Portalegre	0,48
14	Ovar	Aveiro	0,33	168	Castelo de Vide	Portalegre	0,48
15	Santa Maria da Feira	Aveiro	0,57	169	Crato	Portalegre	0,43
16	São João da Madeira	Aveiro	0,38	170	Elvas	Portalegre	0,57

17	Sever do Vouga	Aveiro	0,52	171	Fronteira	Portalegre	0,33
18	Vagos	Aveiro	0,57	172	Gavião	Portalegre	0,57
19	Vale de Cambra	Aveiro	0,33	173	Marvão	Portalegre	0,52
20	Aljustrel	Beja	0,48	174	Monforte	Portalegre	0,33
21	Almodôvar	Beja	0,67	175	Nisa	Portalegre	0,48
22	Alvito	Beja	0,43	176	Ponte de Sor	Portalegre	0,33
23	Barrancos	Beja	0,52	177	Portalegre	Portalegre	0,43
24	Beja	Beja	0,67	178	Sousel	Portalegre	0,57
25	Castro Verde	Beja	0,57	179	Amarante	Porto	0,43
26	Cuba	Beja	0,62	180	Baião	Porto	0,43
27	Ferreira do Alentejo	Beja	0,33	181	Felgueiras	Porto	0,57
28	Mértola	Beja	0,38	182	Gondomar	Porto	0,57
29	Moura	Beja	0,57	183	Lousada	Porto	0,43
30	Odemira	Beja	0,48	184	Maia	Porto	0,57
31	Ourique	Beja	0,29	185	Marco de Canaveses	Porto	0,57
32	Serpa	Beja	0,57	186	Matosinhos	Porto	0,67
33	Vidigueira	Beja	0,24	187	Paços de Ferreira	Porto	0,48
34	Amares	Braga	0,43	188	Paredes	Porto	0,52
35	Barcelos	Braga	0,71	189	Penafiel	Porto	0,67
36	Braga	Braga	0,76	190	Porto	Porto	0,57
37	Cabeceiras de Basto	Braga	0,62	191	Póvoa de Varzim	Porto	0,62
38	Celorico de Basto	Braga	0,38	192	Santo Tirso	Porto	0,48
39	Esposende	Braga	0,43	193	Trofa	Porto	0,52
40	Fafe	Braga	0,57	194	Valongo	Porto	0,52
41	Guimarães	Braga	0,52	195	Vila do Conde	Porto	0,71
42	Póvoa de Lanhoso	Braga	0,57	196	Vila Nova de Gaia	Porto	0,38
43	Terras de Bouro	Braga	0,43	197	Abrantes	Santarém	0,57
44	Vieira do Minho	Braga	0,52	198	Alcanena	Santarém	0,52

45	Vila Nova de Famalicão	Braga	0,67	199	Almeirim	Santarém	0,57
46	Vila Verde	Braga	0,62	200	Alpiarça	Santarém	0,33
47	Vizela	Braga	0,29	201	Benavente	Santarém	0,57
48	Alfândega da Fé	Bragança	0,57	202	Cartaxo	Santarém	0,48
49	Bragança	Bragança	0,67	203	Chamusca	Santarém	0,62
50	Carrazeda de Ansiães	Bragança	0,48	204	Constância	Santarém	0,71
51	Freixo de Espada à Cinta	Bragança	0,38	205	Coruche	Santarém	0,62
52	Macedo de Cavaleiros	Bragança	0,57	206	Entroncamento	Santarém	0,38
53	Miranda do Douro	Bragança	0,57	207	Ferreira do Zêzere	Santarém	0,52
54	Mirandela	Bragança	0,71	208	Golegã	Santarém	0,48
55	Mogadouro	Bragança	0,43	209	Mação	Santarém	0,48
56	Torre de Moncorvo	Bragança	0,57	210	Ourém	Santarém	0,57
57	Vila Flor	Bragança	0,52	211	Rio Maior	Santarém	0,48
58	Vimioso	Bragança	0,38	212	Salvaterra de Magos	Santarém	0,48
59	Vinhais	Bragança	0,57	213	Santarém	Santarém	0,86
60	Belmonte	Castelo B.	0,62	214	Sardoal	Santarém	0,57
61	Castelo Branco	Castelo B.	0,43	215	Tomar	Santarém	0,52
62	Covilhã	Castelo B.	0,29	216	Torres Novas	Santarém	0,48
63	Fundão	Castelo B.	0,38	217	Vila Nova da Barquinha	Santarém	0,52
64	Idanha-a-Nova	Castelo B.	0,29	218	Alcácer do Sal	Setúbal	0,48
65	Oleiros	Castelo B.	0,57	219	Alcochete	Setúbal	0,71
66	Penamacor	Castelo B.	0,62	220	Almada	Setúbal	0,43
67	Proença-a-Nova	Castelo B.	0,48	221	Barreiro	Setúbal	0,52
68	Sertã	Castelo B.	0,52	222	Grândola	Setúbal	0,67
69	Vila de Rei	Castelo B.	0,57	223	Moita	Setúbal	0,62
70	Vila Velha de Ródão	Castelo B.	0,38	224	Montijo	Setúbal	0,67

