

DESTAQUE

BTN'19 debate caminhos para o turismo de natureza

Aura Fraga, presidente da direção da Associação Vicentina, explica objetivos da Bienal de Turismo de Natureza (BTN'19) que regressa após um hiato de cinco anos. Evento realiza-se em Aljezur de 22 a 24 de fevereiro

Bruno Filipe Pires
bruno.pires@barlavento.pt

barlavento: Nesta edição da Bienal vão auscultar as dificuldades dos operadores?

Aura Fraga: O que acontece muitas vezes é que perdemos muito tempo a discutir sem perceber quais podem ser as soluções. Por isso, procurámos desenvolver este evento de uma forma positiva. É mais importante perceber o que alguns destinos tentaram fazer para evitar as dificuldades. Ou seja, vamos conhecer alguns exemplos e perceber como podem ser aplicados cá, até que ponto quem trabalha no sector já sente essa necessidade.

O autocaravanismo e o campismo selvagem são um problema a considerar?

Bom. É claro que conhecemos as queixas, e também a dificuldade que é resolver isso. Estamos mais preocupados em encontrar soluções, porque quando um problema já está instalado é muito mais difícil revertê-lo. Se calhar, é mais urgente pensar como podemos evitar que se instalem mais e novos problemas.

Desde 2014 muita coisa mudou. O Algarve é atrativo em termos de oferta?

Acho que sim, mas ainda há muito trabalho a fazer. Mas não há dúvida que a região

tem um património natural muito rico para que este novo produto seja interessante.

O Turismo de Portugal chama-lhe produto «complementar». Concorde com essa designação?

De certa forma, sim, porque o Algarve tem um produto de Sol e Mar já muito maduro, e penso que pode ter várias ofertas sem que umas estejam dependentes das outras. Tem havido um grande esforço para esbater a sazonalidade e isso só pode ser feito com uma oferta diversificada. É bom que os produtos sejam diferenciados, até porque poderá haver tendência de transferir para o turismo de natureza algumas das práticas que houve no Sol e Mar. É importante assumir que este é um produto muito diferente e tem de ter estratégias próprias.

As entidades como o Turismo de Portugal têm feito o suficiente?

Tem havido um investimento grande. É uma mudança de mentalidade recente, porque esta oferta serve uma motivação turística que tem a ver com a evolução da sociedade moderna. Se calhar, os turistas hoje procuram mais este nicho porque têm um estilo de vida que os afastou do património natural.

Alguns municípios vão introduzir uma taxa

para minorar os efeitos do turismo de massas. Isso poderá trazer danos colaterais?

As taxas turísticas são algo que sai um pouco fora do que é o nosso âmbito e reflexão. São decisão de quem gere o território e das necessidades que sentem. Não gostamos de nos imiscuir. Mas não hesito em responder. De alguma forma, estamos de acordo com isso. Há aquele princípio do utilizador-pagador na autoestrada, cuja portagem é para manter a via em condições. Aqui é o mesmo. Ou seja, as pessoas usufruem de um espaço, têm impacto, e é preciso que esse espaço se organize para conseguir continuar a acolhê-las. Isso tem custos. Portanto, quem vai usufruir pode ajudar e contribuir para a conservação. Temos notícia de quem gere percursos pedestres, por exemplo, de ouvirem os turistas perguntar: *agora pago a quem?* E ficam admirados quando não têm de pagar nada a ninguém. Não vejo que seja problemático, principalmente se ajudar a minorar os impactos que de facto o turismo tem e que todos nós conhecemos.

Este sector também tem impactos negativos?

Já começa a ter um impacto que a prazo pode aumentar. Ou seja, o desafio que se lança hoje é pensar na sustentabilidade.

A grande questão é como é que se faz isso? É um conceito abstrato, mas tem de ser traduzido de uma forma que possa ser operacionalizado no dia a dia. Na área do turismo tem de se traduzir em ações, em algo palpável, que as pessoas consigam cumprir. Por isso é preciso encontrar um fio condutor.

E já há boas práticas na região?

