



**CATARINA CAETANO
CORDEIRO**

**O PAPEL DO TURISMO DESPORTIVO NO
DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DAS ÁREAS
COSTEIRAS**



**CATARINA CAETANO
CORDEIRO**

**O PAPEL DO TURISMO DESPORTIVO NO
DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DAS ÁREAS
COSTEIRAS**

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Gestão e Planeamento em Turismo, realizada sob a orientação científica da Doutora Zélia Breda, Professora Auxiliar do Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial da Universidade de Aveiro e coorientação científica da Doutora Maria João Carneiro, Professora Auxiliar do Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial da Universidade de Aveiro

Dedico este trabalho aos meus pais e à minha irmã Sara, por todo o apoio e confiança que me dão, pela paciência que têm e por me fazerem ver que tudo é possível, mesmo que seja difícil de ultrapassar.

o júri

Presidente

Prof. Doutora Margarida Matias Robaina Alves
Professora auxiliar da Universidade de Aveiro

Vogal

Doutora Helena Cláudia da Cruz Albuquerque
Professora adjunta convidada do Instituto Politécnico de Viseu

Orientadora

Doutora Zélia Maria de Jesus Breda
Professora auxiliar da Universidade de Aveiro

agradecimentos

Aos meus pais, por toda a paciência, confiança e orgulho que têm em mim.

À minha irmã Sara, por todas as aprendizagens, pelo “puxar para cima” de sempre e pela vontade de querer sempre ver-me a ser melhor.

À minha família Caetano e Cordeiro, pelo constante apoio, motivação e o “como vai a tese?”.

Ao avô Chico, avô António e avó Ana, por estarem a brilhar para mim, todos os dias.

Aos amigos de sempre, aos de perto e aos que estão longe, aos que estão presentes e aos mais ausentes, por me incentivarem todos os dias e por estarem sempre ao meu lado.

Aos amigos e animadores da Paróquia de Esgueira, pela vossa infinita preocupação.

Aos amigos e equipa do CPE, por me ajudarem a recarregar a bateria, quando estava a ficar fraca.

À minha orientadora, professora Zélia Breda, por toda a orientação, sempre que andava desorientada e perdida, por todos os ensinamentos e partilha de conhecimentos, e por toda a motivação e amizade ao longo deste tempo todo.

À minha coorientadora científica, professora Maria João Carneiro, por todo o apoio, disponibilidade e ajuda incansável que sempre prestou.

A todos os entrevistados que aceitaram fazer parte deste estudo e desta dissertação.

A todos vocês, que são pessoas essenciais na minha vida, o meu Obrigada!

palavras-chave

Turismo desportivo, Desenvolvimento sustentável, Áreas costeiras, Aveiro.

resumo

Atualmente, a rotina sedentária leva a que as pessoas procurem cada vez mais a prática de atividades diferentes, tais como a atividade desportiva, que se torna essencial como fuga a este estilo de vida. O turismo desportivo tem assim crescido nos últimos anos e, por isso, a oferta existente hoje em dia é bastante variada. No entanto, é necessário ter em atenção que o uso dos recursos naturais, muitas vezes na base destas atividades, não deve ser excessivo. Igualmente, a busca pelo desenvolvimento sustentável deve fazer parte dos planos de todos os intervenientes no desenvolvimento dos destinos turísticos.

A presente dissertação foca-se num estudo exploratório, com análise qualitativa, com o objetivo de analisar a importância do turismo desportivo na região de Aveiro. Assim, pretende-se compreender se esta atividade pode contribuir para o desenvolvimento da região de Aveiro enquanto destino turístico, garantindo simultaneamente a sustentabilidade das áreas costeiras. Em concreto, esta investigação realizou-se através de um inquérito por entrevista a agentes de oferta de animação turística que oferecem atividades de turismo desportivo.

A necessidade de colaboração com a comunidade local e de integração nesta, bem como a urgência de criar parcerias com empresas do mesmo sector, ou até de sectores diferentes, são dois dos pontos essenciais nesta área, que podem conduzir a um desenvolvimento do turismo desportivo nas áreas costeiras, em concreto na região de Aveiro, sem comprometimento da sustentabilidade local.

keywords

Sports tourism, Sustainable development, Coastal areas, Aveiro.

abstract

The current sedentary routine leads people to search for different activities, including sports, which then become essential as a way out of this lifestyle. Sports tourism has been rising in the last years and, for this reason, the existing supply is nowadays quite broad. However, it is necessary to take into consideration that the use of natural resources, usually the basis of these activities, should not be excessive. Furthermore, the achievement of a sustainable development of the region should also be within the main goals of everyone involved in the growth of tourism destinations.

This dissertation is focused on an exploratory study, with qualitative analysis, aiming at the comprehension of the importance of sports tourism in the region of Aveiro. Considering this, the goal is to understand if this type of activity may contribute to the development of this region as a tourism destination, while assuring the sustainability of coastal areas. In detail, the current research was performed through interviews to tourist companies, which specifically offer sports tourism activities.

The need for cooperation with local communities and the integration within these communities, as well as the urgency to create partnerships with companies in the same field, or even from other areas, are two fundamental issues, which may lead to the expansion of sports tourism in coastal areas, particularly in the region of Aveiro, without compromising local sustainability.

Índice

Índice.....	i
Índice de figuras.....	iii
Índice de quadros.....	iv
Capítulo 1 – Introdução.....	1
1.1 Relevância do tema.....	1
1.2 Objetivos e metodologia.....	2
1.3 Estrutura da dissertação.....	3
Capítulo 2 – Turismo e desporto.....	5
2.1 Introdução.....	5
2.2 Lazer, recreio e desporto.....	5
2.2.1 Lazer.....	5
2.2.2 Recreio.....	8
2.2.3 Desporto.....	11
2.3 Turismo desportivo.....	13
2.3.1 Turismo.....	13
2.3.2 Turismo desportivo.....	17
2.4 Síntese e conclusões.....	23
Capítulo 3 – Áreas costeiras.....	25
3.1 Introdução.....	25
3.2 Conceito de áreas costeiras.....	25
3.3 Caracterização das áreas costeiras.....	29
3.4 Turismo nas áreas costeiras.....	30
3.5 Impactes do turismo nas áreas costeiras.....	32
3.6 Síntese e conclusões.....	39
Capítulo 4 – Desenvolvimento sustentável.....	41
4.1 Introdução.....	41
4.2 Conceito e dimensões.....	41
4.3 Papel do turismo no desenvolvimento sustentável dos destinos.....	46
4.4 Síntese e conclusões.....	55

Capítulo 5 – Metodologia	57
5.1 Introdução	57
5.2 Objetivos do estudo	57
5.3 Recolha de dados	58
5.4 Análise de dados.....	60
5.5 Síntese e conclusões.....	61
Capítulo 6 – Caracterização da região em estudo.....	63
6.1 Introdução	63
6.2 Caracterização geral da região em estudo	63
6.3 Caracterização da região enquanto destino turístico	65
6.3.1 Principais indicadores de turismo	65
6.3.2 Produtos turísticos da região em estudo	66
6.4 Caracterização das empresas em estudo.....	68
6.5 Síntese e conclusões.....	69
Capítulo 7 – Análise e discussão dos resultados	71
7.1 Introdução	71
7.2 Análise e discussão dos dados.....	71
7.2.1 Empresas	72
7.2.2 Destino	79
7.2.3 Sustentabilidade.....	82
7.2.4 Região enquanto destino de turismo desportivo	90
7.3 Síntese e conclusões.....	91
Capítulo 8 – Conclusões finais.....	93
8.1 Conclusões.....	93
8.2. Contributos e limitações	96
8.3 Sugestões para investigações futuras	97
Referências bibliográficas	99
ANEXOS	107
ANEXO 1 – Guião de entrevista.....	109
ANEXO 2 – Atividades registadas pelo RNAAT	113

Índice de figuras

Figura 1 – Classificação das atividades de lazer	9
Figura 2 – Ligação entre as três dimensões do desenvolvimento sustentável	45
Figura 3 – Concelhos pertencentes à região em estudo	64
Figura 4 – Localização das atividades no âmbito do turismo desportivo oferecidas pelas empresas entrevistadas.....	75

Índice de quadros

Quadro 1 – Conceitos relacionados com as áreas costeiras	26
Quadro 2 – Dimensões e indicadores da sustentabilidade em turismo	53
Quadro 3 – Processo de seleção das empresas a inquirir	59
Quadro 4 – Categorias e dimensões da análise de conteúdo	61
Quadro 5 – Concelhos pertencentes à região em estudo	65
Quadro 6 – Atividades desenvolvidas pelas empresas da região em estudo	69
Quadro 7 – Caracterização geral das empresas entrevistadas	73
Quadro 8 – Perfil dos visitantes	76
Quadro 9 – Recursos humanos	78

Capítulo 1 – Introdução

1.1 Relevância do tema

O turismo é, sem dúvida, um gerador de movimentos, de fluxos de pessoas e bens, de troca de ideias e conhecimentos, de partilha de culturas, tradições e valores. O turismo é também uma atividade onde ter a mente aberta e vontade de experimentar novas experiências é essencial para alcançar o bem-estar e a satisfação.

Aproveitar o turismo para a realização de atividades desportivas é umas das ideias que tem merecido grande atenção por parte dos gestores do turismo. Hoje em dia, as pessoas procuram cada vez mais usufruir do seu tempo de lazer para praticar desporto e fugir ao stress e à rotina do dia-a-dia. Esta é, assim, uma oportunidade única para que os gestores considerem o desenvolvimento dos destinos turísticos aproveitando o seu potencial para a prática desportiva e proporcionando experiências únicas, que marquem pela diferença. Desta forma, dar-se-á oportunidade à comunidade local de poder intervir e participar no planeamento turístico, colaborando com estes gestores e interagindo com os próprios turistas. Criar uma ligação entre todos os intervenientes na área de turismo é, sem dúvida, uma mais-valia e um ponto forte em que se deve apostar pois, de acordo com Crouch e Ritchie (1999), todas as sociedades enfrentam o desafio de, em colaboração, assegurar o bem-estar e a qualidade de vida dos seus cidadãos. Desta forma, os residentes locais devem ser os primeiros, juntamente com os gestores, a intervir no planeamento dos destinos.

As áreas costeiras são áreas demasiado sensíveis e frágeis para que sejam fruto de um desenvolvimento turístico sem planeamento. É essencial planear o desenvolvimento turístico considerando todos os interessados na área do turismo e perceber como e o que fazer para que o destino seja desenvolvido. Desta forma, deve considerar-se a questão da sustentabilidade e do desenvolvimento sustentável, porque um destino só é potencialmente competitivo caso o seu desenvolvimento seja sustentável. A sustentabilidade é um tema que está a ser amplamente discutido, pois os turistas cada vez mais procuram destinos onde o turismo é pensado considerando a sustentabilidade em primeiro lugar. Este aspeto assume particular relevância quando se fala de destinos como as áreas costeiras, pois se o desenvolvimento destas áreas não for feito de forma sustentável, mais cedo ou mais tarde estas áreas e os seus

recursos vão acabar por desaparecer e perder-se mais uma grande oportunidade de desenvolvimento do turismo.

1.2 Objetivos e metodologia

Para realizar uma dissertação é fundamental definirem-se os seus objetivos para, assim, ser possível ter uma linha condutora para cumprir o estudo proposto. O principal objetivo desta dissertação é compreender o papel do turismo desportivo enquanto fator de desenvolvimento sustentável nas áreas costeiras da região de Aveiro.

Como objetivos específicos foram definidos os seguintes:

- Identificar o conceito de turismo desportivo e compreender a sua importância no contexto global do setor;
- Definir áreas costeiras, identificar as suas especificidades e a sua importância enquanto fonte de desenvolvimento do turismo;
- Conhecer o conceito de desenvolvimento sustentável e identificar as suas dimensões;
- Caracterizar a região costeira de Aveiro enquanto destino turístico;
- Caracterizar a estrutura empresarial relativa ao turismo desportivo, no que concerne aos agentes de animação turística, na região costeira de Aveiro;
- Compreender o papel do turismo desportivo no desenvolvimento sustentável da região em estudo.

Para que estes objetivos sejam cumpridos e alcançados, a revisão da literatura centrou-se nos principais temas deste estudo, nomeadamente o turismo desportivo, o desenvolvimento sustentável e as áreas costeiras. Esta revisão serviu de base para a construção do instrumento de recolha de dados primários. Esta dissertação constitui um estudo exploratório, de carácter qualitativo, tendo como objetivo analisar a importância do turismo desportivo nas áreas costeiras da região de Aveiro, através de um inquérito por entrevista semiestruturada dirigida a agentes de animação turística que oferecem atividades de turismo desportivo na região em estudo.

1.3 Estrutura da dissertação

Esta dissertação está dividida em oito capítulos. O primeiro refere-se à introdução, onde é retratada a relevância do tema, são definidos os objetivos e a metodologia de investigação, e apresentada a estrutura da dissertação.

No segundo capítulo são abordados os temas relevantes para que seja introduzido e entendido o tema do turismo desportivo. São conceptualizados o lazer, o recreio e o desporto, sendo que depois é explicitado o conceito de turismo desportivo e a importância que este tipo de turismo tem para a sociedade.

O terceiro capítulo diz respeito às áreas costeiras, particularmente no que se refere à caracterização destas, aos tipos de turismo praticados nestas áreas e ainda à relação deste turismo com as áreas costeiras, tentando perceber quais são os impactos, tanto positivos como negativos, que o turismo provoca nestas áreas.

No quarto capítulo é analisada a questão do desenvolvimento sustentável, bem como o papel e a importância que o turismo tem no desenvolvimento sustentável dos diferentes destinos, em particular das áreas costeiras.

No quinto capítulo é apresentada a metodologia, focando a questão de investigação inicial e os objetivos do estudo, especificando ainda os métodos de recolha e análise de dados que vão ser usados nesta dissertação.

No sexto capítulo é feita uma breve caracterização da região em estudo, especificando a população, a localização e as acessibilidades e, após isto, é realizada uma caracterização das empresas que oferecem atividades de turismo desportivo nas áreas costeiras da região de Aveiro.

No sétimo capítulo são apresentados e discutidos os resultados obtidos através da entrevista realizada às empresas que oferecem atividades de turismo desportivo na região.

Por fim, no oitavo capítulo, são evidenciadas as conclusões deste estudo, bem como os contributos e as limitações, e ainda possíveis sugestões para investigações futuras.

Capítulo 2 – Turismo e desporto

2.1 Introdução

O primeiro capítulo pretende conceptualizar os tópicos mais importantes para enquadrar o turismo desportivo neste tão importante setor que é o turismo. São, então, inicialmente abordados os conceitos de lazer, recreio e desporto, para ser possível uma breve síntese e um enquadramento destes três tópicos essenciais. Após isto, são relacionados os conceitos de desporto e de turismo, o que permite apresentar e discutir o tópico central desta dissertação, que é o turismo desportivo. Ao longo deste capítulo é possível perceber quais as atividades que são enquadradas no turismo desportivo e, por fim, a importância que é dada a este tipo de turismo.

2.2 Lazer, recreio e desporto

2.2.1 Lazer

Nem sempre é fácil e perceptível a distinção entre os conceitos de lazer, recreio e turismo. O significado do termo lazer é demasiado subjetivo para que seja possível encontrar uma só definição deste conceito, pois, explicando simplesmente, o que para uma pessoa é lazer, para outra pessoa pode ser uma simples obrigação.

Dumazedier (1962, p. 29) afirma que o lazer

é um conjunto de ocupações às quais o indivíduo pode entregar-se de livre vontade, seja para repousar, seja para divertir-se, recrear-se e entreter-se ou ainda para desenvolver a sua informação ou formação desinteressada, a sua participação social voluntária ou a sua livre capacidade criadora, após livrar-se ou desembaraçar-se das obrigações profissionais, familiares e sociais.

Os dois pontos mais importantes a retirar desta definição são “entregar-se de livre vontade” e “após o desempenho das obrigações profissionais, familiares e sociais”, significando isto que o lazer está associado à liberdade de escolha, após se terem concluído as tarefas às quais se é obrigado. O tempo que se usufrui para o lazer é definido por cada pessoa, sendo considerado, por isso, um tempo próprio na vida de cada pessoa, determinado pelo tempo existente depois de todos os compromissos e solicitações (Sharma, 1994). O lazer, por ser o tempo disponível para cada pessoa após os seus compromissos, leva a que cada pessoa possa fazer desse tempo o que

quiser. Este tempo de lazer é criativo, ou seja, permite à pessoa realizar e envolver-se em tarefas de caráter meramente pessoal, sendo esta uma escolha pessoal, um tempo de liberdade.

Neulinger (1974, citado por Freire, 1989, p. 28) diz-nos isso mesmo, referindo-se à liberdade pessoal e à escolha pessoal, quando diz que o lazer é “um estado de espírito; uma maneira de ser, de estar em paz consigo próprio e com o que se faz”. Saliencia-se, desta forma, a questão da liberdade pessoal, em que uma atividade realizada livremente, sem qualquer constrangimento, pode ser considerada lazer, o que implica desenvolver uma atividade por própria escolha.

Através do lazer, é possível cada pessoa fazer escolhas para completar algumas falhas na própria vida, sempre com o objetivo de melhorar e de desenvolver a autoestima, como, por exemplo, o descanso, a diversão, a compensação, o desenvolvimento pessoal e ainda a recuperação, tanto física como mental. McDowell (1981, citado por Freire, 1989, p. 29) ajuda-nos a entender isto melhor, quando afirma que as “atividades e experiências de lazer oferecem uma mistura de desafio, descanso, relaxamento, jogo, construção e socialização”.

No âmbito do turismo, o lazer leva a que seja alcançada a satisfação e promove a valorização do prazer pessoal, sendo um propósito da fuga da rotina, das obrigações diárias, do *stress* do dia-a-dia, dos seus locais habituais, através da criação de novas rotinas, procurando novas experiências, aventuras, pois são estas novas ideias, sensações que trazem energia e uma vida diferente aos turistas (Santos & Gama, 2008).

Dumazedier (1962) identifica quatro características principais do lazer. A primeira refere-se ao caráter liberatório ou de discricionariedade, pois este resulta de uma livre escolha, ou seja, depende sempre da escolha e vontade própria do indivíduo, sendo que é um tempo de liberdade para qualquer pessoa; tempo este em que as atividades e as ações se desenvolvem dependendo da vontade do sujeito, sendo este tempo da sua inteira responsabilidade, podendo-se dizer que é um mundo de escolhas e práticas voluntárias, libertando assim o sujeito das obrigações impostas pela sociedade. A segunda característica está relacionada com o caráter desinteressado do lazer, sendo esta característica consequência da anterior, significando que o lazer não está diretamente relacionado com o lucro, nem com obrigações de casa, nem com

qualquer outro princípio ideológico, como político, espiritual, etc. A terceira característica é o facto de o lazer ter um carácter hedónico, ou seja, este é encarado numa perspetiva positiva no que diz respeito às necessidades pessoais, sempre em busca da satisfação. Por último, o carácter pessoal, sendo uma forma de satisfazer as necessidades do indivíduo, como libertação pessoal das obrigações impostas pela sociedade.

Podem então resumir-se estas características dizendo que o tempo de lazer é um tempo de livre escolha, marcado pela procura da satisfação e do prazer do indivíduo, tendo portanto uma marca pessoal, tomando sempre em atenção que o objetivo principal não é o lucro, mas sim a satisfação pessoal. Stebbins (2005, p. 350) ajuda-nos a perceber esta conclusão importante acerca da marca pessoal, pois diz que o lazer “é uma atividade não coerciva efetuada durante um período de tempo livre, sendo algo que a pessoa quer fazer, procurando a satisfação pessoal ao usar as suas capacidades e recursos, e é bem sucedida ao fazê-lo”.