71	Arganil	Coimbra	0,52	225	Palmela	Setúbal	0,43
72	Cantanhede	Coimbra	0,57	226	Santiago do Cacém	Setúbal	0,43
73	Coimbra	Coimbra	0,48	227	Seixal	Setúbal	0,38
74	Condeixa-a-Nova	Coimbra	0,52	228	Sesimbra	Setúbal	0,43
75	Figueira da Foz	Coimbra	0,52	229	Setúbal	Setúbal	0,38
76	Góis	Coimbra	0,48	230	Sines	Setúbal	0,67
77	Lousã	Coimbra	0,52	231	Arcos de Valdevez	Viana	0,57
78	Mira	Coimbra	0,43	232	Caminha	Viana	0,52
79	Miranda do Corvo	Coimbra	0,62	233	Melgaço	Viana	0,48
80	Montemor-o-Velho	Coimbra	0,33	234	Monção	Viana	0,71
81	Oliveira do Hospital	Coimbra	0,33	235	Paredes de Coura	Viana	0,43
82	Pampilhosa da Serra	Coimbra	0,62	236	Ponte da Barca	Viana	0,57
83	Penacova	Coimbra	0,48	237	Ponte de Lima	Viana	0,52
84	Penela	Coimbra	0,43	238	Valença	Viana	0,38
85	Soure	Coimbra	0,14	239	Viana do Castelo	Viana	0,71
86	Tábua	Coimbra	0,29	240	Vila Nova de Cerveira	Viana	0,48
87	Vila Nova de Poiares	Coimbra	0,52	241	Alijó	Vila Real	0,57
88	Alandroal	Évora	0,38	242	Boticas	Vila Real	0,38
89	Arraiolos	Évora	0,43	243	Chaves	Vila Real	0,52
90	Borba	Évora	0,48	244	Mesão Frio	Vila Real	0,43
91	Estremoz	Évora	0,57	245	Mondim de Basto	Vila Real	0,52
92	Évora	Évora	0,52	246	Montalegre	Vila Real	0,24
93	Montemor-o-Novo	Évora	0,33	247	Murça	Vila Real	0,48
94	Mora	Évora	0,38	248	Peso da Régua	Vila Real	0,24
95	Mourão	Évora	0,29	249	Ribeira de Pena	Vila Real	0,52
96	Portel	Évora	0,24	250	Sabrosa	Vila Real	0,29