Sim, há empresas que já aderiram aos objetivos do desenvolvimento sustentável e que têm vindo a aderir a certificações, na gestão da energia dos alojamentos, ou da água. Mas a sustentabilidade vai muito além. Algumas regiões estão a trabalhar na certificação de destino sustentável. Fomos descobrindo alguns casos, algumas propostas que achamos importantes trazer à reflexão, para que possam ser pensadas de forma geral e para que se possam tomar decisões.

Hoje há quem conteste cada vez mais o turismo...

Pois, mas se a principal atividade económica do Algarve é o turismo, significa que a maior parte do trabalho está dependente do acolhimento dos turistas. As pessoas só repararam na importância do que a atividade turística deixa cá, quando ela abranda ou deixa de existir. Vamos imaginar que aconteça um problema que afasta os



Aura Fraga

turistas. As pessoas iam sentir nos seus rendimentos. Claro que todas as atividades podem melhorar. Acho que o turismo algarvio pode melhorar a qualidade da sua oferta. Principalmente agora, a partir de novos modelos. Durante muito tempo, isso até nem era muito importante. O que primava era haver um lugar onde dormir, onde comer. O turismo e as motivações dos turistas têm mudado. Portanto, o Algarve sendo um destino com alguma maturidade, com certeza terá de se organizar, reformular e adaptar a sua oferta de acordo com a procura.

Este nicho contribui para aumentar essa dependência...

Sim. Mas também pode introduzir uma variante muito importante. Pode permitir que

outros territórios possam beneficiar do turismo e se calhar, de uma forma diferente que os valorize numa perspetiva sustentável. E pode alavancar outro tipo de atividades. Quando estamos a falar de turismo de natureza, estamos a falar de cultura e produtos locais. Cruza várias áreas de saber como a agricultura, a gastronomia tradicional, o artesanato. E exige um nível de qualificação maior a quem o promove. Por exemplo, exige-se a quem acompanha uma caminhada que saiba interpretar o território.

Qual é o grande desafio presente?

Há espaço para este nicho crescer. Agora é importante que cresça com planeamento estratégico. Definir até onde podemos crescer.

Interior faz parte da identidade algarvia

Aura Fraga, presidente da direção da Associação Vicentina, Associação para o Desenvolvimento do Sudoeste, metaforiza que «o litoral sul poderia ser uma cidade grande, mas o interior ainda mantém alguma da identidade do território. Sem ele, o Algarve não seria o mesmo. E quem quiser fazer um bilhete de identidade do Algarve, não lhe pode retirar os territórios a que chamamos sempre de *desfavorecidos*, de *baixa densidade*, *despovoados*, mas que são riquíssimos do ponto de vista do património natural. Não sei se o futuro do Algarve passará por esses territórios, mas que são importantes para o futuro, não tenho dúvida», afirma. Mas é preciso «ter um olhar e uma atitude um pouco diferente daquilo que tem sido a matriz, generalizada ao país todo. Não podemos esquecer que com a entrada para a União Europeia e as políticas agrícolas, esta atividade desce a pique e provoca um êxodo rural. Os territórios que hoje achamos importantes para o turismo de natureza, estavam ligados à agricultura. Claro que se hoje queremos fazer um movimento inverso, isso só será possível, se falarmos de forma positiva nesses territórios, se as pessoas perceberem que são interessantes, onde a qualidade de vida pode ser boa. De outra forma, se continuarmos a falar deles como territórios pobres, dificilmente vamos conseguir mobilizar pessoas para ali se fixarem».

30%

DESCONTO*

ÓCULOS DE SOL




institutooptico


Óptica Algarve

Portimão
Rua do comércio, 60 | 8500-633
T. 282 485 086 | F. 282 485 084

Silves
Rua 5 de Outubro, 4 | 8300-127
T/F. 282 442 754

Monchique
Largo 5 de Outubro, 14B | 8550-429
T/F. 282 912 917

© OPTICALGARVE@GMAIL.COM

FOLLOW US /OPTICALGARVE

*Campanha válida até 31 de Janeiro de 2019 apenas na Óptica Algarve Limitado ao stock existente. Não acumulável com outras campanhas, descontos, promoções, vouchers, vales e acordos em vigor.