Ainda assim, lazer é também considerado como as possibilidades que um indivíduo tem para o tempo disponível e uma atitude propícia à vivência não obrigatória de atividades escolhidas de forma livre, com o objetivo de alcançar a satisfação e o prazer, proporcionando, por vezes, mudanças de ordem moral, cultural, pessoal e social (Marcellino, 2000). Mais uma vez se nota a importância que é dada ao ser humano e às suas escolhas, tendo sempre em atenção a necessidade de satisfazer o prazer e a satisfação pessoal.

Embora todos estes conceitos e definições sejam completos e bem perceptíveis do que é o conceito de lazer, Patmore (1983) e Stockdale (1985, citados por Herbert, 1989, p. 3), aproximando-se da abordagem já efetuada por Parker (1976), ajudam a definir este conceito, mostrando a possibilidade de o lazer ser visto segundo três perspetivas ou sentidos: (i) tempo – “uma conceção do tempo livre como um tempo residual de não trabalho”; (ii) atividade – “abordagem que atribui ao lazer uma valoração de sentido positivo em que confere valor às atividades desenvolvidas nessa fração de tempo”; e (iii) experiência – na medida em que “se concede particular relevância aos motivos, às atitudes e aos níveis de satisfação do sujeito”.

Após a síntese destas três perspetivas, sustenta-se outra abordagem que define o lazer como um resultado multidimensional que engloba um conjunto de atividades e experiências voluntárias (Moore et al., 1995); ou seja, lazer é um conceito que inclui

todo o tempo que uma pessoa tem para usufruir de diferentes atividades e experiências para alcançar o seu bem-estar pessoal e, por vezes, da sociedade. No entanto, esta abordagem depende sempre da forma como o tempo de lazer é encarado pela pessoa bem como da sua atitude.

2.2.2 Recreio

Definir recreio é igualmente uma tarefa bastante complicada, como é também definir muitos outros conceitos em turismo, devido às suas diferentes utilizações e contextos. Recreio é um conceito muitas vezes confundido com lazer e, apesar de estes conceitos estarem relacionados, têm algumas diferenças notórias.

A palavra recreio provém do Latim *recreatio*, que significa restauração da saúde. A abordagem histórica na construção do conceito de recreio tem sido a de pensar em recreio como uma atividade que renova as pessoas para o trabalho (Torkildsen, 2005). Logicamente, esta abordagem tem limitações visíveis e notórias. Ainda assim, uma das definições mais comum e mais usada pelos prestadores de serviços de lazer do conceito de recreio, é a que aborda as diferentes atividades que existem durante o tempo de lazer e nas quais as pessoas participam, sendo necessário ter consciência que não são todas as atividades que se enquadram neste conceito, e é importante perceber que o recreio deve proporcionar e possibilitar satisfação a quem usufrui dele (Torkildsen, 2005).

O conceito de recreio é facilmente explicável por autores bem conhecidos, como é o caso de Boniface, Cooper e Cooper (2012). Estes autores afirmam que recreio é a participação ativa em atividades durante o tempo de lazer, como é possível perceber através da figura 1. Ao analisar esta figura, percebe-se que, segundo os autores acima referidos, as atividades de recreio dividem-se em quatro grandes grupos: o recreio em casa (e.g., a leitura, a jardinagem, ver televisão, socializar); o recreio fora de casa (e.g., visitar teatros ou exposições, praticar desporto ou assistir a eventos desportivos); as excursões (e.g., visitar atrações turísticas, fazer piqueniques); e, por fim, o turismo (que implica a viagem para fora do ambiente habitual, por um período superior a 24 horas e inferior a 12 meses, para exercer uma atividade não remunerada no destino).

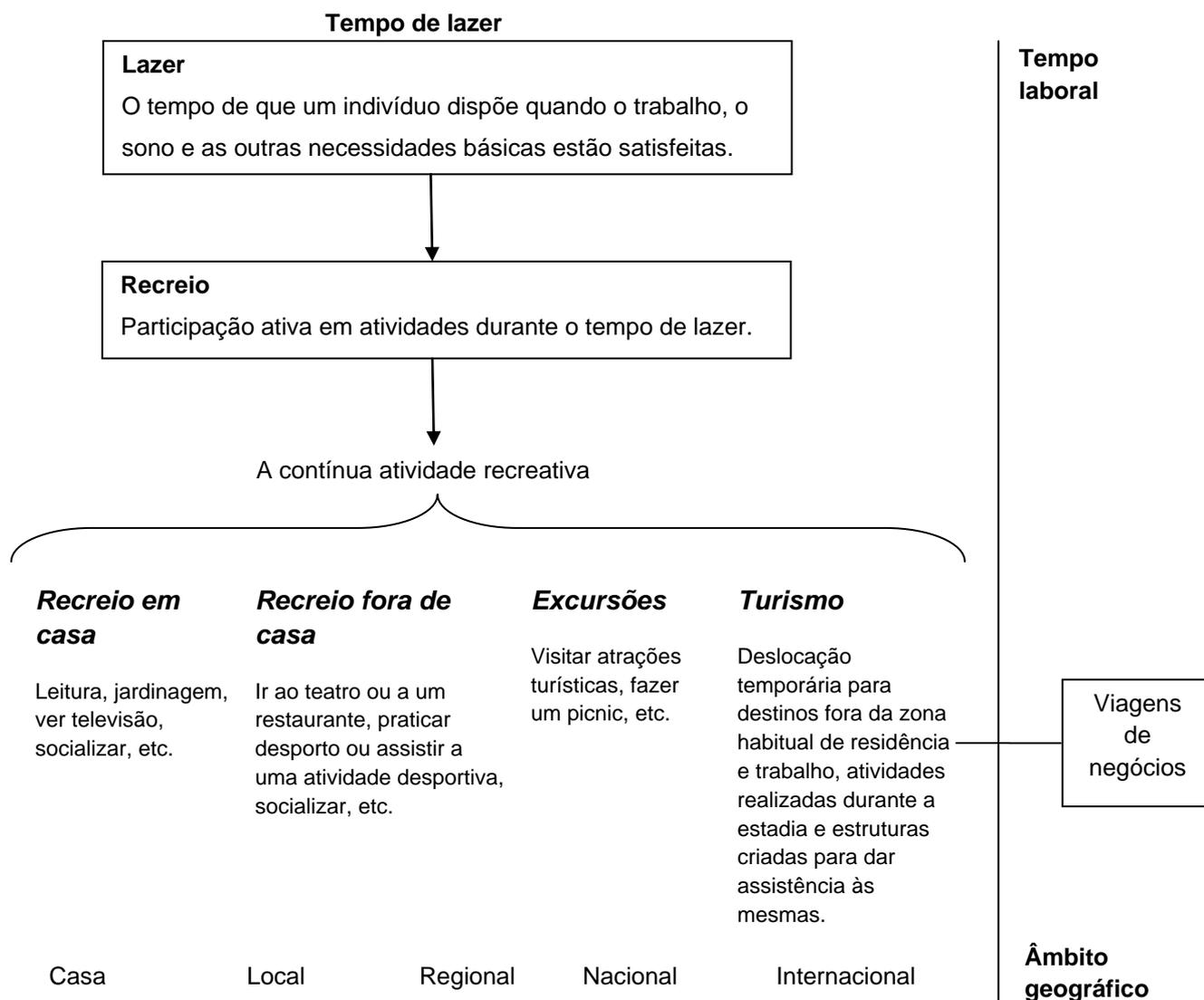


Figura 1 – Classificação das atividades de lazer

Fonte: Adaptado de Boniface, Cooper e Cooper (2012, p. 4)

De acordo com Baud-Bovy e Lawson (1998, citados por Cunha, 2001), existem seis categorias de atividades que podem ser consideradas de recreio, para aumentar a experiência da pessoa: (i) realizadas em casa – ver televisão, ler, jardinagem, etc.; (ii) elevado conteúdo social – entretenimento, comer fora, visitar amigos e familiares, etc.; (iii) interesses culturais, educacionais e artísticos – visitar teatros, concertos, museus, etc.; (iv) desportos (como espectador ou praticante) – golfe, natação, ciclismo, etc.; (v) recreio informal ao ar livre – conduzir por prazer, passear a pé, etc.; e (vi) turismo de lazer envolvendo uma estada – viagens a longa distância, férias, feriados, etc. Todas estas atividades são exemplos de atividades que uma pessoa pode fazer durante o seu tempo de lazer, podendo o tipo de atividades realizadas variar de pessoa para

pessoa, consoante os seus gostos e estilos de vida, levando assim à satisfação pessoal e ao prazer alcançado ao terem a possibilidade de usufruir dessas diferentes experiências.

O dicionário de Sociologia, segundo Torkildsen (2005, p. 57), também ajuda a entender um pouco este conceito, dizendo que recreio é “qualquer atividade exercida durante o lazer, seja individual ou coletiva, que é livre e prazerosa, que tem o seu próprio apelo imediato, não impulsionado por um atraso que vai além de si próprio”.

Kraus e Bates (1957, citados por Torkildsen, 2005, p. 57) dizem-nos que o recreio “consiste em atividades ou experiências que são realizadas voluntariamente no tempo de lazer. São escolhidas pelos participantes, seja por prazer ou para satisfazer determinadas necessidades pessoais”. Uma vez mais, é possível compreender que a maneira de estar do ser humano é essencial para o desenrolar de qualquer tempo ou atividade de recreio, já que muitas vezes o modo de estar e a atitude da pessoa influencia a forma como esta usufrui do tempo de recreio.

Esta teoria é defendida por Patmore (1983, p. 13), que afirma que

certos padrões de práticas de lazer são mediados por fatores relacionados com os estilos de vida, considerando que as práticas de lazer se encontram estreitamente relacionadas com aspetos que compõem determinado estilo de vida, pelo que, em conjunto, revelam alguma adesão ou configuram-se como típicas de certos indivíduos ou grupos sociais.

Butler (1976) e Jensen (1977) abordam o conceito de recreio de uma forma muito semelhante, focando-se também na experiência, na satisfação e prazer que esta tem de dar à pessoa que usufrui dela.

Recreio é uma forma de experiência de atividade ou tempo de lazer em que uma pessoa se compromete com o objetivo de alcançar o prazer e a satisfação (Butler, 1976), sendo também considerado com uma ação ou uma experiência, escolhida pela própria pessoa durante o seu tempo de lazer, com o objetivo de satisfazer um desejo ou uma necessidade pessoal, caracterizando o recreio com o propósito de ser saudável, tanto para o indivíduo, como para a sociedade (Jensen, 1977).

Esta questão do recreio alcançar o saudável e o prazer leva a entender que o recreio tem capacidade para produzir percepções de bem-estar e satisfação ligadas ao desenvolvimento, ao caráter, à dignidade pessoal, à criatividade e à socialização,

entre outros. É possível, então, perceber a forma como o tempo de recreio influencia o dia-a-dia de uma pessoa, bem como a sua forma de ser e de estar. Esta afirmação é apoiada por Butler (1976), que refere o recreio como sendo uma força influenciável durante a vida das pessoas ou um sistema de serviços que oferecem uma experiência saudável, para neutralizar as inapropriadas influências que a sociedade constrói (Torkildsen, 2005).

Gray e Pelegrino (1973) também aludem à experiência de uma pessoa como ponto fulcral do recreio. Para eles, o recreio é “uma condição emocional dentro de um ser humano individual que flui de uma sensação de bem-estar e satisfação; caracteriza-se por sentimentos de domínio, realização, alegria, aceitação, sucesso, valor pessoal e prazer. O recreio reforça a autoimagem positiva” (Gray & Pelegrino, 1973, p. 7).

É possível concluir, usando a afirmação de Owen (1984, p. 157), que o “lazer chegou agora a ser visto com um processo (Kaplan, 1975) e recreio como uma experiência (Driver & Tocher, 1974) que é uma meta orientada, com uma participação esperando produzir satisfação (Londres et al., 1977) e, portanto, recompensas físicas e emocionais (Shivers, 1967)”. Recreio é, então, uma experiência, uma atividade ou um tempo que contrasta com o trabalho, com a rotina da vida e outras atividades que as pessoas estão normalmente comprometidas. É uma experiência que as pessoas têm possibilidade de usufruir, com o objetivo de alcançar a satisfação pessoal e o prazer, podendo assim melhorar o seu bem-estar e contribuir para a melhoria do bem-estar da sociedade.

2.2.3 Desporto

Segundo Baud-Bovy e Lawson (1998, citados por Cunha, 2001), o desporto é um grupo de atividades de recreio. Significa isto que a participação no desporto, quer seja como espectador ou participante, é muitas vezes uma atividade de recreio que os turistas podem ter a experiência de usufruir durante o seu tempo de lazer, tempo este responsável por todas as atividades feitas fora do tempo dedicado à satisfação de necessidades básicas (comer, dormir) e de obrigações (trabalho).

Apesar de existirem diferentes conceitos e abordagens em relação ao desporto, é necessário referir primeiramente que este é essencial à vida de um ser humano, e principalmente necessário para combater a vida sedentária que muitas das pessoas hoje em dia vivem. Já dizia Nelson Mandela, no Campeonato do Mundo de Rugby, na

África do Sul, em 1995, que o “desporto tem o poder de mudar o mundo”. Se analisarmos a Carta Europeia do Desporto, emanada da 7ª Conferência de Ministros Europeus responsáveis pelo desporto, reunidos em Rhodes, em Maio de 1992, é fácil de entender o porquê de o desporto ter assim tanta importância. Segundo este documento, entende-se desporto como “todas as formas de atividades físicas que, através de uma participação organizada ou não, têm por objetivo a expressão ou o melhoramento da condição física e psíquica, o desenvolvimento das relações sociais ou a obtenção de resultados nas competições a todos os níveis”. Por isso, o desporto é capaz de mudar o mundo, visto que uma pessoa, ao melhorar a sua condição física e psíquica, tem tendência a estimular as restantes pessoas com quem se encontra, sendo possível então desenvolver relações sociais, contribuindo não só para um bem-estar pessoal mas também para um bem-estar social.

Facilmente se conclui que o desporto contribui para uma melhoria no bem-estar social, criando e desenvolvendo relações pessoais, organizando as pessoas em grupos e estimulando dinâmicas coletivas. É perceção generalizada a cada vez maior preocupação que as pessoas têm com o corpo, a forma física e as consequências na saúde que o sedentarismo acarreta. Apesar de atualmente o tempo de lazer não ser muito, as pessoas têm cada vez maior preocupação com o seu estado físico e psíquico, o que faz com que usem algum do seu tempo livre para praticar algumas atividades desportivas que possam contrariar o sedentarismo imposto maioritariamente pela sua atividade laboral.

A prática das atividades físicas pode acontecer na região onde se habita ou mesmo em outras regiões. Para esta situação tem contribuído o registo de inúmeros percursos pedestres, por iniciativa de autarquias e/ou de associações; a organização de corridas, maioritariamente de cariz solidário, no formato de corridas de meio fundo e fundo (organizadas por empresas de renome nacional e internacional, como, por exemplo, a EDP, Bosch, entre outras); a organização de caminhadas por grupos de amigos ou por associações (por exemplo, a Associação para a defesa do Vale do Bestança); e também as *color run* e *neon run*.

A prática de atividade física tem-se vindo a impor na sociedade. No Código de Ética Desportiva (Instituto Português do Desporto e Juventude, 2014) lê-se que “o desporto adquiriu uma dimensão planetária incomensurável”, o que traduz o reconhecimento da importância da atividade desportiva. O desporto federado beneficia também do incremento visível, ainda que do ponto de vista do senso comum, da atividade física.

Em Portugal, e segundo a Pordata (2015a), o número de praticantes desportivos federados por mil habitantes passou de 26,4, em 1996, para 50,1, em 2013. É de realçar também a importância que o Governo, através do Ministério da Educação e Ciência, atribui à

execução de atividades complementares aos currículos dos ensinos básico e secundário, proporcionando aos agrupamentos de escolas e às escolas não agrupadas o desenvolvimento da educação física e do desporto escolar, visando especialmente a utilização criativa e formativa dos tempos livres, contribuindo assim para a formação integral e para a realização pessoal dos alunos. (Despacho n.º 6984-A/2015 de 23 de junho)

Apesar de as obrigações da sociedade levarem a que sejamos cada vez mais sedentários e que tenhamos menos tempo para a prática desportiva, o ser humano, sendo muito racional, considera essencial a prática desportiva para combater o sedentarismo e lutar por uma vida saudável. Com esta necessidade de vida saudável e de combate ao sedentarismo, há cada vez mais urgência em planear a oferta de diferentes atividades desportivas ao nível do turismo.

2.3 Turismo desportivo

2.3.1 Turismo

Turismo é um conceito em permanente construção ou, melhor ainda, em permanente reconstrução, visto que há sempre diferentes maneiras de conceptualizar este termo, sendo que também é um conceito que está em constante mudança pois envolve uma série de setores e áreas. Sendo assim, é importante aceitar a ambivalência deste conceito tão importante e tão falado nos dias de hoje.

A Organização Mundial do Turismo (OMT, 1985, citado por Almeida, 2003, p. 48) refere que o turismo “engloba todas as deslocações temporárias de pessoas para fora do seu local habitual de residência ou de trabalho, seja qual for o motivo concreto da deslocação e duração da estadia e o lugar de destino”, e que “as duas manifestações principais do turismo são as deslocações realizadas durante o tempo livre motivadas pela necessidade humana de diversidade e as viagens por motivos profissionais ou de obrigação”. Este conceito engloba ainda “a oferta turística, na qual se incluem todos os produtos e serviços criados para satisfazer as necessidades nascidas com as deslocações das pessoas” (OMT, 1985, citado por Almeida. 2003, p. 48).

A OMT (1999, citado por Cunha, 2001, p. 30) ajuda a definir este conceito tão difícil de esclarecer, dizendo que turismo pode ser entendido como “o conjunto das atividades desenvolvidas por pessoas durante as viagens e estadas em locais situados fora do seu ambiente habitual por um período consecutivo que não ultrapasse um ano, por motivos de lazer, de negócios e outros”. Embora nesta definição sejam só consideradas as atividades praticadas pelos visitantes, não envolvendo a comunidade, nem os bens e serviços disponíveis, é possível referir que esta definição compreende três elementos principais do turismo (Middleton, 1996, citado por Cunha, 2001, p. 31): (i) a atividade dos visitantes respeita aos aspetos da vida fora do ambiente habitual, com exclusão da rotina normal de trabalho e das práticas sociais; (ii) estas atividades implicam a viagem e, normalmente, algum meio de transporte para o destino; e (iii) o destino é o espaço de concentração das infraestruturas e equipamentos de apoio que suportam aquelas atividades.

O turismo pode, então, ser considerado como a atividade dos visitantes, tendo em conta que estes se identificam como os viajantes que se deslocam até um destino, fora do seu local habitual de residência e de trabalho, por menos de um ano, com um propósito qualquer – negócios, lazer ou ainda motivos pessoais –, sem qualquer tipo de intenção de encontrar um emprego no destino visitado (OMT, 2008).

Leiper (1979) e Mathieson e Wall (1982) explicam muito bem o conceito de turismo, abordando todos os fatores que este implica. O turismo é considerado um sistema, que inclui a deslocação das pessoas para fora da sua área habitual de residência, durante uma ou mais noites, excluindo as viagens que têm como objetivo a obtenção de uma remuneração, tanto nas áreas visitadas como nas áreas de trânsito, e a existência de uma indústria turística. Este sistema turístico é composto por cinco elementos principais – as áreas geradoras de turismo, os turistas, as regiões de trânsito, as regiões recetoras de turismo e ainda a própria indústria turística. Todos estes elementos interagem em ambientes alargados, tanto ambientais, como sociais, culturais, tecnológicos, económicos e políticos (Leiper, 1979).

