

OPINIÃO

Turismo
Activo

José Pedro Calheiros, director geral SAL - Sistemas de Ar Livre



“ É necessário que o TP, ip crie uma força de trabalho envolvendo os principais intervenientes e crie uma estratégia baseada na promoção de eventos continuados de Turismo Activo ”

Muito mais que simples aventuras

Muitas têm sido as transformações na indústria do turismo nos últimos anos, alterando completamente um conjunto de paradigmas desta área, tanto ao nível da oferta e da programação bem como das formas de promoção e comercialização. A grande transformação foi sem dúvida a meteórica alteração dos canais de divulgação e informação, fazendo com que o mais pequeno produtor de oferta turística, no local mais remoto e com um mínimo de capacidade financeira possa chegar de forma eficaz aos seus mercados, aos seus públicos, ao seu cliente final.

O conceito de Turismo Activo é, para muitos, algo que tem a ver com actividades "radicais", em que o perigo, o risco e aventura são factores essenciais ou que envolvem equipamentos complexos, muitas vezes motorizados, e normalmente direccionadas para gente aventureira e jovem. Daqui, a única verdade é que os destinatários devem ser efectivamente jovens, nem sempre de idade, mas, seguramente, sempre de espírito.

O Turismo Activo, talvez por oposição a um estilo tradicional de turismo de passividade, é todo aquele em que para o sucesso de cada actividade é forçoso o empenhamento completo do seu protagonista - o participante, o viajante, o turista.

A deslocação do centro de gravidade da actividade turística, tradicionalmente centrada no prestador de serviço - a qualidade ou a vista do quarto de hotel, o serviço gastronómico, o show musical, o sol da praia, as mordomias - para o participante, faz com que este se sinta parte do projecto. E se temos Turismo Activo que envolve longos passeios pedestres, descoberta de natureza ou actividades de exigência física, também temos aqueles em que os desafios se centram na capacidade criativa, sensorial e emocional, como os programas ligados à criação artística, à descoberta de sabores e saberes, ao aprender e ao ensinar.

Em Portugal apareceu nos últimos doze anos, um enormíssimo leque de empresas com ofertas nesta área. De tal forma foi importante este sector que reivindicou junto da tutela, através da PACTA (hoje APECATE), sua associação empresarial, um estatuto legal face ao vazio que existia e ao facto de, em muitos casos, ser necessária a clarificação com o sector tradicional de turismo já instalado de agências de viagens e operadores. Hoje há um desenvolvimento na elaboração dos diferentes estatutos e as novas alterações introduzidas na legislação começam a apontar um caminho possível de relação entre todos os actores do turismo, podendo criar relações seguras de trabalho e negócio.

O mercado interno é manifestamente pequeno para a oferta existente, muitas vezes "envenenada" por ofertas de concorrência desleal praticadas por estruturas privadas e públicas, como associações e autarquias, às quais será sempre difícil criar meios de controlo pelo próprio estado. Desta forma, teremos de conseguir criar uma oferta global

para o mercado externo e aqui são imprescindíveis alterações legislativas que, sem ferir o objecto principal dos parceiros operadores e agências de viagem, proporcionem às empresas de Animação Turística a possibilidade de oferecer soluções completas aos destinatários estrangeiros que procurem um Portugal Activo.

A introdução de todos os serviços complementares de turismo (transportes, alimentação, alojamento, seguros, ...) a um programa de Animação Turística é da mais básica necessidade, criando assim uma perfeita reciprocidade de situação com os operadores e agências que têm na Animação Turística a possibilidade de ter um serviço complementar de turismo de elevada mais valia.

O Turismo Activo baseia muitas das suas acções no Portugal bonito, no Portugal natural, no Portugal público. Onde se preservam os santuários naturais, onde vivem os últimos portugueses do mundo rural, onde interessa ir conhecer. E muitos destes sítios apresentam dificuldades de ordem burocrática e de pulverização de poderes e tutelas, que criam dificuldades acrescidas ao desenvolvimento das actividades.

É necessário um estatuto tutelador firme para a Animação Turística, exigindo das empresas uma responsabilidade social plena, mas assegurando um conjunto de regalias imprescindíveis ao desempenho regular das suas missões.

Sabendo que muitos dos actuais investimentos turísticos em Portugal visam a criação de infraestruturas, baseadas no conceito de construção e de grande comercialização imobiliária e que a rentabilidade de muitas empresas de turismo portuguesas se baseiam em investimentos pulverizados por destinos estrangeiros de elevada mais valia, temos que notar a dificuldade de evidência das pequenas empresas de Animação Turística às quais os pressupostos de crescimento apontados não se aplicam. Moral da história: Não havendo dimensão, não há atenção.

E não há uma focal atenção por parte da promoção turística nacional ao sector. A não definição de uma estratégia nacional de Turismo Activo é compreensível, atendendo que os decisores nesta área são ainda de uma geração anterior à realidade em causa. Mas há espaço e tempo para a fazer. É necessário que o Turismo de Portugal, ip crie uma força de trabalho neste âmbito, envolvendo os principais intervenientes e se crie uma estratégia baseada na criação e promoção de eventos continuados de Turismo Activo, distribuídos pelas diferentes áreas de actuação, pelas diferentes regiões do país e ao longo de todo o ano. Trata-se de um processo simples, com investimentos reduzidos e com forte impacto na promoção nacional. No país há actores comprovadamente seguros para por em prática uma oferta consolidada de um programa de Portugal Activo. Pelo lado das empresas de Animação Turística, há toda a vontade.