97	Redondo	Évora	0,52	251	Santa Marta de Penaguião	Vila Real	0,29
98	Reguengos de Monsaraz	Évora	0,86	252	Valpaços	Vila Real	0,24
99	Vendas Novas	Évora	0,38	253	Vila Pouca de Aguiar	Vila Real	0,19
100	Viana do Alentejo	Évora	0,43	254	Vila Real	Vila Real	0,52
101	Vila Viçosa	Évora	0,48	255	Armamar	Viseu	0,48
102	Albufeira	Faro	0,33	256	Carregal do Sal	Viseu	0,24
103	Alcoutim	Faro	0,52	257	Castro Daire	Viseu	0,43
104	Aljezur	Faro	0,38	258	Cinfães	Viseu	0,62
105	Castro Marim	Faro	0,57	259	Lamego	Viseu	0,52
106	Faro	Faro	0,62	260	Mangualde	Viseu	0,48
107	Lagoa	Faro	0,33	261	Moimenta da Beira	Viseu	0,48
108	Lagos	Faro	0,33	262	Mortágua	Viseu	0,43
109	Loulé	Faro	0,67	263	Nelas	Viseu	0,43
110	Monchique	Faro	0,48	264	Oliveira de Frades	Viseu	0,43
111	Olhão	Faro	0,43	265	Penalva do Castelo	Viseu	0,52
112	Portimão	Faro	0,43	266	Penedono	Viseu	0,48
113	São Brás de Alportel	Faro	0,57	267	Resende	Viseu	0,43
114	Silves	Faro	0,33	268	Santa Comba Dão	Viseu	0,43
115	Tavira	Faro	0,52	269	São João da Pesqueira	Viseu	0,62
116	Vila do Bispo	Faro	0,52	270	São Pedro do Sul	Viseu	0,52
117	Vila Real de Santo António	Faro	0,52	271	Sátão	Viseu	0,43
118	Aguiar da Beira	Guarda	0,48	272	Sernancelhe	Viseu	0,33
119	Almeida	Guarda	0,52	273	Tabuaço	Viseu	0,57
120	Celorico da Beira	Guarda	0,29	274	Tarouca	Viseu	0,48

121	Figueira de Castelo Rodrigo	Guarda	0,43	275	Tondela	Viseu	0,52
122	Fornos de Algodres	Guarda	0,38	276	Vila Nova de Paiva	Viseu	0,48
123	Gouveia	Guarda	0,57	277	Viseu	Viseu	0,67
124	Guarda	Guarda	0,52	278	Vouzela	Viseu	0,43
125	Manteigas	Guarda	0,33	279	Angra do Heroísmo	Açores	0,52
126	Meda	Guarda	0,38	280	Calheta São Jorge	Açores	0,33
127	Pinhel	Guarda	0,33	281	Corvo	Açores	0,14
128	Sabugal	Guarda	0,29	282	Horta	Açores	0,29
129	Seia	Guarda	0,19	283	Lagoa São Miguel	Açores	0,43
130	Trancoso	Guarda	0,52	284	Lajes das Flores	Açores	0,10
131	Vila Nova de Foz Côa	Guarda	0,43	285	Lajes do Pico	Açores	0,29
132	Alcobaça	Leiria	0,62	286	Madalena	Açores	0,33
133	Alvaiázere	Leiria	0,43	287	Nordeste	Açores	0,24
134	Ansião	Leiria	0,52	288	Ponta Delgada	Açores	0,33
135	Batalha	Leiria	0,48	289	Povoação	Açores	0,29
136	Bombarral	Leiria	0,43	290	Praia da Vitória	Açores	0,48
137	Caldas da Rainha	Leiria	0,43	291	Ribeira Grande	Açores	0,38
138	Castanheira de Pêra	Leiria	0,43	292	Santa Cruz da Graciosa	Açores	0,29
139	Figueiró dos Vinhos	Leiria	0,57	293	Santa Cruz das Flores	Açores	0,33
140	Leiria	Leiria	0,38	294	São Roque do Pico	Açores	0,05
141	Marinha Grande	Leiria	0,24	295	Velas	Açores	0,29
142	Nazaré	Leiria	0,57	296	Vila do Porto	Açores	0,43
143	Óbidos	Leiria	0,62	297	Vila Franca do Campo	Açores	0,38
144	Pedrógão Grande	Leiria	0,67	298	Calheta	Madeira	0,29
145	Peniche	Leiria	0,38	299	Câmara de Lobos	Madeira	0,52

146	Pombal	Leiria	0,71	300	Funchal	Madeira	0,76
147	Porto de Mós	Leiria	0,38	301	Machico	Madeira	0,24
148	Alenquer	Lisboa	0,48	302	Ponta do Sol	Madeira	0,29
149	Amadora	Lisboa	0,38	303	Porto Moniz	Madeira	0,38
150	Arruda dos Vinhos	Lisboa	0,76	304	Porto Santo	Madeira	0,24
151	Azambuja	Lisboa	0,48	305	Ribeira Brava	Madeira	0,38
152	Cadaval	Lisboa	0,62	306	Santa Cruz	Madeira	0,14
153	Cascais	Lisboa	0,43	307	Santana	Madeira	0,38
154	Lisboa	Lisboa	0,71	308	São Vicente	Madeira	0,10

Fonte: elaboração própria.