O turismo é também considerado um sistema quando é definido como o movimento temporário de pessoas para os locais que são fora das áreas habituais, tanto de residência como de trabalho, as atividades realizadas aquando da estadia nessas diferentes áreas, bem como os equipamentos de apoio e as infraestruturas desenvolvidas para receber os turistas, e ainda todos os impactes gerados por esses

turistas, tanto económicos, como ambientais e socioculturais, nas comunidades recetoras (Mathieson & Wall, 1982)

O simples conceito de turismo abarca diferentes domínios, diferentes áreas do conhecimento, como já foi referido anteriormente. O turismo é um fenómeno económico e social, podendo ser considerado também um vasto sistema de relações entre as diferentes pessoas – os visitantes com as suas necessidades de viajar para fora do ambiente habitual, os fornecedores de serviços turísticos e outras pessoas que intervêm no turismo – e.g., pessoas da comunidade local que contactem com os visitantes, apesar de não fornecerem serviços turísticos.

Pode, então, concluir-se que o turismo é um setor que abrange diversas áreas, que implica a interação de diferentes pessoas e ambientes, sendo um elemento essencial para o desenvolvimento, tanto económico, como social e político, de diversas cidades e países. Bull (1992, citado por Almeida, 2003, p. 47) afirma que o turismo “não é um fenómeno ou um simples conjunto de indústrias. [...] é uma atividade humana que inclui comportamento humano, uso de recursos, e interação com outras pessoas, economias e ambientes”. Além deste autor, Cunha (2001, p. 30) resume esta ideia dizendo que o turismo pode ser entendido como “uma vasta e variada atividade que engloba, além das deslocações das pessoas e de todas as relações que estabelecem nos locais visitados, também todas as produções e serviços desenvolvidos para responder às suas necessidades”. Confirma ainda que é “um conceito que abrange simultaneamente a oferta e a procura turística” (Cunha, 2001, p. 30).

O turismo não só contribui para o bem-estar pessoal, mas também para o bem-estar e pacificação da sociedade. Tem-se notado, cada vez mais, uma grande preocupação em fortificar as ligações entre os diferentes povos através do turismo, promovendo a cooperação entre estes, sendo o turismo um fator importante para a pacificação e harmonia entre todos os países do mundo (Almeida, 2003). A OMT (1999, p. 5) também afirma que o turismo contribui “para a compreensão e respeito mútuo entre os homens e sociedades”.

As pessoas, ao serem, muitas vezes, obrigadas a sair do seu local de origem para, por exemplo, irem trabalhar para fora, começam a ganhar o gosto de viajar, de conhecer sempre mais. Hoje em dia, há a necessidade de se conhecer novas culturas, partilhar ideias, estilos de vida e costumes com pessoas diferentes, sendo que, por isto, o turismo é essencial. As pessoas estão também mais recetivas e sentem necessidade

de mudança, de alcançar e partilhar novas experiências, e o turismo oferece oportunidade para estas novas experiências.

A diminuição da oferta de emprego, a deslocalização e o encerramento de empresas, e a concentração de serviços em zonas de maior densidade populacional são alguns dos fatores que obrigam um número muito elevado de pessoas a trabalhar fora do município onde vivem. Para além destes trabalhadores que se deslocam dentro do país ainda há a considerar os movimentos migratórios, tanto de Portugal para o resto do mundo como o contrário, para os quais muito contribuiu o Acordo de Schengen (Comissão Europeia, 2011). Ao abrigo de programas de intercâmbio estudantil, como os programas Erasmus e Erasmus+, o número de jovens estrangeiros inscritos no ensino superior em Portugal tem aumentado significativamente nos últimos anos (Pordata, 2015b) e também começa a ser notável o número de alunos portugueses a estudar no estrangeiro (segundo a ANEME, em 2011, existiam 900 alunos portugueses a estudar medicina no estrangeiro).

A necessidade (por opção ou não) de trabalhar/estudar fora do local de residência obriga necessariamente à aquisição de conhecimentos culturais, e as mudanças geográficas impostas obrigam a investimentos ao nível dos transportes (comboio, autocarros de longo curso, avião) (Pordata, 2015c), alimentação e também alojamento, setores basilares do turismo. “Na atualidade, turismo e migrações têm motivações semelhantes e ocasionam efeitos semelhantes nas sociedades a que se dirigem, seja para uma visita temporária, seja para residir permanentemente” (Barreto, 2009, p. 8). Relacionar o turismo com os fluxos de pessoas, trabalhadores e/ou estudantes, é de tal forma importante na sociedade atual que se sente necessidade de organizar conferências para discutir o assunto como, por exemplo, o fórum “Vidas em movimento: Migrações, mobilidade e turismo” (4º Fórum Pesquisas CIES-IUL, realizado em dezembro de 2014).

Apesar de o turismo ser uma área gratificante e cada vez mais importante para o desenvolvimento dos destinos, é uma atividade que, embora se tenha tornado prioritária, é cada vez mais exigente. Como nesta atividade a pessoa mais importante é o visitante, a satisfação das suas necessidades torna-se uma prioridade. Tendo em conta que os visitantes quando viajam tentam fugir ao *stress* e à rotina do dia-a-dia, estes estão sempre em busca de coisas diferentes e de novas experiências, tentando, ao mesmo tempo que satisfazem as suas necessidades e desejos, que os seus gostos pessoais sejam considerados. Como as pessoas se tornam mais exigentes e

sensíveis, é importante desenvolver os produtos a oferecer em função das expectativas e desejos dos visitantes, assegurando sempre a qualidade como fator essencial do produto.

É, então, possível concluir que o turismo é uma das atividades suscetíveis de serem praticadas durante o tempo de lazer (recreio); no entanto, existe uma diferença notória entre recreio e turismo. Enquanto o turismo implica necessariamente uma deslocação, o recreio pode comportar ou não uma viagem. Apesar de o conceito de turismo não comportar todas as modalidades de recreio (nomeadamente as atividades realizadas em casa) e abranger outras atividades que não são atividades de recreio (especificamente as atividades turísticas que não são realizadas por livre opção), grande parte das atividades do turismo encontram-se, por lógica, vinculadas à esfera do lazer.

Facilmente se conclui, então, que o turismo é um sector demasiado abrangente, pois engloba um conjunto enorme de intervenientes e fatores, relativos à procura e a oferta, podendo, por isso, ser considerado um sistema e, neste caso, um sistema aberto, visto que o turismo é um setor facilmente relacionável com outros setores e outros ambientes, onde todos interagem e trabalham para um crescimento e desenvolvimento comum.

2.3.2 Turismo desportivo

O conceito de turismo desportivo é igualmente complexo, surgindo a partir de dois termos bastante abrangentes, o que ainda torna ainda mais complicada a sua definição. Existem diversos autores que tentam encontrar uma definição para este tipo de turismo, havendo algumas diferenças entre as diversas definições sugeridas. Quase todos estes autores, ao definirem este conceito, fazem-no identificando categorias, sendo assim possível identificar as diferentes atividades que são incluídas nas diversas categorias.

Um dos conceitos mais simples, mas também mais abrangentes, de turismo desportivo é quando se afirma que este é o conjunto de todas formas ativas ou passivas de envolvimento nas diferentes atividades desportivas, através da participação individual ou com um grupo organizado, sendo essencial viajar para fora do local onde se vive ou se trabalha, com motivos não comerciais ou de negócios (Standeven & De Knop, 1999). No entanto, o turismo desportivo é também abordado como uma viagem que inclui assistir ou participar num evento desportivo, fora do

ambiente habitual da pessoa (Kurtzman, 2005). É, então, possível já perceber dois tópicos que se englobam no turismo desportivo: atividade desportiva, com a participação das pessoas de uma forma mais ativa, e evento desportivo, com as pessoas participando de uma forma mais passiva, nomeadamente apenas assistindo.

Ainda assim, existem mais dois conceitos bastante semelhantes, no entanto, um deles completa o outro. Segundo Hall (1992), é possível viajar para observar desporto ou então viajar para participar em desporto. Gammson e Robinson (2003, p. 23) são um pouco mais completos no que diz respeito a definir turismo desportivo, sendo que para eles existem dois tipos de definição: (i) definição suave, em que se considera que o turista viaja para participar em desporto de recreio; e a (ii) definição dura, que diz que o turista viaja para assistir ou participar em desporto formal e competitivo. Para estes autores, existe, portanto, um critério utilizado para definir turismo desportivo, que é o facto de considerarem que o desporto é a principal motivação da viagem.

Existem outros autores que identificam três categorias de turismo desportivo, estando duas delas associadas, respetivamente, à prática de desporto e à assistência de eventos desportivos. Gibson (1998) divide o turismo desportivo em três categorias distintas: (i) turismo desportivo ativo – participação em desportos longe da residência dos turistas, sendo que, neste caso, os *resorts* passaram a ser um local ideal para estes turistas desportivos ativos; (ii) eventos de turismo desportivo – assistência a eventos desportivos, como é o caso dos Jogos Olímpicos e dos Jogos da FIFA, que de simples eventos desportivos se tornaram em grandes elementos de atração turística; e (iii) turismo desportivo nostálgico – visita a corredores de fama desportivos, museus de desporto e lugares desportivos famosos, o que se tem tornado cada vez mais popular e procurado pelos turistas.

Carvalho e Lourenço (2009, p. 126) dividem igualmente o turismo desportivo em três categorias diferentes: (i) turismo de prática desportiva (TPD) – conjunto de atividades desportivas em que os turistas sejam praticantes; (ii) turismo de espetáculo desportivo (TED) – conjunto de atividades das quais os turistas gozam enquanto espetadores; e (ii) outros contextos turísticos, como turismo desportivo de cultura – “refere-se a um aspeto mais cognitivo da cultura desportiva, podendo estar associado a um sentido de história do desporto, curiosidade intelectual ou veneração” – e turismo desportivo de envolvimento – refere-se às situações de viagens (turísticas) inerentes ao desporto (e.g., competição, treino, *staff* de eventos, formação, *workshops*). Estes autores distinguem ainda dois tipos de turistas: o (i) turista praticante desportivo, que pratica

uma qualquer atividade desportiva, independentemente da motivação principal da viagem; e o (ii) turista espetador desportivo, que assiste a um qualquer espetáculo ou evento desportivo, independentemente da motivação principal da viagem.

Kurtzman e Zauhar (2003) dividem o turismo desportivo em cinco categorias, dando ainda exemplos de algumas possíveis atividades a classificar nas várias categorias. As categorias são: *sports tourism events*, *sports tourism attractions*, *sports tourism tours*, *sports tourism resorts* e *sports tourism cruises*.

Os *sports tourism events* são atividades desportivas que atraem um grande número de espetadores, meios de comunicação social, pessoal técnico, atletas, treinadores, dirigentes, sendo, por isso, um tipo de atividade que envolve um grande número de intervenientes. Os turistas normalmente assistem e/ou participam em atividades desportivas organizadas formal ou informalmente, sendo que um dos principais propósitos deste tipo de viagem é ver equipas ou atletas famosos, quer sejam da atualidade ou do passado.

As *sports tourism attractions* são, como o próprio nome indica, atrações de diferentes tipos com alguma associação ao desporto: naturais (parques naturais, vida selvagem, montanhas) ou construídas pelo homem (museus, edificações); infraestruturas desportivas (estádios, arenas); museus dedicados ao desporto; locais de tradição desportiva dedicados a fundadores de acontecimentos especiais (e.g., local de nascimento de Coubertin); parques desportivos temáticos (*Disney World of Sports*); espetáculos e demonstrações desportivas (e.g., regatas, ralis).

As *sports tourism tours* relacionam-se com a organização de viagens cujo objetivo principal é as atividades desportivas, tais como visitas específicas a uma ou mais atrações desportivas durante um determinado número de dias, visitas combinadas a atrações e eventos desportivos, estruturas para práticas de atividades desportivas – competição, prática ou modificadas –, e expedições a regiões com características naturais específicas – *trekking*, ciclismo, *canyoning*.

Os *sports tourism resorts* são complexos de vilas ou *resorts* construídos tendo o desporto como objetivo principal de atracção e de estratégia de marketing. Este tipo de equipamentos tem algumas particularidades, tais como áreas, sítios e estruturas para atividades desportivas e serviços de elevados níveis de qualidade; instrutores especializados; instrução com alta tecnologia para a prática desportiva; e, ainda,

oportunidade para competir e para desenvolver a prática desportiva. Alguns *resorts* podem ainda ter um foco específico e sofisticado ou oferecer várias atividades desportivas recreativas, pois as instalações, logicamente, variam de *resort* para *resort*, o que faz com que possam ser mais sofisticadas, existindo, por vezes, até acampamento.

Por último, e talvez a categoria menos conhecida e existente na realidade dos dias de hoje, os *sports tourism cruises* são viagens de barco, podendo estes barcos ter instalações desportivas únicas para atividades de competição ou a simples prática de desporto, ou terem a presença de celebridades deste setor a bordo, providenciando oportunidades desportivas, treinos, debates e conferências.

Estas definições são apenas algumas das inúmeras existentes para conceptualizar o turismo desportivo. Embora haja algumas particularidades em todas as definições, existem algumas semelhanças que é possível identificar: o turista viaja para participar em alguma atividade, viaja somente para assistir a algum espetáculo ou viaja por outras razões como, por exemplo, por uma questão de nostalgia ou de visita a lugares marcantes na vida do desporto.

Por este motivo, pode ser mais simples adotar a definição de Carvalho e Lourenço (2009) que, embora incompleta, como todas as outras, é relativamente simples e objetiva, e permite incluir os conceitos de outros autores. Embora alguns tipos de turismo desportivo sugeridos por outros autores possam ser classificados em mais do que uma categoria de turismo desportivo identificada por Carvalho e Lourenço (2009), é possível observar que na categoria “turismo prática desportiva” pode incluir-se o “turismo desportivo ativo” de Gibson (1998); a “definição dura” e “definição suave” de Gammson e Robinson (2003) – embora a “definição dura” possa também ser incluída no “turismo espetáculo desportivo” –, e, ainda, a simples definição de Hall (1992), que corresponde a “viajar para participar em desporto”. Já na categoria de “turismo espetáculo desportivo”, pode incluir-se a categoria “eventos de turismo desportivo” de Gibson (1998), a “definição dura” de Gammson e Robinson (2003), a definição de Hall (1992) que corresponde a “viajar para observar desporto”, e ainda as categorias “atrações” e “eventos” de Kurtzman e Zauhar (2003). Por fim, a categoria “outros contextos turísticos desportivos” pode incluir a definição “turismo desportivo nostálgico” de Gibson (1998) e várias categorias de Kurtzman e Zauhar (2003), tais como “*resorts*”, “*cruzeiros*” e “*tours*”.

Embora pareça um pouco confuso, pois são muitos conceitos da mesma realidade, todos eles abordam a perspectiva de que uma das grandes diferenças entre os diversos tipos de turismo desportivo é a participação nas atividades ou então a simples observação de alguma atividade ou evento.

Ao analisar as diversas perspetivas de turismo desportivo, é possível verificar que uma das atividades mais importantes e a que os autores dão mais ênfase são os próprios eventos. Estes eventos são a componente maior, e provavelmente a mais notória, relativamente ao impacto económico e ao número de participantes, denotando-se assim a grande importância desta atividade do turismo desportivo (Getz, 2003). Consequentemente, este é um aspeto ao qual todos os agentes da oferta turística devem prestar atenção, pois este é um tipo de atividade que pode originar importantes benefícios para os destinos.

O turismo de aventura é uma componente cada vez mais notória e em crescimento no turismo desportivo. Embora sejam atividades que possam ser semelhantes, existe uma pequena diferença entre turismo desportivo e turismo de aventura. Enquanto o turismo desportivo tem como objetivo principal a prática de desporto, geralmente, ao ar livre, o turismo aventura inclui o desporto ao ar livre, mas com uma certa quantidade de risco. (Del Reguero, 1994). Desta forma, a única diferença é a questão do risco, risco este cada vez mais procurado por alguns turistas. Pires (1989, citado por Costa, 2005, p. 1) comenta isso mesmo dizendo que “a evasão, a aventura, a emoção, o risco, são fatores que atraem cada vez mais indivíduos para os novos espaços de lazer”.

Existem duas definições que ajudam a perceber melhor o conceito de turismo de aventura. Por um lado, este engloba as visitas guiadas, onde a atração principal é uma atividade ao ar livre, sujeitando-se ao tipo de terreno, com necessidade de equipamento especializado, quer seja desportivo ou outro, sendo uma atividade excitante para as pessoas (Buckley, 2006); e, por outro, é também percebido como um passeio ou uma viagem numa zona natural ou exótica ao ar livre, com o propósito de participar ativamente e explorar uma nova experiência, sendo que envolve risco e responde a um desafio pessoal (Sung et al., 1997).

Podem, assim, identificar-se, essencialmente, dois aspetos importantes para a caracterização do turismo de aventura – ar livre e risco –, podendo este tipo de turismo

incluir ainda uma experiência pessoal que conduz a um certo grau de excitação/emoção.

É possível, então, caracterizar, de alguma forma, as atividades de turismo de aventura, dizendo que são experiências físicas que envolvem os nossos sentidos, à base de desafios e riscos, embora controlados. Este tipo de experiência compreende o contacto com a natureza, a superação pessoal, o prazer e a liberdade que os turistas sentem ao praticar este tipo de atividades.

A designação turismo desportivo implica, no imediato, relacionar turismo com desporto, o que na sociedade em que vivemos não é difícil nem desapropriado. No mundo atual, o desporto assume-se como um setor basilar da sociedade, pelas multidões que mobiliza, pelos ídolos que fabrica e pelos interesses económicos associados. E o turismo é inegavelmente um indicador de desenvolvimento económico por todo o mundo (Rosa, 2013).

A importância da prática desportiva dificilmente será posta em causa por algum setor da sociedade e essa mesma prática constitui um hábito cultural que, como já foi referido anteriormente, tem vindo a tomar um lugar de cada vez maior importância, verificando-se um aumento de praticantes. A importância do turismo é hoje reconhecida a nível mundial. Em Portugal é um setor estratégico prioritário, resultado da sua grande capacidade de criar riqueza e emprego (MEI, 2007).

Segundo Cunha (2009, citado por Vicente, 2013, p. 13),

as tendências atuais da procura, em que a preferência pelas férias ativas assume uma importância cada vez maior para o turista, obrigam a que o desenvolvimento de qualquer centro turístico deva ser equipado com meios apropriados para a prática desportiva.

Estes centros turísticos, ao serem equipados com meios para a prática desportiva, levam a que além dos turistas que se deslocam para praticar desporto, todos os habituais praticantes de desporto e pessoas interessadas em manter a forma física usufruam destes equipamentos. Consequentemente, percebe-se que ao se tentar desenvolver um destino turístico, podem gerar-se diversos benefícios para a comunidade local, o que pode levar a que haja uma maior receptividade por parte desta para o desenvolvimento turístico do destino.

A associação do turismo à prática desportiva, imposta também pelo turista atual, mais ativo e exigente, obriga à dinamização de atividades inovadoras com tendências ecológicas, de sustentabilidade e no âmbito do turismo de aventura (Costa, 1997). Isso leva também a que as empresas turísticas optem por atividades fora da época alta, o que implica um maior interesse para o turismo. A ligação do turismo e do desporto implica ainda um terceiro vértice apoiado no ambiente, com toda a complexidade que lhe está associado, pois, como refere Carvalhinho (2010, p. 6), “ao verificarmos que a maioria destas novas práticas desportivas são realizadas em contacto com a natureza, é de supor também que estas devam respeitar simultaneamente, princípios de sustentabilidade dos locais, das regiões, das pessoas e das organizações”.

2.4 Síntese e conclusões

Os conceitos de lazer, recreio e desporto estão em constante mudança e adaptação de acordo com o mundo e as sociedades, não existindo um conceito universal para cada um destes termos. O lazer (conceito relacionado com o tempo que cada pessoa tem após as suas obrigações laborais e familiares e que pode utilizar da forma que mais lhe for conveniente) e o recreio (conjunto de atividades que proporcionam satisfação e que são desenvolvidas durante o lazer) são facilmente condicionados pelas obrigações e ocupações que todas as pessoas hoje em dia têm, levando a que o tempo (de lazer) que aquelas possuem para atividades de recreio seja também condicionado e, sobretudo, cada vez em menor quantidade. O desporto é constituído por algumas atividades específicas desenvolvidas maioritariamente durante o lazer e que são um tipo de atividades de recreio possíveis.

Relativamente a estes conceitos poder-se-á dizer que o lazer é cada vez mais escasso, mas que as pessoas procuram usufruir de forma compensadora do lazer, pois os horários de trabalho estão a aumentar e, muitas vezes, as atividades laborais são desenvolvidas durante largos períodos de sedentarismo. O recreio, na forma de prática desportiva, melhora a qualidade de vida, promovendo hábitos de vida mais saudável e momentos de diversão, companheirismo (atividades de grupos) ou interioridade (atividades solitárias).

Foi esta necessidade cada vez maior da procura por uma vida saudável que potenciou a procura por atividades diferentes e dinâmicas, que envolvam fisicamente os indivíduos. É, então, que surge o que se designa por turismo desportivo, aliando o

turismo à prática de atividade física, e proporcionando eventos e atividades em espaços agradáveis para estadias, sendo assim um fator-chave de decisão de escolha de destino.

Identificar categorias no turismo desportivo não se mostrou consensual, verificando-se, no entanto, que a diversidade de atividades é enorme e que fundamentalmente se associa turismo desportivo à prática de atividades e, à assistência de espetáculos onde o desporto impera. Atualmente, no turismo desportivo, salienta-se bastante todos os eventos e locais onde se possam realizar atividades de aventura e fundamentalmente relacionadas com a natureza.

Capítulo 3 – Áreas costeiras

3.1 Introdução

Este capítulo centra-se na temática das áreas costeiras. Uma primeira parte pretende apresentar o conceito de áreas costeiras e fazer a sua caracterização. De seguida, são identificados os tipos de turismo praticados nestas áreas, assim como os principais impactes causados, para ser possível arranjar soluções para diminuir os impactes negativos e aumentar os benefícios.

3.2 Conceito de áreas costeiras

Para ser possível caracterizar as áreas costeiras, é essencial, primeiro, tentar chegar a um consenso sobre o seu conceito, ou seja, tentar definir o que são áreas costeiras. Embora área costeira possa ser definida como uma zona de transição entre o continente e o mar, sendo o oceano afetado pela sua proximidade com o continente, e o continente com o oceano (Sorenson & McCreary, 1990), a definição de uma área costeira nem sempre é fácil, visto que varia consoante o autor e depende, muitas vezes, do contexto que se utiliza (Martins, 1997, citado por Albuquerque, 2013, p. 32).

Por isso mesmo, vão surgindo diferentes conceitos, tais como litoral, faixa litoral, área costeira, zona costeira, orla costeira, costa, entre outros. O Ministério do Ambiente, do Ordenamento do Território e do Desenvolvimento Regional (2007, p. 16), através do Grupo de Trabalho que elaborou o documento “Bases para a Estratégia da Gestão Integrada das Zonas Costeiras”, apresenta esses conceitos, que podem ser analisados no quadro 1.

Quadro 1 – Conceitos relacionados com as áreas costeiras

Conceito	Definição
litoral	Termo geral que descreve porções do território que são influenciadas direta e indiretamente pela proximidade do mar.
zona costeira	Porção de território influenciada direta e indiretamente em termos biofísicos pelo mar (ondas, marés, ventos, biota ou salinidade) e que pode ter para o lado de terra largura tipicamente de ordem quilométrica e se estende, do lado do mar, até ao limite da plataforma continental.
orla costeira	Porção do território onde o mar exerce diretamente a sua ação, coadjuvado pela ação eólica, e que tipicamente se estende para o lado de terra por centenas de metros e se estende, do lado do mar, até à batimétrica dos 30 m (englobando a profundidade de fecho).
linha de costa	Fronteira entre a terra e o mar; materializada pela interceção do nível médio do mar com a zona terrestre”.

Fonte: MAOTDR (2007)

Como mencionado anteriormente, é difícil definir este conceito, porque, como refere Martins (1997, citado por Albuquerque, 2013, p. 34), “termos como Zona Costeira e Área Costeira referem-se ao espaço de interface ou de transição entre dois domínios, a terra e o mar. Geograficamente, a linha terrestre da Zona / Área Costeira é necessariamente vaga”, sendo que a mesma autora refere que “a diferença entre área costeira e zona costeira está relacionada com a definição de limites físicos”, onde área costeira se refere à “existência dum ambiente de transição entre o domínio oceânico e terrestre”, e zona costeira está relacionado com um espaço geográfico onde são estabelecidos “os limites terrestres e oceânicos desse espaço”.

Outros dois autores que nos falam acerca deste conceito são Post e Lundin (1996, p. 3), que abordam a zona costeira como “a interface onde a terra encontra o oceano contendo tanto ambientes costeiros como as águas costeiras adjacentes”, podendo os seus componentes incluir “deltas de rios, planícies costeiras, áreas húmidas, praias e dunas, recifes, florestas de mangais, lagoas e outros elementos costeiros”. Sendo assim, os limites destas áreas são determinados de forma arbitrária, diferindo de país para país, sendo geralmente definidos por razões de facilidade administrativa ou por limites jurisdicionais.

Embora estes dois autores já ajudem a entender alguns dos elementos que estas áreas costeiras abarcam, é difícil compreender quais os limites que estas áreas têm

pois, como eles próprios afirmam, os limites são “definidos de forma arbitrária”, logo percebe-se que não é possível criar uma simples definição para o conceito de zonas costeiras, pois estas diferem de local para local (Post & Lundin, 1996).

Existem ainda diversas definições, como é o caso da constante no Plano Nacional de Gerenciamento Costeiro (PNGC II) Brasileiro (Resolução n.º 005/97, de 03 de Dezembro, citado por Loitzenbauer & Mendes, 2014, p. 82), que entende zona costeira como

um espaço geográfico no qual ocorre a interação do ar, do mar e da terra, incluindo seus recursos naturais. Este espaço abrange a faixa marítima e a faixa terrestre definidas, respectivamente, como “a faixa que se estende mar a fora distando 12 milhas marítimas das Linhas de Base compreendendo a totalidade do Mar Territorial” e a “faixa do continente formada pelos municípios que sofrem influência dos fenômenos ocorrentes na Zona Costeira”.

Embora esta definição englobe distâncias exatas como é o caso das “12 milhas marítimas” – distância que difere de local para local –, a definição de faixa terrestre ajuda-nos a compreender que os municípios que sofrem influência dos fenômenos que ocorrem na zona costeira estão incluídos nesta definição de área costeira.

Kay e Alder (1999, citados por Albuquerque, 2013, p. 34) dão uma perspectiva mais prática do que é uma área costeira, dividindo este conceito em dois contextos diferentes: o contexto biofísico e o contexto de política de ordenamento do território ou de gestão costeira.

No contexto biofísico, interpretam a área costeira como “o local de interação onde a terra e o mar se encontram, que varia consoante os processos naturais que vão modelando esta área”. Tal como Post e Lundin (1996), que expõem alguns dos elementos que para eles pertencem à área costeira, também Kay e Alder (1999, citados por Albuquerque, 2013, p. 34) apontam a existência de diferentes partes deste ambiente costeiro que apresentam grandes interações entre a terra e o oceano, tal como “áreas que se encontram próximas da linha de costa, como as praias, os sapais, os recifes de coral, entre outros” e também “áreas que, apesar de poderem estar mais distantes, têm uma influência determinante na modelação da costa, nomeadamente os rios que vão transportando água doce e sedimentos para os ambientes costeiros”.

Relativamente à política de ordenamento do território ou gestão costeira, estes dois autores referem que “a área costeira pode incluir uma pequena área definida na interface da terra e mar, que pode variar entre poucos metros a alguns quilómetros, ou ainda estender-se desde o interior das bacias hidrográficas costeiras até ao limite da jurisdição nacional das águas territoriais” (Kay & Alder, 1999, citados por Albuquerque, 2013, p. 35).

É importante e possível caracterizar, de uma forma muito simples, a área costeira portuguesa. O Conselho Europeu (2008) ajuda a definir esta área, afirmando que Portugal apresenta uma faixa da costa com cerca de 1.187 km e uma Zona Económica Exclusiva (ZEE) com mais de 1.700.000 km², sendo considerada uma das maiores da Europa.

O Instituto da Água (2009, citado por Albuquerque, 2013, p. 35) define zona costeira como “a porção de território influenciada direta e indiretamente, em termos biofísicos, pelo mar (ondas, marés, ventos, biota ou salinidade) e que tem, para o lado de terra, a largura de 2 km medida a partir da linha da máxima preia-mar de águas vivas equinociais (LMPMAVE) e se estende, para o lado do mar, até ao limite das águas territoriais (12 milhas náuticas), incluindo o leito”. Esta definição do Instituto da Água, com a elaboração da Estratégia Nacional de Gestão Integrada da Zona Costeira de Portugal, embora seja uma definição mais recente, parece um pouco simples de mais, e além disso, usa medidas exatas para delimitar a zona costeira, o que, por si só, já faz variar a sua configuração nos diferentes locais ao longo da costa portuguesa, e ainda assim, não enumera os elementos que possam fazer parte dela.

Para esta dissertação é essencial perceber qual a definição mais completa de área costeira, pois ao querer estudar-se o turismo desportivo no desenvolvimento das áreas costeiras, é necessário compreender quais as áreas em estudo. Considerando esta revisão bibliográfica, nesta dissertação não serão considerados de forma diferenciada os conceitos de área e zona costeira.

Como já foi referido, não é simples definir o conceito de área costeira, no entanto, pode resumir-se dizendo que é a zona de contacto entre a faixa terrestre e a faixa marítima, que abrange os ambientes costeiros e os adjacentes, onde estão incluídos todos os municípios, por mais distantes que sejam, que têm influência na costa, e recursos, de onde fazem parte os rios, as praias, as planícies costeiras, as lagoas, entre outras.

3.3 Caracterização das áreas costeiras

As áreas costeiras são áreas frágeis, suscetíveis a modificações tanto ambientais, como socioculturais ou ainda económicas, ou seja, são áreas que necessitam de uma maior atenção perante todas as ações que nelas são realizadas. A Resolução nº. 005/97 de 3 de Dezembro ajuda a entender esta fragilidade, afirmando que as zonas costeiras são um “mosaico de ecossistema de alta relevância ambiental cuja diversidade é marcada pela transição de ambientes terrestres e marinhos, com interações que lhe conferem o carácter de fragilidade”.

As áreas costeiras são locais importantes, aos quais devemos dar a devida atenção e respeito, uma vez que, sendo “áreas de contacto entre o espaço terrestre e o espaço marítimo [,] são locais únicos e de grande importância geológica, ecológica e biológica para um conjunto de espécies aquáticas e terrestres, incluindo a espécie humana” (Beatley et al., 1994, p. 1).

“O território português apresenta uma variedade de relevo que também é perceptível em todo o litoral. É um litoral bastante linear, mas com alternâncias entre costas baixas com extensos areais, costas altas rochosas e ainda costas baixas mas também rochosas” (Brito, 1994, citado por Albuquerque, 2013, p. 110). É possível observar a existência de diferentes e importantes ecossistemas costeiros devido à diversidade de paisagens do litoral português. Albuquerque (2013, p. 110) faz referência a três ecossistemas mais importantes: “as praias arenosas, com cerca de 591 km de extensão (GEOTA, 2005); as praias rochosas, com cerca de 348 km (GEOTA, 2005); e as zonas húmidas costeiras, onde se destacam os estuários do Douro, Mondego, Tejo e Sado, a Laguna de Aveiro, a Ria Formosa, entre outros”. Ao definir estes três tipos de ecossistemas, dá-se relevância ao ambiente, não só na zona da linha da costa mas também ao que esta área envolve.

Segundo Dias (2006, p. 100), “a Ria de Aveiro é uma laguna costeira de águas pouco profundas, situada a noroeste na costa portuguesa (40°38’N, 8°45’W), ligada ao Oceano Atlântico através de uma única embocadura”. A Ria de Aveiro, classificada como área de interesse natural (ICNF, 2013), localiza-se no litoral centro de Portugal, fazendo parte da bacia hidrográfica do Rio Vouga, sendo conhecida pela presença de sapais, marinhas de sal e canais de dimensão muito reduzida (Dias, 2006). Desta forma, a Laguna de Aveiro, que Albuquerque (2013) cita como zona húmida costeira, é

a Ria de Aveiro, podendo esta então ser considerada como pertencente à área costeira da Região de Aveiro.

Sendo assim, definiu-se como área de análise para este estudo, a área pertence aos concelhos da área costeira da região de Aveiro (sendo a região de Aveiro aqui entendida como a área que engloba os concelhos da Comunidade Intermunicipal da Região de Aveiro (CIRA), mas que tenham algum tipo de contacto com a Ria de Aveiro, Rio Vouga e zonas aquáticas envolventes.

3.4 Turismo nas áreas costeiras

Leijzer e Denman (s.d.) referem que as zonas costeiras são um dos recursos turísticos mais importante ou até o principal para o desenvolvimento e crescimento do turismo, sendo logicamente um dos locais onde o investimento em turismo é mais elevado.

O turismo em áreas costeiras é “um tipo de turismo que é baseado numa combinação de recursos da interface entre a terra e o mar e que oferece um conjunto de amenidades, tais como água, praias, paisagens, biodiversidade marinha e terrestre, património cultural e histórico diversificado, gastronomia e normalmente, boas infraestruturas” (UNEP, 2009, citado por Albuquerque, 2013, p. 68).

Estas áreas costeiras combinam uma série de elementos, tendo assim uma diversidade enorme de recursos e produtos, produtos estes que constituem a oferta do turismo em áreas costeiras. Este turismo, potenciado pelas condições naturais e socioculturais, é um tipo de turismo que usufrui do espaço e não da própria atividade em si. Logo, é fácil de entender que é um tipo de turismo muito diversificado e que atinge muitas áreas e setores importantes para o desenvolvimento do turismo. Além do turismo sol e mar, o turismo náutico (vela, moliceiros, passeios de barco, ...) e o turismo desportivo (*surf*, *jet ski*, *windsurf*, canoagem, ...) são dois grandes exemplos de turismo que existem cada vez mais nas áreas costeiras.

O turismo em áreas costeiras é fortemente caracterizado pela sazonalidade, visto que as pessoas procuram, normalmente, este tipo de destinos na época alta (CE, 2000). Tem havido um esforço no sentido de gerir as áreas costeiras e diminuir a sua sazonalidade, sendo para isso necessário investir e modernizar as diferentes infraestruturas do turismo, bem como preservar as diferentes riquezas que existem nestas áreas, como as praias, o mar, as zonas húmidas, etc. (CE, 2000).

Apesar de o produto “sol e mar” estar tendencialmente a diminuir e a ser cada vez menos procurado pelos turistas, visto que “o tempo em que tudo se resumia a mar, praia e sol parece estar ultrapassado” (CE, 2000, p. 4), o ambiente costeiro não deixa de ser um atrativo. As pessoas continuam a procurar destinos com este ambiente e a ser exigentes, procurando atividades e experiências diferentes, sendo que estes “dispõem de recursos muito ricos para uma oferta diferenciada: combinações de atividades (lazer, desporto, património cultural e natural, gastronomia, etc.), mar e montanha ou mar e campo, etc.” (CE, 2000, p. 4).

Para evitar a sazonalidade e responder às necessidades dos turistas, Joue (2010, citado por Albuquerque, 2013, p. 70) mostra o que está a ser feito, dizendo que “o Parlamento Europeu incentiva os Estados-Membros costeiros a conceberem estratégias específicas e planos integrados a nível nacional e regional, que atenuem o carácter sazonal do turismo nas regiões costeiras e garantam às comunidades locais um emprego mais estável e uma melhor qualidade de vida”. Destaca ainda “a importância de transformar os setores tradicionais de carácter sazonal em atividades desenvolvidas ao longo de todo o ano, mediante a diversificação dos produtos e a busca de formas alternativas de turismo (por exemplo, turismo de negócios, turismo cultural, turismo médico, turismo desportivo, turismo agrícola e turismo relacionado com as atividades de lazer no mar” (Joue, 2010, citado por Albuquerque, 2013, p. 70).

Mas, para que isto aconteça, e para que o turismo em zonas costeiras não entre em declínio e continue a ser um tipo de turismo que traz bem-estar social e económico, é essencial o papel tanto dos agentes da oferta turística como das pessoas da comunidade local, visto que são eles os elos de ligação entre a atividade turística e o turista.

Tem-se notado cada vez mais preocupação por parte da comunidade local em proteger a sua identidade, o meio ambiente, o património natural, histórico e também cultural, para evitar um turismo que crie impactes negativos nas suas localidades. O papel dos agentes de oferta turística é também essencial, uma vez que estes devem responder a todos os pedidos e exigências crescentes dos turistas. Esta questão é principalmente importante em termos da satisfação das suas necessidades e desejos, através da criação de diferentes atividades e produtos que possam corresponder às expectativas dos turistas.

3.5 Impactes do turismo nas áreas costeiras

O turismo é uma atividade que usufrui muito do espaço envolvente, podendo mesmo dizer-se que é um consumidor intensivo do próprio território, especialmente nas zonas onde o turismo se tem vindo a desenvolver de forma crescente e nos locais cada vez mais procurados pelos turistas. As áreas costeiras são locais que, além de serem mais densamente povoados e muito visitados, existe muita oferta turística (Moritz, Lopes & Costa, 2014).

Apesar de as pessoas necessitarem de descansar e de fugir às obrigações, e procurarem um sítio onde o descanso seja o essencial, e viajarem com alguma frequência para destinos mais recatados, escondidos e menos conhecidos, a oferta turística nestas zonas é muito elevada, sendo, por isso, as áreas costeiras, zonas onde a concentração de atividades é mais eminente, ou seja, zonas onde muitas atividades necessitam de usufruir do espaço costeiro.

A necessidade de diversificar a oferta turística provém da procura de diferentes experiências, que os turistas cada vez mais têm curiosidade em descobrir. As áreas costeiras, paisagens bastante reconhecidas na região de Aveiro, são um dos destinos mais procurados, nos quais é possível oferecer diferentes atividades. Assim, é possível reaproveitar estas zonas, revalorizando as paisagens e desenvolvendo diferentes atividades turísticas, sem descuidar a possível deterioração dessa mesma paisagem.

Estas áreas costeiras têm particularidades e condições socioculturais e naturais de extrema qualidade, o que faz com que seja impulsionado o desenvolvimento e crescimento do setor do turismo. Embora seja muito positivo e gratificante o crescimento e desenvolvimento do turismo e das suas atividades, por vezes, este é feito sem planeamento, provocando assim diversos problemas, muitas das vezes de difícil resolução.

Ao usufruir das áreas costeiras, os turistas podem-nas influenciar positiva ou negativamente. Por outro lado, o mar também tem uma grande influência sobre este tipo de ambiente, o que leva a que as zonas costeiras sejam muitas vezes merecedoras de uma proteção especial.

A Comissão Europeia (1999, citada por Pinto, 2008, p. 15) veio confirmar a importância das zonas costeiras, dizendo que estas “têm sido, tradicionalmente, um importante foco de desenvolvimento da sociedade humana”. A zona costeira portuguesa não é exceção, tendo vindo a proporcionar, ao longo do tempo, a fixação de grandes grupos urbanos e de atividades económicas, em toda a sua extensão. Esta zona é, ainda, um excelente local para atividades de recreio e lazer, e um meio essencial para os transportes marítimos e as trocas comerciais (DGOTDU & MAOTDR, 2007; Norberto, 2004; Pinto, 2008).

Como já foi referido anteriormente, embora seja fulcral o desenvolvimento do turismo nas áreas costeiras, é de extrema importância estar-se atento aos efeitos, tanto positivos como negativos, que este desenvolvimento pode causar. É preciso ter atenção ao desenvolver novas atividades, devendo tentar-se minimizar os impactos negativos, maximizando os benefícios que estas atividades podem trazer para as áreas costeiras, tanto para o destino em si como para a comunidade local.

Os impactos negativos sobre os ambientes costeiros são causas da grande pressão sobre os limitados recursos locais existentes, do aumento ou invasão inesperada ou indesejada das áreas naturais e, por vezes, dos conflitos existentes entre o turismo e os outros diferentes setores (Ghosh, 2011).

São muitos os autores que enumeram as diferentes consequências negativas do turismo sobre as áreas costeiras. No entanto, é essencial distinguir entre as consequências de ordem natural e as que são provocadas pela intervenção humana. Estas últimas, logicamente, são mais simples de controlar, uma vez que dependem da ação humana, que deve ser planeada no sentido de evitar ao máximo um impacto negativo sobre a paisagem natural. Esta questão é particularmente importante já que, hoje em dia, muitos turistas escolhem um destino no sentido de evitar locais cujas atividades prejudiquem o ambiente envolvente.

As zonas costeiras já são, por si só, áreas demasiado frágeis e particularmente vulneráveis aos impactos naturais e aos resultantes da atividade humana, por isso é preciso estudar quais são esses impactos para, ao desenvolver e criar novas atividades, perceber o que é preciso evitar ou modificar.

O Conselho Nacional do Ambiente e do Desenvolvimento Sustentável (CNADS) em 2001, baseado em Middleton et al. (1999), enumera alguns impactos sobre as áreas

costeiras. No entanto, somente refere os impactes ambientais, nomeadamente: o desenvolvimento e urbanização de ambientes naturais; a poluição da água do mar e das praias; a perda de biodiversidade resultante, por exemplo, da erosão das dunas e outros ecossistemas costeiros, devido a construções para o turismo e pressões das atividades dos visitantes; o excesso de uso de água potável diretamente para o turismo e indiretamente para a atividade turística, como a rega de campos de golfe, jardins e outros; o congestionamento do tráfego automóvel, ruído, perda de qualidade do ar associado ao crescente uso do transporte privado; o tratamento e descarga de águas residuais inadequados; e, por último, a decadência urbana registada em muitos locais de grande afluência turística.

Dias (s.d., p. 23) enumera também alguns problemas que começaram a aparecer nos destinos em que o desenvolvimento deste tipo de turismo nas áreas costeiras tem sido realmente notório e, por vezes, abusivo. A contaminação das águas por causa de problemas com sistemas de saneamento básico, a carência de água potável devido à sobre-exploração de aquíferos, a desvirtuação ou perda de valores culturais, a forte sazonalidade das atividades económicas, o desaparecimento de diferentes atividades tradicionais, destruição de ecossistemas importantes, o subdimensionamento (na época alta) das estruturas de apoio, e a ameaça do novo património edificado pelos temporais ou pela erosão costeira (no inverno) são alguns dos impactes que o turismo pode provocar ou intensificar nas áreas costeiras.

A Comissão Europeia (2000, citada por Pinto (2008, p. 15) refere que “no ano de 2000, a Comunicação da Comissão ao Conselho e ao Parlamento Europeu (COM(2000) 547 final), relativamente à Estratégia de Gestão Integrada da Zona Costeira para a Europa, indica que as zonas costeiras da Europa enfrentam uma série de problemas de índole biofísica e humana que estão inter-relacionados entre si”.

Estes problemas de origem natural, alguns já referidos por outros autores, resultam de um desenvolvimento turístico excessivo que ultrapassa a capacidade destes ambientes: a erosão costeira, resultante da construção de infraestruturas inadequadas e do desenvolvimento junto à linha de costa; a destruição de habitats, resultante do desordenamento ao construir e planear a zona urbana ou da sobre-exploração marinha; a perda da biodiversidade, resultante dos estragos causados nas zonas de desova costeiras; a contaminação dos recursos hídricos e do solo, fator derivado das diferentes poluições tanto das atividades turísticas como de outros serviços nas zonas costeiras e ainda de aterros sanitários; e, por fim, a fraca qualidade e a pouca

quantidade de água, que é provocada pelo facto de a procura ultrapassar a oferta e a capacidade de tratamento das águas residuais.

Os problemas existentes nas zonas costeiras são resultantes, em grande parte, do aumento da procura e da forma como estas zonas são utilizadas pelo Homem e pelas suas atividades, sendo agravados pela existência de problemas de ordem natural. Pinto (2008), aponta algumas consequências, nomeadamente:

- desemprego e instabilidade social – provocados pelo declínio dos setores tradicionais, já que muitas vezes as novas atividades turísticas ultrapassam as tradicionais já existentes e, além disso, habitualmente não geram emprego para os residentes dos destinos turísticos, aumentando assim o desemprego local;
- concorrência na utilização de recursos – um pouco na continuação do impacto anterior, certas atividades economicamente mais rentáveis retiram espaço para as outras, às vezes de menor dimensão, se desenvolverem;
- destruição do legado cultural e do tecido social – o facto de existirem nestas áreas cada vez mais empresas, principalmente de turismo, leva a que por vezes a cultura, a tradição, a sociedade e os valores que com ela se desenvolvem sejam esquecidos, devendo assim existir uma maior atenção por parte dos agentes da oferta turística em “abraçar” estas culturas e tradições nas suas diferentes atividades;
- prejuízos materiais – a erosão costeira prejudica o território, aumentando assim os prejuízos, fazendo também desaparecer algumas oportunidades de desenvolvimento de diferentes atividades turísticas;
- perda de oportunidades de emprego duradouros – o facto de os recursos naturais estarem a ficar cada vez mais degradados, leva a que se percam oportunidades para novos empregos e novas atividades;
- marginalização e emigração – é agravada pela carência de infraestruturas apropriadas, das quais fazem parte as redes de comunicação e de transportes.

O Programa de Demonstração sobre Gestão Integrada das Zonas Costeiras da União Europeia entre 1997/98 (Comissão Europeia, 1999, citado por Pinto, 2008, p. 15), ajuda também a agrupar estes impactes e problemas que prejudicam o desenvolvimento das áreas costeiras em quatro pontos:

- (i) desenvolvimento não planeado – este desenvolvimento ao não ser planeado faz com que as coisas não tenham ordem nem sentido, ou seja, os problemas e as soluções não são estudados, levando a que os impactes sejam inúmeros

- e, por vezes, inevitáveis, como por exemplo o desperdício de investimentos, potenciando a perda de oportunidades de emprego sustentável, levando assim a uma degradação ambiental e social destas áreas;
- (ii) declínio dos setores tradicionais compatíveis com o ambiente – o facto de as atividades tradicionais serem prejudicadas, terem pouca possibilidade de evoluir ou até mesmo desenvolver novas atividades, leva a que aumente o desemprego, haja uma maior probabilidade de emigração, bem como se provoque uma instabilidade na sociedade;
 - (iii) erosão costeira – um impacte principalmente ambiental que danifica os habitats naturais e os aglomerados urbanos, afetando assim as diferentes atividades económicas que usufruam destes espaços, ameaçando também toda a vida existente nestes locais;
 - (iv) e, por último, a falta de redes de comunicação e de transportes adequados – levando à falta de turistas por vezes existente, conduzindo assim à marginalização de algumas áreas.

Embora muitos dos autores, ao referenciar os impactes ou problemas causados pelo turismo, abordem principalmente aspetos ambientais, existem também alguns aspetos económicos e socioculturais que, por vezes, são grandes impeditivos para o desenvolvimento das áreas costeiras. Moutinho (2011) refere alguns desses aspetos como:

- impactes económicos: o facto de o turismo se poder tornar uma economia básica local, ficando então este destino limitado ao seu desenvolvimento; a apropriação de terrenos, ou seja, o espaço ser ocupado pelas atividades de turismo; e ainda o facto de o turismo ainda ser um setor que infelizmente sofre muito de sazonalidade, levando a que muitas pessoas tenham empregos sazonais;
- impactes socioculturais: alterações que prejudicam a comunidade cultural, conduzindo a uma transformação de valores – políticos, sociais, religiosos e morais; a influência que o turismo tem nas tradições, tanto em hábitos como em costumes, na rotina diária, etc., o que muitas vezes leva a uma influência nos padrões de consumo, podendo a comunidade local, ao tornar-se um destino turístico muito conhecido, começar a perder a sua identidade e coesão social, caso os agentes de oferta turística não tenham em atenção esta coesão aquando do desenvolvimento das suas atividades – é essencial a integração da comunidade local nas diferentes atividades turísticas para que esta se sinta motivada e motive também a promoção e o crescimento do turismo no local.

Caso a comunidade não esteja minimamente integrada esta pode sentir que a sua privacidade foi invadida, que a sua cultura e tradição estão a ser comercializadas indevidamente, não se tendo tido em atenção os valores que estas transmitem.

Contudo, o desenvolvimento do turismo nas áreas costeiras traz também benefícios a estas zonas e às comunidades locais nelas inseridas. Se a gestão e o desenvolvimento destas diferentes atividades forem adequadamente planeados, poderão gerar-se benefícios, tanto para os diferentes agentes da oferta turística como para o ambiente costeiro onde as atividades se desenvolvem. É muito importante gerar benefícios para a comunidade local; se esta não for beneficiada e integrada em todo o processo de planeamento e desenho dos projetos, torna-se mais difícil alcançar um saldo final positivo das atividades realizadas.

Moutinho (2011) também refere alguns dos impactes positivos que resultam do turismo nestas zonas. Em termos ambientais, destaca-se a promoção da qualidade ambiental e a conseqüente diminuição da poluição, assim como a conservação da biodiversidade e reciclagem e tratamento de resíduos. É importante que os promotores de turismo evidenciem sempre a necessidade de proteger e cuidar do meio ambiente, pois, se este ambiente é prejudicado, todas as atividades realizadas nestes espaços, bem como todos os intervenientes nestas atividades (turistas e comunidades locais), sairão prejudicados, porque nem as atividades serão desenvolvidas de igual forma, nem os turistas procurarão este destino para passar algum tempo e, muito menos, a comunidade local, sabendo que é o turismo que está a prejudicar o ambiente, vai ter prazer e interesse em promovê-lo e a interagir com os visitantes.

Existem também benefícios económicos que gerados pelo desenvolvimento turístico, beneficiando tanto as atividades e os agentes da oferta como a comunidade local, como, por exemplo, o aumento das receitas e a revitalização da economia destas zonas; o aumento e a melhoria do emprego; o desenvolvimento de infraestruturas sociais, desportivas, de serviços, de transporte, comunicação; o desenvolvimento das atrações turísticas que promovam a conservação, restauração e proteção do património natural, criando assim diversas oportunidades de negócio; e o estímulo para o desenvolvimento de outro tipo de atividades, algumas das quais podem ser tradicionais do local, tais como a agricultura, a pesca. O desenvolvimento do turismo estimula ainda, nas zonas costeiras, a melhoria das acessibilidades.

O turismo é igualmente um facilitador de relações e proporcionador de bom entendimento entre todas as culturas e pessoas. No entanto, é necessário que os intervenientes estejam dispostos a esta interação e os residentes dos destinos turísticos estejam receptivos a acolher pessoas no seu país ou comunidade. Logo, o turismo:

- é um grande impulsionador de benefícios socioculturais, tais como a melhoria da qualidade de vida, promovendo assim a diminuição das desigualdades sociais;
- é uma fonte de atividades e de oportunidades recreativas, possibilitando também a ocupação do tempo de lazer;
- promove o intercâmbio de culturas, valores e tradições, tentando muitas vezes, dependendo dos agentes de oferta turística, incluir a comunidade local nas diferentes atividades propostas pelos agentes, para assim também a motivar e integrar, possibilitando a troca de experiências e conhecimentos entre esta e os visitantes, geralmente melhorando e aumentando a satisfação dos turistas.

Apesar de o desenvolvimento do turismo gerar impactes positivos para as áreas costeiras e as suas comunidades, é essencial perceber o porquê de ainda assim provocar efeitos negativos nestas zonas.

Neste sentido, é imperativo analisar de forma integrada a atividade turística e acautelar os seus efeitos. Se por um lado a atividade gera riqueza e bem-estar social, é também necessário acautelar os seus efeitos, gerindo a concentração de turistas, protegendo as zonas sensíveis, minimizando os impactes na biodiversidade, promovendo a gestão eficiente de recursos ou garantindo a qualificação permanente dos seus profissionais. Só desta forma poderemos ambicionar uma atividade que se desenvolve de forma sustentável e competitiva (MEID, 2009, p. 18).

Muitas vezes, os impactes que impedem o desenvolvimento do turismo de forma a gerar benefícios para todos os *stakeholders* desta atividade são resultantes da falta de coordenação e de planeamento entre todos os intervenientes (agentes de oferta turística, investidores e comunidade local) ou mesmo da comunicação inexistente entre estes, como se pode confirmar no Programa de Demonstração sobre Gestão Integrada da Zona Costeira, desenvolvido pela Comissão Europeia em 1999. Este documento refere que estes diversos problemas são a consequência de uma falha processual, deficiências de planeamento, políticas e institucionais, muitas delas

resultantes da falta de consciência da importância económica, social e estratégica de uma gestão sustentável das zonas costeiras (Comissão Europeia, 1999). Esta falta de entrosamento entre os diferentes intervenientes leva à geração de conflitos de interesse, o que faz com que se torne mais difícil o desenvolvimento eficaz e sustentável de todas estas atividades, e que se reflete, muitas vezes, em impactos negativos nos diferentes destinos.

A falta de planeamento e gestão do destino faz com que geralmente os territórios destas zonas sejam ocupados de forma desorganizada e desordenada, resultante de um desenvolvimento em direção e virado para o mar ou em casas de férias (segundas residências) dos que vivem nos diferentes centros urbanos, levando à destruição dos recursos essenciais à atividade económica, ao meio ambiente e prejudicando a qualidade de vida da comunidade local.

Além de ser necessário planear e gerir muito bem o desenvolvimento das diferentes atividades, considerando sempre a minimização dos conflitos e a potencialização dos benefícios, é fundamental estudar a disponibilidade de recursos nos destinos turísticos. Estes devem ser adequados para suportar o desenvolvimento das diferentes atividades e produtos, que cada vez mais exigem inovação, diferenciação e qualidade como pontos fulcrais, valorizando sempre as características socioculturais e ambientais dos diferentes destinos e tendo em atenção a necessidade de gerar benefícios, evitando as consequências que prejudiquem as atividades e os seus intervenientes.

3.6 Síntese e conclusões

Com este capítulo é possível perceber que é difícil encontrar uma definição única de área costeira, pois esta é um espaço que está em constante mudança e que varia de destino para destino, o que faz com que não exista uma única definição e, por isso, seja mais complicado perceber que espaços pertencem ou não às áreas costeiras. É, no entanto, possível perceber que estas são áreas que estão delimitadas pela zona marítima e pela zona terrestre, abrangendo também todas as zonas envolventes que tenham influência direta da costa, como os rios, praias, etc.

O turismo nas áreas costeiras abrange diversos tipos de turismo, isto porque o que define o carácter deste tipo de turismo é o usufruto de um espaço e não a realização de uma atividade em específico. Consequentemente, todas as atividades que são

realizadas neste espaço podem ser consideradas como atividades de turismo em áreas costeiras.

Pelo facto de o turismo ser um setor de atividade que utiliza muito o território e os recursos envolventes, é essencial o seu planeamento. Ao planear o desenvolvimento do turismo nestes destinos que pertencem às áreas costeiras é importante perceber e estudar maneiras de evitar impactes negativos e de tentar maximizar os benefícios, para que haja um desenvolvimento sustentável.

Capítulo 4 – Desenvolvimento sustentável

4.1 Introdução

O desenvolvimento do turismo num destino tem de ter sempre como primeiro objetivo a sustentabilidade. Este conceito é essencial para que o desenvolvimento seja eficaz, tentando ao máximo minimizar os impactos negativos que possam existir e maximizar os benefícios. O capítulo começa com a conceptualização de desenvolvimento sustentável e a identificação das suas dimensões, para depois se estudar o papel do turismo no desenvolvimento sustentável dos destinos.

4.2 Conceito e dimensões

Embora o conceito de desenvolvimento sustentável só tenha aparecido pela primeira vez em 1987, com o Relatório de Brundtland, já anteriormente a esta data, na década de 1970, se falava em estabelecimento de limites ao crescimento (Meadows et al., 1972) e de políticas públicas do ambiente. No entanto, as diferentes preocupações que existiam na altura estavam especialmente focadas em definir os limites do crescimento ou em impedir os efeitos do desenvolvimento não pensado e não planeado, principalmente quando as preocupações eram relativas ao ambiente ou à sociedade e economia, com o intuito de chegar à sustentabilidade no desenvolvimento. Segundo Choi, H. & Sirakaya, E. (2006, p. 1274), esta noção de desenvolvimento sustentável “surgiu como uma alternativa ao modelo neoclássico tradicional do desenvolvimento”, dando assim a perceber a importância que outrora a economia tinha para as pessoas.

Foi em 1987 que se ouviu falar pela primeira vez de desenvolvimento sustentável, na *World Commission on Environment and Development* (WCED) – Comissão Mundial para o Ambiente e Desenvolvimento –, com o relatório de Brundtland “*Our Common Future*” (O nosso futuro comum), em que se define desenvolvimento sustentável como o “desenvolvimento que satisfaz as necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras satisfazerem as suas próprias necessidades” (WCED, 1987, s.p.). É essencial que este desenvolvimento tenha por base o respeito e a solidariedade pelas gerações atuais e futuras, através de um equilíbrio entre o crescimento económico, a coesão social e a proteção e valorização do ambiente.

Ainda assim, o WRI (2001, citado por Albuquerque, 2013, p. 28) ajuda a entender melhor o conceito de desenvolvimento sustentável, referindo que todo este desenvolvimento económico e de bem-estar humano dependem fortemente da capacidade que todas as pessoas têm de gerir os ecossistemas de forma cada vez mais sustentável. Isto significa que o desenvolvimento torna-se sustentável caso cada pessoa se esforce para tal, ou seja, se cada um contribuir para um desenvolvimento menos prejudicial para todos os setores, respeitando e colaborando com a sociedade e com os ideais que ela nos transmite.

Como já referido anteriormente, foi necessário tentar minimizar os problemas que existiam relativamente ao desenvolvimento não planeado, que levava a um descontrole perante a exploração e uso dos diferentes recursos utilizados, criando muitos problemas a todos os níveis da sociedade. Foi, portanto, necessário conceptualizar o termo 'desenvolvimento sustentável' para que existisse uma definição que toda a sociedade pudesse compreender, podendo também contribuir para promover esse tipo de desenvolvimento.

Ainda assim, apesar de existirem definições um pouco diferentes entre os diferentes autores, alguns aspetos abordados são semelhantes. O desenvolvimento ou crescimento sustentável envolve maximizar e distribuir otimamente os lucros da economia e do seu desenvolvimento, bem como estabelecer e reafirmar a segurança para que os serviços e as qualidades de recursos naturais possam ser garantidos, e ainda recuperados ou melhorados no futuro (Pearce & Turner, 1990). Ou então, o desenvolvimento sustentável pode ser entendido como um desenvolvimento onde o objetivo principal é o fornecimento de uma forma de vida estável, durável e segura, sendo capaz de minimizar o esgotamento de recursos, a degradação ambiental, a rotura cultural e a instabilidade social (Hall, 2000).

É possível perceber, então, que, ao se desenvolver algo baseado na sustentabilidade, é necessário pensar no futuro das pessoas, tentando sempre maximizar os benefícios e ter em atenção a diminuição dos impactes negativos que possam vir a prejudicar o futuro. Farias (2007, p. 1) diz que "o desenvolvimento sustentável é uma nova conceção de desenvolvimento que aborda a gestão de todos os ambientes e, principalmente, das regiões que possuem importantes recursos naturais". Embora seja uma definição pouco complexa e se resume somente ao ambiente e aos seus recursos, esta autora refere uma palavra essencial que é a gestão, neste caso, de todos os ambientes e regiões.

Coriolano e Leitão (2008, p. 475) afirmam que sustentabilidade significa “política e estratégia de desenvolvimento económico, social e cultural contínuos, sem prejuízo do ambiente (inclusive dos recursos naturais) e do homem”. Dizem ainda que “desse desenvolvimento, depende a continuidade da vida, da atividade humana, da capacidade dos animais e das plantas se reproduzirem ao longo do tempo” (Coriolano & Leitão, 2008, p. 475). De que vale a sustentabilidade e o desenvolvimento sustentável se não for contínuo e aceite por todos? Só assim é possível começar a educar as pessoas relativamente à sustentabilidade para que estas eduquem os seus filhos. A sustentabilidade passa pela educação e pelo conhecimento que é dado às pessoas para que, no seu dia-a-dia, tenham em mente este conceito e reajam de acordo com ele, sendo que isso nem sempre é muito fácil.

Muito embora este desenvolvimento sustentável passe pela educação, existem quatro termos demasiado importantes e que tornam este conceito um pouco complexo e muitas vezes difícil de implementar, são eles: gestão, política, estratégia e contínuo. Unir e utilizar estes quatro conceitos para alcançar a sustentabilidade de uma oferta turística deste tipo não é simples, uma vez que este processo deve ser contínuo para que seja possível, credível e aceite por todos os intervenientes, o que nem sempre é fácil de conceber.

Todo este desenvolvimento sustentável se torna mais difícil pois “a sua objetividade não deve excluir, da sua análise, o espírito humano, o sujeito individual, a cultura e a sociedade”, como mencionam Coriolano e Leitão (2008, p. 476). Não é fácil, pois implica o relacionamento de muitas pessoas, com muitas regras, o que infelizmente, em sociedade, nem sempre se torna possível. No entanto, um passo importante a dar é ajudar a que se consiga criar um bom relacionamento entre todos os intervenientes pertencentes à sociedade, para que a sustentabilidade seja implementada e alcançada por todas as pessoas.

Plan Blue (2002, citado por Albuquerque, 2013, p. 28) explica que “o conceito de desenvolvimento sustentável está assente em três pilares fundamentais: o desenvolvimento económico, a coesão social e a proteção do ambiente”. Por outro lado, Buarque (2004) afirma que o desenvolvimento sustentável se equilibra em três pontos principais: (i) crescimento económico; (ii) equidade social e qualidade de vida, e (iii) conservação ambiental. Ainda de acordo com o relatório de Brundtland (WCED, 1987) são também três os princípios que fazem parte das características deste tipo de

desenvolvimento: a elevação da qualidade de vida e a equidade social, a eficiência e o crescimento económico, e a conservação ambiental.

Embora estes três princípios sejam os mais importantes e estudados pelos diferentes autores, existe mais um, que Plan Blue (2002, citado por Albuquerque, 2013) aborda – a dimensão institucional. “A evolução natural do próprio conceito, aliada à evolução das práticas de boa governança e ação participativa das comunidades no processo de desenvolvimento das sociedades, levou a que, de momento, seja consenso geral associar a estes três pilares a dimensão institucional, incluindo desta forma o desenvolvimento das políticas, as instituições e os diversos atores que representam as ações da sociedade” (Plan Blue, 2002, citado por Albuquerque, 2013, p. 28).

No entanto, são sempre mais estudados e abordados os seguintes três pilares: o ambiente, a economia e a sociedade. Almeida e Abranja (s.d.) explicam muito bem este conceito, abordando cada um destes pilares individualmente e dando também exemplos, que serão apresentados mais à frente.

O primeiro pilar, o ambiente (e a ecologia),

constitui em si mesmo (desde sempre) um estímulo para a nossa organização em sociedade. Conhecer-lo, saber como utilizar os recursos naturais de um modo equilibrado, visando a sua conservação para as gerações atuais e futuras, saber como fazer o ordenamento do uso do solo e da ocupação do espaço urbano e rural. (Almeida & Abranja, s.d., p. 19)

A economia (e as atividades económicas) é

entendida como um processo que pretende alcançar uma distribuição e gestão eficaz dos recursos e do fluxo constante de investimentos públicos e privados, de forma a propiciar o desenvolvimento económico das regiões e das suas populações. (Almeida & Abranja, s.d., p. 19)

Finalmente, a sociedade (os seus valores e as instituições – embora as instituições estejam incluídas na sociedade, porque na verdade são organizações que fazem parte desta mesma, podem ser consideradas como um ponto diferente da sustentabilidade, dentro da dimensão institucional que inclui políticas, as instituições e os diversos atores que representam as ações da sociedade, como já foi explicado em cima) é

entendida como um processo que visa a melhoria da qualidade de vida e a redução dos níveis de exclusão social, devido a uma distribuição mais

justa dos rendimentos e dos bens. Este processo também deve ter como objetivos a manutenção da diversidade e a promoção cultural; a valorização da população, dos seus saberes, conhecimentos, práticas e valores étnicos, bem como a preservação e inserção na economia das populações tradicionais (Almeida & Abranja, s.d., p. 19)

O desenvolvimento sustentável pode ser representado por um triângulo cujos vértices representam a dimensão social, a dimensão económica e a dimensão ambiental (Figura 2).

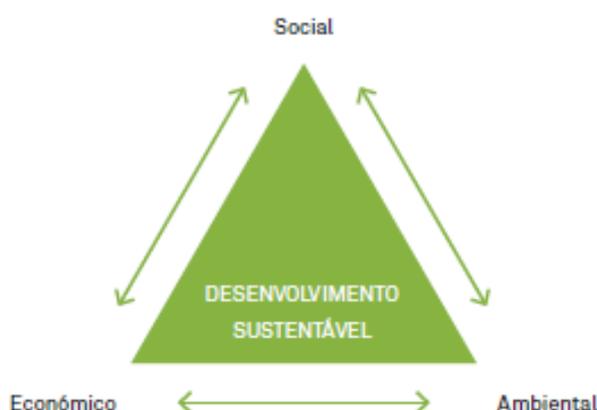


Figura 2 – Ligação entre as três dimensões do desenvolvimento sustentável

Fonte: ImproveCenter (s.d., p. 9)

De acordo com Vitorino (2012), é ainda possível completar esta imagem, incluindo alguns objetivos que estão envolvidos nas relações entre estes três pilares. Entre o social e o ambiental, inclui-se a qualidade de vida. Só existe qualidade de vida caso a sociedade e a economia assim o permitam. Relacionando a dimensão ambiental e a económica, encontra-se a gestão de recursos e a conservação ambiental. Ligando o fator social com o económico, podem encontrar-se as comunidades locais, bem como a distribuição de proveitos. Relativamente a esta questão das comunidades locais, é importante e essencial perceber a importância que estas têm para o desenvolvimento sustentável do próprio local. É indispensável, então, promover o desenvolvimento sustentável, através de pequenos projetos desenvolvidos na comunidade local, tentando da melhor forma integrá-la nos planos e decisões a tomar. A comunidade local é um dos intervenientes com maior importância no desenvolvimento sustentável desta mesma.

Quanto menor o fortalecimento da comunidade, maiores as possibilidades de artificialização, através da 'espetacularização' do patrimônio cultural, e outros impactes negativos. No entanto, quanto maior o fortalecimento e organização da população local, maiores as possibilidades de efeitos positivos, tais como geração de novas fontes de rendimento, fomento do artesanato, benefícios sociais por intermédio de melhorias na educação, saúde, infraestrutura; melhorias ambientais na conversação patrimonial, educação ambiental; e valorização da cultura pelo fortalecimento da identidade, herança cultural (Graziano da Silva, 1996 e Ruschmann, 2005, citados por Moritz (2010, p. 14).

Isto indica que, quanto menor é o fortalecimento e o interesse pela comunidade, menor é a ligação criada com a população local, logo haverá menos confiança e menos motivação por parte desta para integrar e aceitar o desenvolvimento do turismo.

O desenvolvimento sustentável é, então, um conceito que pode ser explicado como a estrutura principal de um processo de desenvolvimento que é centrado em três principais objetivos: (i) equidade social – o direito de todas as pessoas estarem integradas no processo de desenvolvimento; (ii) eficiência económica – englobando a gestão dos recursos económicos e financeiros para garantir o funcionamento eficaz e eficiente da sociedade; e (iii) preservação ambiental (Almeida & Abranja, s.d.). Este desenvolvimento sustentável tem tendência a tornar-se um fator motivador nas instituições, permitindo regular padrões de comportamento e valores principais necessários para a sustentabilidade (Almeida & Abranja, s.d.).

Para perceber a importância do desenvolvimento sustentável para a sociedade, pode concluir-se, com a ajuda de Farias (2007, p. 3), que “o conceito de desenvolvimento sustentável tornou-se um fator imprescindível para a convivência harmónica entre os povos, devido à introdução de novas perspectivas para as relações socioeconómicas e ambientais”.

4.3 Papel do turismo no desenvolvimento sustentável dos destinos

O turismo sustentável pode ser definido como o turismo que cria e oferece as atividades com o objetivo de minimizar os impactes negativos e de maximizar os positivos. Embora o conceito de turismo sustentável tenha surgido e evoluído por causa da preocupação existente com o meio ambiente, este é muito mais do que

somente a preocupação com problemas com o ambiente e os impactos sociais. É importante perceber que o conceito de desenvolvimento sustentável, neste setor tão importante na sociedade como é o turismo, não é de todo um conceito simples de se introduzir, visto que ser sustentável é algo muito complexo e que depende de muitas variáveis.

Considerando que o turismo está em constante crescimento e com necessidade de desenvolvimento dia após dia, é importante associar o turismo sustentável às diferentes formas de turismo que a cada dia que passa estão em constante alteração e modificação, pois os turistas de hoje em dia já procuram destinos diferentes, destinos que deixem uma marca em cada um deles, experiências inesquecíveis. O facto de o turismo ser consumidor de recursos faz com que todos os aspetos referidos anteriormente assumam particular relevância, pelo que antes de agir é preciso pensar e planear.

A OMT (2003) define turismo sustentável, como o turismo que acolhe e responde às necessidades dos turistas e dos destinos, sempre com atenção em melhorar as oportunidades do futuro. McIntosh et al. (2002, citados por Almeida & Abranja, s.d., p. 20) defendem que o ser sustentável está relacionado com “o respeito ao meio ambiente, à identidade cultural, à economia, à sociedade, ou outros”.

Ainda assim, Hanai e Espíndola (s.d., p. 93) ajudam a interpretar melhor este conceito, por vezes tão difícil de entender, por ser complexo e integrar diferentes fatores, dizendo que o turismo sustentável

busca atender às atuais necessidades económicas, sociais e de qualidade de vida para o desenvolvimento regional, enquanto conserva os recursos naturais e mantém a integridade cultural da população local, promovendo a responsabilidade coletiva e a satisfação das expectativas dos turistas de maneira que a atividade possa continuar indefinidamente proporcionando os benefícios propostos.

Com isto, é fácil de entender que o turismo sustentável se baseia, logicamente, em três pontos bastante importantes – ambiente, economia e sociedade – que têm de estar obrigatoriamente interligados (Hall, 2001). A cultura é também um ponto essencial. No entanto, está logicamente integrada na sociedade e na forma como ela atua e vive.

Como explica a OMT (1998), a sustentabilidade social e cultural passa pelo respeito dos valores e tradições, tentando manter o equilíbrio social; a sustentabilidade ambiental surge com a proteção da natureza e, logicamente, a preservação dos recursos; e, por fim, a sustentabilidade económica com a entrada de receitas e a criação de emprego.

É essencial que a sustentabilidade seja partilhada e assuma um carácter obrigatório no âmbito do turismo, para que usufruir deste tipo de turismo se torne uma preferência por parte dos turistas, motivando os agentes da oferta turística a programar e a promover o turismo de base sustentável.

Isto é importante porque o turismo, como já foi referido, é um consumidor de recursos, o que leva a que sejam colocadas grandes pressões sobre estes, aumentando assim a degradação ambiental, levando a que o progresso económico saia lesado. Outro grande problema, para o qual é necessário encontrar solução, é o facto de as comunidades locais, quando não existe ligação com os diferentes atores de turismo, saírem prejudicadas e não contribuírem para o desenvolvimento do turismo. Estas comunidades deveriam obter sempre benefícios deste desenvolvimento, para assim esta população ser convidada a encorajar a proteção dos sítios, a dar informações aos turistas, a participar na atividade turística da comunidade local.

Para que o turismo sustentável seja incluído no desenvolvimento de um destino, é necessário este ser incutido no planeamento, mas para isso é preciso que haja planeamento, o que muitas vezes falha. Ao existir este planeamento, é essencial que todos os intervenientes e atores de um destino sejam convidados a participar, para que seja do conhecimento de todos e todos possam interagir e intervir no planeamento das diferentes atividades no destino. É possível perceber este aspeto recordando Hall (2000, citado por Ferreira, 2009, p. 1518), que afirma que “se a criação de locais (destinos) sustentáveis é um objetivo do planeamento em turismo, então este deve ser um processo que abrange não só o governo, a indústria e o turista, mas deve alargar-se à noção de *stakeholders*, incluindo a comunidade local e o interesse público”.

Durante o planeamento em turismo, é importante abranger todos os intervenientes, uma vez que assim será mais fácil ir ao encontro de todos os seus interesses, incluindo as suas ideias, motivando-os e integrando-os neste mesmo desenvolvimento.

Além da intervenção de todos os interessados e intervenientes no processo de planeamento do desenvolvimento sustentável do turismo, é também necessário que exista uma forte orientação e liderança em termos de política, para que seja possível existir acordo entre todos, para melhorar também a sociedade. No entanto, nem sempre é fácil existir esta liderança, pois, segundo Ferreira (2009, citado por Vitorino, 2012, p. 8), “a deficiente sincronização entre as políticas e a prática aparece como sendo um dos maiores impedimentos para alcançar os objetivos do desenvolvimento sustentável”.

Choi e Sirakaya (2006, p. 1275) confirmam a importância da necessidade de, para desenvolver de forma sustentável um destino, ser necessário a intervenção de todos os atores, referindo que

a tomada de decisão e os processos de desenvolvimento devem exigir o envolvimento de múltiplas partes em todos os níveis de planeamento e formulação de políticas, reunindo governos, ONG, residentes locais, indústria e profissionais, numa parceria que determina a quantidade e o tipo de turismo que a comunidade quer.

Embora seja essencial a presença de todos estes intervenientes, é relevante que haja benefícios para todos eles, tanto para as empresas, como para os turistas e residentes. É importante ir-se ao encontro do que estes desejam, mas é também importante dirigir o turismo para a comunidade local, ou seja, que esta seja incluída nas próprias atividades, para que não seja colocada de lado e assim sinta mais motivação. É necessário existir respeito pelas tradições, valores e cultura de toda a gente que se movimenta no destino, pois só assim o próprio destino também evolui. É ainda mais importante, caso o objetivo do planeamento seja a sustentabilidade, pensar e planear um destino para proporcionar experiências únicas e inesquecíveis ao turistas, tentando sempre evitar o turismo de massas, pois este tipo de turismo nem sempre traz benefícios e perde-se a ideia de autenticidade.

No entanto, é preciso compreender que os turistas também têm um papel essencial nesta questão da sustentabilidade, já que estes são convidados a agir de forma civilizada, respeitando o destino onde se movimentam, a cultura, os valores e a tradição de cada comunidade.

Os turistas, apesar de serem somente visitantes daquele destino, são também pessoas que vivem em sociedade, sendo por isso essencial serem respeitadores do

destino e da comunidade local, bem como a população local terá de ter respeito para com os turistas. A Organização Mundial do Turismo demonstra uma grande preocupação por esta questão do respeito na sociedade e no desenvolvimento sustentável, promovendo este desenvolvimento de turismo responsável, sustentável e de acesso universal.

Segundo a OMT (2004), o desenvolvimento do turismo sustentável deve otimizar o uso dos recursos ambientais, que são um elemento essencial no desenvolvimento do turismo; respeitar a autenticidade das comunidades locais, tentando respeitar e conservar a sua herança cultural e valores tradicionais, contribuindo para a compreensão e tolerância entre as culturas; e garantir atividades económicas com viabilidade no longo prazo, tentando proporcionar benefícios socioeconómicos a todos os *stakeholders*, e que estes sejam distribuídos de forma correta e justa, sendo alguns dos benefícios a criação de empregos estáveis, o trazer oportunidades económicas e serviços sociais para as comunidades locais, contribuindo assim para um alívio da pobreza nestas comunidades.

Choi e Sirakaya (2006) propõem o “*sustainable community tourism*”, ou seja, turismo comunitário sustentável. Este termo, hoje em dia, é demasiado importante e deveria ser um conceito que fizesse parte de todos os planos de desenvolvimento turísticos, isto porque, como já foi dito anteriormente, a comunidade é uma das partes mais importantes para o turismo, visto que é a essência de um destino, juntamente com os recursos que o destino disponibiliza. Isto é, mais uma vez, integrar a comunidade no desenvolvimento e fazer dela uma parte importante para o crescimento do turismo nos destinos. Este tipo de turismo, como todos, tem objetivos específicos e pode ser avaliado através de alguns indicadores, que podem ajudar a tornar este turismo sustentável em comunidade possível e facilmente aplicável nos diversos e distintos destinos.

Este turismo tem por base a melhoria da qualidade de vida da comunidade local, tentando alcançar o ótimo em termos de benefícios económicos locais, protegendo o ambiente natural e construído, e proporcionando uma experiência de grande qualidade para os visitantes (Bramwell & Lane, 1993; Hall & Lew, 1998; McIntyre, 1993; Stabler, 1997; UNCED, 1992, citados por Choi & Sirakaya, 2006). Estes objetivos não diferem muito dos objetivos principais de um turismo sustentável em geral. No entanto, a

integração da comunidade é um dos aspetos específicos deste tipo de turismo, que o torna particularmente importante e o valoriza.

Deveria ser um tipo de desenvolvimento de turismo praticado por todas as pessoas, pois o interesse pela comunidade e a sua valorização somente traz benefícios ao desenvolvimento do turismo e ao próprio destino, pois esta sente-se integrada e motivada para se envolver no turismo, sendo mais fácil aceitar e promover o próprio destino por parte da comunidade. Integrar a comunidade, não só no planeamento do turismo, mas também nas diferentes atividades que este propõe – nomeadamente oferecendo postos de trabalho, bem como integrando-a em todas as atividades já existentes no local (tais como em cafés, no artesanato local, entre outros), ajudando também à melhoria e promoção destes mesmos espaços –, é uma mais valia para o desenvolvimento do turismo, bem como do local. A ideia passa por promover uma ligação económica a longo prazo entre as comunidades de destino e as diferentes indústrias que fazem parte do destino, tentando minimizar os efeitos negativos do turismo sobre o ambiente, melhorando assim o bem-estar sociocultural das comunidades locais (Choi & Sirakaya, 2006).

Para que estas comunidades, empresas e também os visitantes se sintam integrados, devem ser convidadas a partilhar ideias e a receber informações ou mesmo formação por parte dos gestores e planeadores deste tipo de turismo sustentável. Assim será mais acessível o desenvolvimento e a gestão do destino, pois todas as partes interessadas estão integradas e sensibilizadas para os projetos ou ideias propostas, e podem assim perceber quando e como integram e participam neste desenvolvimento sustentável dos diferentes destinos (Sirakaya et al., 2001)

Choi e Sirakaya (2006) ajudam a perceber e a especificar um pouco mais estas dimensões. O turismo é também considerado uma atividade económica, logo para que o turismo seja sustentável é preciso que seja economicamente viável e que o seu desenvolvimento seja controlado para evitar os impactes negativos e gerar benefícios que possam ser usufruídos por toda a comunidade.

A sustentabilidade ambiental é essencial para que o ambiente seja protegido e que ainda seja usufruído pelas gerações futuras, pois apesar de os recursos pertencerem ao destino e à comunidade, e terem um valor próprio intrínseco, muitas vezes quem

usufrui deles são os visitantes e também as gerações futuras, e é essencial que estes não sejam vistos como abundantes, pois são facilmente esgotáveis.

A sustentabilidade sociocultural passa essencialmente pelo respeito pela identidade, tradição e valores vividos numa determinada comunidade, tentando criar ligações entre os membros dessa mesma comunidade, para que se sintam integrados e orgulhosos da comunidade da qual fazem parte e tenham oportunidade de a mostrar e promover a todos os visitantes que passam pelo destino.

Em termos políticos/institucionais, esta passa por conseguir estabelecer políticas que sejam aceites e implementadas por todos os intervenientes no turismo e, claro, que a sustentabilidade seja a essência deste tipo de desenvolvimento. A dimensão da política ainda pode ser vista como a participação da sociedade nas diferentes tomadas de decisão, integrando todos os intervenientes, considerando todas as ideias respeitando e reconhecendo os direitos de todas as pessoas (Silva et al., 2012).

Por fim, o objetivo da dimensão tecnológica é tentar aplicar uma tecnologia amiga do ambiente, tendo então baixo impacte no turismo, tanto no ambiente como na sociedade, e ainda na cultura do destino (Ko, 2001). Além disso, pretende-se também promover o uso da tecnologia por parte das comunidades e outras partes interessadas no desenvolvimento, para que seja possível a troca de informação e promoção do destino, sendo o acesso a todas as pessoas bem mais simples.

Neste tipo de turismo comunitário sustentável, é estudado o uso destas tecnologias que são ecologicamente corretas, socialmente aceitáveis e socialmente adequadas (Choi & Sirakaya, 2006). Exemplos destas tecnologias são os sistemas de mobilidade suave – bicicletas, autocarros elétricos e híbridos – (UNEP, 2001), recursos energéticos eficientes (Clayton & Radcliffe, 1996) e Sistemas de Informação Geográfica (SIG) (Choi & Sirakaya, 2006; Hall, 1996).

A sustentabilidade é então vista como um fenómeno social, cultural, económico, ambiental, tecnológico e político, sendo que é necessário um planeamento em conjunto, baseado na pesquisa, na gestão, na monitorização e na partilha de ideias. (Choi & Sirakaya, 2006).

Todas estas dimensões são facilmente abordadas mas, geralmente, difíceis de pôr em prática, visto que, por vezes, alguns dos indicadores propostos aqui (existindo ainda muitos mais), não dependem só de quem os põe em prática mas também de todas as pessoas afetadas, sendo, por vezes, de difícil aceitação. No entanto, existem alguns autores que mencionam indicadores que facilmente são postos em prática para que o desenvolvimento sustentável seja alcançado. Estes indicadores encontram-se divididos por cinco dimensões: económica, sociocultural, ambiental, política/institucional e tecnológica (Quadro 2).

Quadro 2 – Dimensões e indicadores da sustentabilidade em turismo

Dimensão	Indicador
Económica	<ul style="list-style-type: none"> * Emprego (Choi, H. & Sirakaya, E., 2006; Roberts & Tribe, 2008) * Qualidade de emprego (Roberts & Tribe, 2008) * Motivação empresarial (Roberts & Tribe, 2008) * Sazonalidade (Choi & Sirakaya, 2006) * Percentagem de visitas repetidas (Choi & Sirakaya, 2006) * Igualdade de oportunidades de emprego (Choi & Sirakaya, 2006) * <i>Leakages e linkages</i> (Choi & Sirakaya, 2006; Roberts & Tribe, 2008)
Sociocultural	<ul style="list-style-type: none"> * Envolvimento da comunidade (Choi & Sirakaya, 2006; Roberts & Tribe, 2008) * Promoção de atividades locais (Choi & Sirakaya, 2006; Roberts & Tribe, 2008) * Promoção cultural (Almeida & Abranja, s.d; Choi & Sirakaya, 2006; Roberts & Tribe, 2008) * Satisfação do turista (Choi & Sirakaya, 2006) * Qualidade de vida (Choi & Sirakaya, 2006)
Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> * Gestão ambiental (recursos) (Almeida & Abranja, s.d; Choi & Sirakaya, 2006; Roberts & Tribe, 2008; Albuquerque, 2013) * Reciclagem e reutilização (Almeida & Abranja, s.d; Choi & Sirakaya, 2006; Roberts & Tribe, 2008) * Gestão da poluição (Almeida & Abranja, s.d; Choi & Sirakaya, 2006; Roberts & Tribe, 2008) * Gestão de resíduos sólidos (Roberts & Tribe, 2008)
Política / institucional	<ul style="list-style-type: none"> * Integração de todos os <i>stakeholders</i> (Choi & Sirakaya, 2006; Albuquerque, 2013) * Criação de parcerias (Choi & Sirakaya, 2006) * Existência de um plano de turismo sustentável (Choi & Sirakaya, 2006) * Disponibilidade de financiamento (Choi & Sirakaya, 2006)
Tecnológica	<ul style="list-style-type: none"> * Monitorização e promoção da informação turística (Choi & Sirakaya, 2006) * Eficiência energética (Choi & Sirakaya, 2006; Roberts & Tribe, 2008) * Benchmarking (Choi & Sirakaya, 2006)

Fonte: Elaboração própria

Perret e Tyssansier (2001, citados por Vitorino, 2012, p. 10) propõem uma forma diferente de entender e compreender o turismo sustentável, organizado também em três dimensões: “(1) preservação do(s) recurso(s), (2) desenvolvimento local e (3) ética – retorno/partilha”. Esta forma de pensar, além de incluir os recursos e a sua preservação, dá enfoque ao desenvolvimento do local, pensando assim também na comunidade local e nas suas atividades, e à ética de retorno e partilha, ou seja, de parceria. Hoje em dia, é essencial a ideia de parceria, de troca de ideias e benefícios, pois só se todas as pessoas tentarem contribuir para o mesmo fim e lutarem pelo mesmo objetivo pode existir crescimento e desenvolvimento positivo, evitando assim alguns impactos negativos que poderiam existir se cada um lutasse somente pelos seus ideais e benefícios.

Esta ideia de parceria e de desenvolvimento em conjunto, desenvolvida por Perret e Tyssansier (2001, citados por Vitorino, 2012, p. 11), defende que “o turismo sustentável está ligado à qualidade do desenvolvimento coletivo local”. Para que isto aconteça, é importante perceber duas coisas: é necessário um controlo para que o destino onde o turismo está a ser desenvolvido não se torne um destino de turismo de massas, pois, caso isso aconteça, perde-se a ideia de bem-estar, de sustentabilidade e, muitas vezes, faz-se com que o turista perca a oportunidade de aproveitar a experiência ao máximo; e também este desenvolvimento deve ser feito em conjunto e em parceria, para que seja possível “combinar estratégias que equilibrem o bom serviço prestado aos turistas e a qualidade de vida dos habitantes” (Vidal & Márquez, 2007, p. 4), pois nesta ideia de turismo sustentável, é essencial, mais uma vez, pensar no desenvolvimento local sustentável, em todas as dimensões.

A sensibilização e vivência de sustentabilidade passam, muitas vezes, também pela educação dos turistas e da comunidade local. Estes intervenientes precisam, necessariamente, de estar recetivos para que a sustentabilidade seja mais fácil de aplicar e de viver.

O turismo sustentável é um desafio para todos os que estão envolvidos no desenvolvimento do turismo sustentável, sendo a troca de um relacionamento distinto pelo conflito para um apoiado na simbiose, um dos maiores passos a dar para alcançar o turismo sustentável (OMT, 2003).

4.4 Síntese e conclusões

O desenvolvimento sustentável de um destino é, sem dúvida, o desenvolvimento ideal que todos os destinos desejam alcançar, para que possam sempre desenvolver-se mais e a capacidade e qualidade do destino não seja prejudicada. A verdade é que planejar o desenvolvimento de um destino hoje, percebendo que não deverá afetar as gerações vindouras, é uma tarefa complicada, muito também porque este desenvolvimento para ser ideal terá de ser feito com todos os intervenientes no destino, quer sejam os empresários, os residentes locais, as pessoas das entidades públicas e privadas, as necessidades dos turistas, e, por isso, é difícil alcançar o ideal do desenvolvimento sustentável.

O turismo tem um papel essencial neste desenvolvimento sustentável de um destino, visto que, por ser um setor que abrange e usufrui de muitos recursos, é também um setor que deve incutir em todas as pessoas que abrange, este conceito e esta luta pela sustentabilidade. É essencial perceber o que é a sustentabilidade e o que é que cada pessoa pode fazer para melhorar o destino e a alcançar, em termos ambientais, económicos e socioculturais (os tópicos mais conhecidos), mas também ao nível da política e da tecnologia, fatores estes que são cada vez mais importantes na sustentabilidade. A preocupação ambiental, tanto a nível da gestão de recursos, como da gestão da poluição, a contribuição de uma economia sustentável, com a integração da população nos diferentes empregos e no próprio crescimento económico, o envolvimento da comunidade local no próprio desenvolvimento turístico bem como a promoção do destino e suas atividades e cultura, a necessidade de integrar todos os intervenientes sempre que possível criando parcerias e o uso eficaz e eficiente da tecnologia, são aspetos importantes para um desenvolvimento sustentável de qualquer destino.

Capítulo 5 – Metodologia

5.1 Introdução

Após a revisão da literatura, este capítulo pretende especificar a metodologia utilizada no estudo empírico. Começa por se identificar os diferentes objetivos propostos, seguido de uma pequena caracterização da estrutura do estudo. Para responder aos objetivos identificados, além da revisão literatura já realizada, são descritos os métodos de recolha de dados, com principal destaque para a entrevista, e posteriormente é definido e descrito o método de análise de dados, que é cumprida através da análise de conteúdo.

5.2 Objetivos do estudo

De acordo com Quivy e Campenhoudt (1992), o primeiro passo a ser dado para a pesquisa de um determinado tema é a definição de uma pergunta inicial, que vai logicamente orientar todo o trabalho. Sendo assim, seguindo a ideia principal desta temática, a questão é “Qual o papel do turismo desportivo enquanto fator de desenvolvimento sustentável nas áreas costeiras na Região de Aveiro?”.

Após a pergunta de investigação estar delineada, foram definidos os objetivos, geral e específicos. O objetivo geral é compreender o papel do turismo desportivo enquanto fator de desenvolvimento sustentável nas áreas costeiras da região de Aveiro. Os objetivos específicos escolhidos para esta dissertação são:

- Identificar o conceito de turismo desportivo e compreender a sua importância no contexto global do setor;
- Definir áreas costeiras, identificar as suas especificidades e a sua importância enquanto fonte de desenvolvimento do turismo;
- Conhecer o conceito de desenvolvimento sustentável e identificar as suas dimensões;
- Caracterizar a região costeira de Aveiro enquanto destino turístico;
- Caracterizar a estrutura empresarial relativa ao turismo desportivo, no que concerne aos agentes de animação turística, na região costeira de Aveiro;
- Compreender o papel do turismo desportivo no desenvolvimento sustentável da região em estudo.

5.3 Recolha de dados

A realização da revisão bibliográfica foi essencial para possibilitar o desenvolvimento de uma base teórica de trabalho, para assim realizar a recolha e análise de dados. Foi efetuada uma recolha de dados secundários, relacionada com as empresas existentes e suas características, e uma recolha de dados primários através de um inquérito aplicado em forma de entrevista semiestruturada, com carácter exploratório.

A recolha de dados secundários para o estudo empírico foi feita por duas vias: a pesquisa e recolha de informação através do Registo Nacional de Atividades de Animação Turística (RNAAT), onde se obteve as informações gerais das empresas, tais como o nome e a marca, as atividades oferecidas, a localização e os contactos; no entanto, nem sempre todas as empresas tinham a informação necessária, pelo que foi necessário aprofundar um pouco mais a recolha de dados, para se poder completar os dados, essenciais para a aplicação da entrevista, através de uma pesquisa mais atenta nos diferentes sites das empresas, bem como na página das empresas no Facebook.

A ideia inicial era realizar um inquérito por questionário via correio eletrónico, no entanto, foi estudada esta possibilidade e chegou-se à conclusão que poderia não ser possível conseguir obter-se toda a informação necessária, além de que a taxa de resposta nestes estudos académicos é geralmente baixa, pelo que se optou pela aplicação de uma entrevista para se aprofundar um pouco mais o estudo. Segundo Gil (1999, p. 109), a entrevista pode ser definida como “a técnica em que o investigador se apresenta frente ao investigado e formula perguntas, com o objetivo de obtenção de dados que interessam à investigação”.

Foi escolhida uma entrevista semiestruturada pois é uma entrevista orientada por perguntas-guia, ou seja tópicos, e minimamente abertas, a partir das quais se pretende adquirir todas as informações por parte da pessoa que está a ser entrevistada. Segundo Quivy e Campenhoudt (1992), as questões das entrevistas semiestruturadas não necessitam de ter uma ordem, sendo colocadas consoante a entrevista e o decorrer da conversa. Ainda de acordo com os mesmos autores, o facto de ser uma pesquisa exploratória significa que pretende alargar a perspetiva de análise, mostrar facetas das questões e dos problemas propostos que muitas das vezes o investigador não tinha reparado por si próprio e, assim, conseguir optar por uma problemática apropriada.

Segundo Lakatos e Marconi (1996, citados por Lamego, 2004), é necessário alguns cuidados aquando da realização da entrevista, tais como a definição do seu objetivo, a seleção dos sujeitos, a criação de condições favoráveis à sua realização e a elaboração do guião. O guião da entrevista, que se encontra no anexo 1, foi elaborado com base nas temáticas estudadas a partir da revisão da literatura – turismo e desporto, áreas costeiras e desenvolvimento sustentável – com o intuito de responder aos objetivos do estudo. A entrevista foi dividida em três tópicos principais: a caracterização da empresa, o destino onde a empresa exerce as suas atividades e ainda a problemática da sustentabilidade.

As entrevistas foram realizadas, durante o mês de maio de 2015, aos responsáveis pelas empresas de animação turística da área em estudo (que será descrita com mais detalhe no capítulo seguinte), na sede das mesmas ou noutra local mais conveniente. Foi solicitada a gravação áudio, garantindo a confidencialidade, e tiveram uma duração média de 20 minutos. Para selecionar as empresas alvo do estudo seguiu-se um caminho específico, descrito no quadro 3.

Quadro 3 – Processo de seleção das empresas a inquirir

Critério	Total de empresas
Consulta e pesquisa no RNAAT (último acesso: 20 de Maio de 2015) <ul style="list-style-type: none"> – Seleção do distrito de <u>Aveiro</u> – Seleção de todos os <u>concelhos do distrito</u> – Seleção dos agentes de animação turística, que incluem empresas de animação turística e operadores marítimo-turísticos 	89
<ul style="list-style-type: none"> – Exclusão dos <u>operadores marítimo-turísticos, uma vez que</u>, por norma, <u>não realizam</u> atividades de turismo desportivo – Seleção das empresas dos concelhos abrangidos na região em estudo: <ul style="list-style-type: none"> ○ Águeda, Albergaria-a-Velha, Aveiro, Estarreja, Ílhavo, Murtosa, Oliveira do Bairro, Ovar, Sever do Vouga e Vagos ○ Anadia foi excluído por não ter contacto com a Ria de Aveiro, Rio Vouga e zonas aquáticas envolventes ○ Oliveira do Bairro não tem nenhuma empresa de animação turística 	45
<ul style="list-style-type: none"> – Exclusão de 25 empresas de animação turística que não têm atividades de turismo desportivo ou não têm qualquer tipo de informação (contactos/atividades) [foram analisadas através da rede social Facebook e do site próprio de cada empresa] – Inclusão de 13 empresas que não constavam do RNAAT e que foram encontradas por pesquisa na rede social Facebook 	33
<ul style="list-style-type: none"> – Estudo mais aprofundado das 33 empresas através da rede social Facebook e do site próprio, de modo a identificar as atividades que as empresas disponibilizam – Contacto, via Facebook, a 31 empresas e, por e-mail, a 2 empresas: <ul style="list-style-type: none"> ○ Resposta positiva de 20 empresas ○ Exclusão de 5 empresas, uma vez que não têm atividades no âmbito do estudo 	15

Para se selecionarem as empresas alvo do estudo, foi consultado o RNAAT para verificar as empresas de animação turística da região de Aveiro. De um total de 89 empresas, foram excluídas 44 por não pertencerem aos concelhos da área em estudo ou por se referirem a operadores marítimo-turísticos, uma vez que estes, por norma, não realizam atividades de turismo desportivo.

Foi feita uma análise, através do Facebook e dos sites próprios da empresa para perceber quais eram as empresas que ofereciam atividades de turismo desportivo, sendo que, por isso, se excluíram mais 25 empresas, pois não ofereciam este tipo de atividades ou não tinham qualquer tipo de informação (contactos ou atividades). Através de uma pesquisa mais pormenorizada no Facebook foram encontradas mais 13 empresas que não constavam do RNAAT, sendo que foram adicionadas às empresas que iam ser estudadas.

Analisou-se então, de uma forma mais aprofundada, as 33 empresas selecionadas, e, através do Facebook devido ao fácil acesso e resposta (31 empresas) e do e-mail (2 empresas), foi solicitada a sua colaboração neste estudo. Foram 20 as respostas positivas, no entanto, cinco delas responderam a dizer que gostavam de colaborar, todavia as suas atividades não se enquadravam no estudo. Foram, então, efetuadas 15 entrevistas presenciais.

5.4 Análise de dados

Pelo facto de os dados recolhidos através da entrevista serem dados qualitativos, é essencial que a análise seja realizada através de algum método qualitativo, pois os dados são verbais e não contabilísticos, sendo assim somente possível uma análise qualitativa. Foi decidido, então, que o método a utilizar seria o método da análise de conteúdo.

Este método possibilita organizar e analisar, de uma forma mais metódica e ordenada, as informações que se denotam com uma maior complexidade e profundidade (Quivy & Campenhoudt, 1992). Este tipo de análise tem como objetivo principal perceber a lógica das comunicações, o conteúdo e as interpretações, tanto explícitas como implícitas (Chizzoti, 2006).

Embora não exista uma forma a seguir neste tipo de análise, Quivy e Campenhoudt (1992) propõem três categorias: a análise temática – procura revelar as

representações sociais e os juízos dos entrevistados e baseia-se nos elementos que fazem parte do discurso humano; a análise formal – que respeita às formas do discurso e ao seu encadeamento; e, por fim, a análise estrutural – que permite revelar os aspetos subjacentes e implícitos da mensagem. Será a análise temática a escolhida para este estudo.

Além da transcrição das entrevistas, o material foi estudado possibilitando a criação de categorias de análise, com diferentes dimensões ou tópicos, como se pode verificar no quadro 4.

Quadro 4 – Categorias e dimensões da análise de conteúdo

Categorias	Dimensões	
Empresa	Caracterização geral: localização da empresa, data da criação, atividades desenvolvidas, eventos organizados, localização das atividades desenvolvidas, período de funcionamento	
	Perfil do visitante: tipo de mercado, faixa etária e tipo de organização da viagem	
	Recursos humanos: formação académica e função desempenhada, número de trabalhadores, línguas faladas, formação dada aos colaboradores	
Destino	Características	Potencialidades
	Limitações	
Sustentabilidade	Atividade identificadora	
	Económica	
	Sociocultural	
	Ambiental	
	Política	
Tecnológica		

Após este estudo mais aprofundado, foram analisados e interpretados os dados, sendo retiradas diferentes conclusões.

5.5 Síntese e conclusões

Neste capítulo foi possível descrever todas as etapas essenciais para a realização deste estudo, começando pela pergunta inicial e pela definição dos objetivos geral e específicos. A revisão da literatura centrou-se nas temáticas do lazer, recreio e desporto; áreas costeiras; e desenvolvimento sustentável.

Para o estudo empírico, o método de recolha de dados primários foi a entrevista, realizada com base em três temáticas principais: características da empresa, características do destino e sustentabilidade, nas dimensões económica, ambiental,

sociocultural, política/institucional e tecnológica. Foi ainda efetuada a recolha de dados secundários através da pesquisa e recolha de informação acerca das empresas existentes.

Este estudo é exploratório, em que os dados obtidos são qualitativos, pelo que necessitou de um tipo de análise de dados qualitativa, sendo escolhida a análise de conteúdo.

Capítulo 6 – Caracterização da região em estudo

6.1 Introdução

Este capítulo consiste na caracterização da região em estudo – as áreas costeiras da região de Aveiro. Na primeira parte é feita uma caracterização geral da região, onde são mencionados dados relativos à localização, população, acessibilidade e à Ria de Aveiro, assim como uma breve apresentação dos principais indicadores turísticos e da explicitação dos produtos turísticos existentes na região em estudo. Após isto, é realizada uma caracterização das empresas do setor do turismo, mais concretamente os agentes de animação turística que fornecem atividades de turismo desportivo na região em estudo.

6.2 Caracterização geral da região em estudo

A região de Aveiro é um território descontínuo, sendo uma zona húmida, essencialmente arenosa, e esta extensa paisagem de planície é dominada pelos rios da bacia hidrográfica do Rio Vouga – Agadão, Águeda, Alfusqueiro, Cértima, Mau e Vouga – e pela Ria de Aveiro, exemplar único do país, potencializando assim a região de Aveiro como um grande destino turístico, principalmente devido à qualidade dos seus recursos naturais, bem como à atratividade do ambiente envolvente. O facto de esta região estar ladeada pelo mar e por serra, torna-a rica em termos de potencialidades turísticas, pois, mesmo estando no interior da região, facilmente se chega à zona da costa, e vice-versa, o que faz com que se possa diversificar a oferta turística aos visitantes, dando-lhes a possibilidade de conhecer diferentes sítios.

Da região em estudo fazem parte os concelhos pertencentes à Comunidade Intermunicipal da Região de Aveiro (CIRA) e que têm algum tipo de contacto com a Ria de Aveiro, Rio Vouga e zonas aquáticas envolventes – Águeda, Albergaria-a-Velha, Aveiro, Estarreja, Ílhavo, Murtosa, Oliveira do Bairro, Ovar, Sever do Vouga e Vagos. O facto de os concelhos serem ou não ladeados pelo mar, Ria de Aveiro ou bacia hidrográfica do Rio Vouga foi o critério escolhido para decidir quais os concelhos em estudo, pois, uma vez que o objetivo é estudar o desenvolvimento sustentável nas áreas costeiras, era necessário somente estudar aqueles que fossem considerados concelhos em áreas costeiras. Desta forma, foi excluído o concelho de Anadia por não se enquadrar nestes critérios, como se pode verificar na figura 3.



Figura 3 – Concelhos pertencentes à região em estudo

Fonte: Adaptado de Mapa de Portugal (s.d.)

A região de Aveiro, também conhecida como sub-região do Baixo Vouga (NUT III), pertence à região Centro (NUT II), tem uma área de 1.803,58 km², uma população de 388.107 habitantes e uma densidade populacional de 215.2km² (INE, 2012).

Relativamente à acessibilidade, esta é um dos principais pontos fortes da região de Aveiro. A qualidade das infraestruturas, principalmente a da rede de transportes, é sem dúvida uma mais-valia para esta região, para quem lá mora e para os que a vão visitar (AIDA, s.d.). Esta região dispõe de importantes vias nacionais rodoviárias – as autoestradas A1, A17 e A25 – bem como de acesso através da rede de caminho-de-ferro nacional, que permite a ligação às grandes cidades de Portugal, tais como o Porto – a menos de uma hora – e Lisboa – a menos de duas horas e meia (Região de Aveiro, Roteiro mais Centro, s.d.). Esta região tem também uma proximidade ao aeroporto internacional Francisco Sá Carneiro, possibilitando assim rápidos acessos e ligações internacionais, e beneficia de um importante porto marítimo e de um rápido acesso ao Porto de Leixões, o que permite uma ligação marítima com empresas do mercado exterior. Existe ainda uma plataforma intermodal, o que possibilita a ligação da rede viária, ferroviária e marítima ao resto da Europa, proporcionando o

escoamento de mercadorias para os diferentes mercados internacionais. A Região de Aveiro apresenta, assim, uma forte atratividade industrial e comercial.

Para circular dentro da cidade de Aveiro são disponibilizadas as Bicicletas de Utilização Gratuita de Aveiro (BUGA) e, além da cidade de Aveiro, em outros concelhos da região é possível desfrutar de uma bicicleta para conhecer o território e, muitas vezes, praticar uma atividade física, mantendo assim uma vida mais saudável.

6.3 Caracterização da região enquanto destino turístico

A região de Aveiro é, sem dúvida, uma região repleta de características e condições para que se possa tornar um importante polo de atração, traduzindo-se num excelente destino turístico. Como já foi referido anteriormente, o facto de estar ladeada pelo mar e pela serra, a presença da Ria de Aveiro e do Rio Vouga e seus afluentes, torna esta região rica em termos de potenciais fatores de desenvolvimento do turismo.

6.3.1 Principais indicadores de turismo

Analisando os principais indicadores do turismo (Quadro 5), com base nos dados do INE de 2013, e comparando os dados da região do Centro (NUT II) com a sub-região Baixo Vouga (NUT III), percebe-se que esta região tem uma expressão reduzida ao nível do número de estabelecimentos hoteleiros existente na região do Centro (apenas 13%), podendo isto explicar-se pela dimensão da região e da existência de 11 sub-regiões (NUT III).

Quadro 5 – Concelhos pertencentes à região em estudo

Indicadores	CENTRO (NUT II)	BAIXO VOUGA (NUT III)
Estabelecimentos hoteleiros	656	88
Capacidade de alojamento	47.176	5.907
Dormidas	4.022.416	496.817
Hóspedes	2.241.208	296.742
Pop. hóspedes estrangeiros	34,6%	35,1%
Taxa de ocupação-cama	24,84%	24,54%
Estada média	1,79	1,67

Fonte: Baseado em INE (2013)

O mesmo acontece com a capacidade de alojamento, as dormidas e o número de hóspedes. Já a proporção de hóspedes estrangeiros é um pouco maior na região de Aveiro (35,1%) do que na região do Centro (34,6%), de onde se pode concluir que esta região está em crescimento e é reconhecida internacionalmente, podendo ser uma motivação para melhorar cada vez mais.

Embora por valores mínimos, a região de Aveiro apresenta uma percentagem inferior em relação à taxa ocupação-cama e à estada média, o que é algo que já se tem vindo a verificar e se comenta, pois as pessoas passam pela região e pouco tempo ficam, pouco gastam, sendo uma região de passagem e não de estadia.

6.3.2 Produtos turísticos da região em estudo

Segundo o Plano Estratégico Nacional de Turismo (PENT) (MEI, 2012), os produtos turísticos da região em estudo são: sol e mar, *city breaks*, *touring*, gastronomia e vinhos, turismo de natureza, turismo náutico, turismo de negócios e turismo residencial. Os *city breaks*, o turismo de negócios e o turismo residencial são produtos que, neste momento, estão categorizados como “sem expressão”, ou seja, existe pouca aposta, portanto pouca atividade nesse mesmo produto turístico. Pode, então, com base nestes produtos e nas características da região em estudo, analisar-se os outros produtos turísticos existentes.

Sol e mar

O sol e mar é um produto bastante procurado e desenvolvido, no entanto, com necessidade de modificar e de procurar novas estratégias de oferta. Desde as praias fluviais (e.g, Praia do Monte Branco, Praia do Areinho), as praias oceânicas (e.g, Costa Nova, São Jacinto, Vagueira, Furadouro, ...), a Ria de Aveiro, o *surf*, os moliceiros, esta região tem a possibilidade de oferecer uma quantidade diversa de propostas ao nível deste produto

Touring cultural

Este produto turístico é considerado, pelo PENT (MEI, 2012), como um produto consolidado e isto justifica-se com a diversidade de edifícios, com um vasto património material e arquitetónico, como por exemplo a Arte Nova, e a preocupação em criar

mais e diversos roteiros turísticos. Deduz-se que este produto estratégico é um ponto essencial para o desenvolvimento do turismo na região de Aveiro.

Gastronomia e vinhos

Gastronomia e Vinhos é, um produto turístico complementar, assim caracterizado pelo PENT (MEI, 2012), visto que geralmente as pessoas têm outras motivações principais, no entanto esta atividade torna-se complementar, com mais ou menor intensidade, nas viagens. Embora complementar, esta atividade tem como principal objetivo as pessoas conhecerem e usufruírem dos produtos típicos regionais, melhorando assim o seu conhecimento sobre a gastronomia e a enologia de um determinado destino.

Desde a variedade de receitas com bacalhau, a caldeira de enguias e de peixe, o leitão e o vinho da Bairrada, o pão-de-ló de Ovar, e os ovos moles, todos estes produtos turísticos traduzem a cultura rica e diversa da região de Aveiro.

Turismo de natureza

O turismo de natureza, estando classificado segundo o PENT (MEI, 2012) como “em desenvolvimento”, é um produto turístico que está em crescimento, visível pela constante criação de empresas e oferta de atividades nesta área. A constante preocupação por parte de toda a sociedade com a necessidade de evoluir num desenvolvimento sustentável, através da preservação da natureza e dos diversos recursos existentes, é uma atitude de louvar e motivadora para que este produto turístico continue a crescer da melhor maneira possível.

Na Ria de Aveiro existem diversos recursos naturais essenciais para o desenvolvimento de diferentes atividades. Na região em estudo existem alguns projetos que destacam este tipo de turismo e atividades, como é o caso dos diversos percursos pedestres criados nos diferentes concelhos, como o Projeto BioRia, a requalificação da Reserva Natural das Dunas de São Jacinto, entre outros.

Turismo náutico

O turismo náutico, o último produto turístico a integrar a região de Aveiro, é um produto “emergente”, sendo que está numa fase inicial, mas sempre a melhorar, aproveitando cada vez mais todos os excelentes espaços que esta região tem para oferecer. A região de Aveiro, por possuir uma extensa zona costeira, a Ria e uma rede

hidrográfica de considerável dimensão, tem um enorme potencial para oferecer atividades diferentes, capazes de atrair visitantes. Nesta região são oferecidas diferentes atividades, tais como vela, surf, canoagem, *stand up paddle*, entre outras. Ainda assim, é um tipo de turismo que tem muito para crescer e desenvolver, porque não faltam oportunidades para o desenvolvimento de várias outras atividades ao longo de toda a Ria de Aveiro e do Rio Vouga.

6.4 Caracterização das empresas em estudo

Para se estudar o turismo desportivo na região, foram selecionadas 33 empresas que oferecem atividades de animação turística relacionadas com o desporto na região em estudo, tal como descrito no capítulo anterior.

A lista de atividades das diferentes empresas estão categorizadas, segundo o RNAAT, em atividades ao ar livre / natureza e aventura, atividades culturais / *touring* paisagístico e cultural, e atividades reconhecidas como turismo de natureza (Anexo 2). No entanto, o facto de para este estudo somente interessarem atividades de turismo desportivo, e no RNAAT existirem atividades que não se enquadram neste âmbito, e de não existirem categorias definidas das atividades desportivas, foram considerados os seguintes grupos, tendo em conta apenas as atividades desportivas desenvolvidas na região: atividades aquáticas, atividades terrestres e atividades aéreas (Quadro 6).

As atividades são oferecidas maioritariamente no local da sede das empresas, estando estas espalhadas pelos diferentes concelhos. No entanto, algumas empresas oferecem atividades noutros locais diferentes.

Quadro 6 – Atividades desenvolvidas pelas empresas da região em estudo

AQUÁTICAS
Aluguer ou utilização de motas de água e de pequenas embarcações
Canoagem e rafting em águas calmas e em águas bravas
<i>Surf, bodyboard, windsurf, kitesurf, skimming, standup paddle, boarding</i> e similares
Vela, remo e atividades náuticas similares
<i>Canyoning, coasteering</i> e similares
Mergulho, <i>snorkeling</i> , e similares
Natação em águas bravas (<i>hidrospeed</i>)
Outros serviços, designadamente os respeitantes a serviços de reboque de equipamentos de carácter recreativo, tais como bananas, paraquedas, esqui aquático
Pesca turística
TERRESTRES
Arborismo e outros percursos de obstáculos (com recurso a manobras com cordas e cabos de aço como rapel, slide, pontes e similares)
Atividades de observação da natureza (rotas geológicas, observação de aves, observação de cetáceos e similares)
Atividades de orientação (percursos, <i>geocaching</i> , caças ao tesouros e similares)
Atividades de sobrevivência
Atividades de <i>teambuilding</i> (quando incluam atividades de turismo de ar livre)
Caminhadas e outras atividades pedestres
Escalada em parede natural e em parede artificial
Espeleologia
Jogos populares e tradicionais
Montanhismo
<i>Paintball</i> , tiro com arco, besta, zarabatana, carabina de pressão de ar e similares
Passeios e atividades em bicicleta (BTT e cicloturismo), em <i>segway</i> e similares
Passeios e atividades equestres, em atrelagens de tração animal e similares
Passeios em todo o terreno (moto, moto4 e viaturas 4x4, <i>kartcross</i> e similares)
AÉREAS
Balonismo, asa delta com e sem motor, parapente e similares
Experiências de paraquedismo

Fonte: Elaboração própria

6.5 Síntese e conclusões

Neste capítulo foi caracterizada a região em estudo, nomeadamente no que diz respeito às suas particularidades, que a tornam num destino com grandes potencialidades turísticas e com possibilidade de um forte crescimento. A Região de Aveiro tem uma localização privilegiada, aliando a forte disponibilização de recursos naturais com a possibilidade de se conjugar a serra e o mar nos diferentes produtos oferecidos aos turistas. Estas características fazem da região um excelente destino turístico.

A região de Aveiro é uma região privilegiada visto que promove quase todos os produtos turísticos propostos pelo PENT, concluindo-se que a região é um destino com um leque variado de propostas e de ofertas turísticas para que assim seja mais simples de atrair diferentes públicos, com diferentes gostos e necessidades. É de

notar que é uma região que está a crescer turisticamente, com a aposta em atividades diferentes e que conferem a esta região um potencial turístico muito forte.

Numa primeira análise conclui-se que existem empresas que oferecem uma variedade enorme de atividades de turismo, no entanto, após uma análise mais profunda, percebe-se que as empresas oferecem somente algumas atividades das que estão registadas no RNAAT. Estas foram categorizadas em atividades aquáticas, atividades terrestres e atividades aéreas.

Capítulo 7 – Análise e discussão dos resultados

7.1 Introdução

Um dos objetivos definidos para este estudo é a caracterização da oferta turística relativa ao turismo desportivo da região costeira de Aveiro, no que concerne aos agentes de animação turística. Neste capítulo são apresentados e analisados os dados que foram recolhidos durante a realização das entrevistas aos responsáveis das empresas que oferecem atividades de turismo desportivo, centrando-se a análise nas seguintes categorias: empresa, destino e sustentabilidade.

7.2 Análise e discussão dos dados

Os dados recolhidos foram analisados através de uma análise de conteúdo, onde as categorias definidas foram:

- empresa, tendo sido estudados os seguintes elementos: (i) caracterização geral (localização, data de criação, período de funcionamento, atividades desenvolvidas, local de realização das atividades e eventos); (ii) perfil do visitante; e (iii) recursos humanos (número de trabalhadores, formação e função dos colaboradores, línguas disponíveis na empresa e ainda o tipo de formação dada aos trabalhadores);
- destino, tendo sido analisadas as potencialidades e as limitações para a empresa desenvolver atividades e, ainda, se existe alguma atividade identificadora do destino, ou seja, se alguma atividade praticada pela empresa pode tornar o destino referência nessa mesma atividade (na atualidade ou pensada com base no futuro);
- sustentabilidade, na qual, após uma questão inicial sobre a preocupação da empresa relativamente à sustentabilidade, faz-se um estudo mais aprofundado da sustentabilidade da atuação da empresa ao nível de cinco dimensões – económica, sociocultural, ambiental, política/institucional e tecnológica – que incluem diferentes indicadores também usados nesta análise.

Por fim, existem duas questões finais que pretendem identificar a opinião dos entrevistados no que concerne ao estado da região em relação ao turismo desportivo e se existem sugestões ou propostas para o desenvolvimento sustentável do destino.

Após a primeira análise das entrevistas, de carácter mais descritivo, foi feita uma análise mais aprofundada da categoria relativa à sustentabilidade, com base nos indicadores previamente definidos e em toda a informação fornecida pelos entrevistados.

7.2.1 Empresas

(i) Caracterização geral

As empresas estudadas localizam-se em apenas alguns dos concelhos que foram selecionados para fazer este estudo, pois as que aceitaram colaborar neste projeto estão somente localizadas nos concelhos de Albergaria-a-Velha, Aveiro, Ílhavo, Ovar, Sever do Vouga e Ílhavo. Apesar de Águeda, Estarreja e Murtosa terem empresas que foram contactadas para este estudo, não foi possível realizar a entrevista, pois as empresas não estavam disponíveis para colaborar. Como já foi explicado anteriormente, o concelho de Oliveira do Bairro foi colocado de parte, pois nenhuma empresa das selecionadas se situa neste concelho nem realiza atividades lá, e Anadia é o único concelho que não corresponde aos critérios de seleção das empresas.

É importante realçar que somente três empresas foram criadas há mais de dez anos (quadro 7). Isto sugere que a importância e o interesse por criar e desenvolver novas empresas na área do turismo, e em especial empresas que ofereçam atividades de turismo desportivo, está a aumentar cada vez mais. Nem todas estas empresas estão abertas a tempo inteiro, o que significa que algumas oferecem as atividades somente quando há pedidos por parte dos clientes, sendo que apesar de estarem sempre disponíveis para desenvolver as atividades, não têm um local específico para manter a empresa sempre com a porta aberta. As atividades disponibilizadas por estas empresas normalmente são realizadas no concelho em que a empresa se localiza. No entanto, quase todas as empresas estão disponíveis para realizar as atividades em outros locais a pedido dos clientes.

São várias e bastante diversas as atividades oferecidas por estas empresas, o que mostra a grande variedade existente nesta região. É difícil categorizar as atividades, no entanto, é fácil de perceber que estas se dividem em aquáticas, terrestres e aéreas, sendo realizadas normalmente ao ar livre, existindo, contudo, algumas atividades que podem ser realizadas em espaços interiores.

Quadro 7 – Caracterização geral das empresas entrevistadas

CALIZAÇÃO	DATA DE CRIAÇÃO	ATIVIDADES	EVENTOS	LOCAL (atividades)	FUNME
argaria-a-Velha	2008	turismo equestre; <i>paintball</i> ; caminhadas	Não	Carvoeiro	In
aver de Vouga	2006	desporto e aventura; canoagem; <i>team building</i> ; <i>paintball</i> ; escalada; <i>rappe</i> ; <i>slide</i> ; dinâmicas de grupo; <i>canyoning</i> ; subcontratação: <i>stand up paddle</i>	Com associações	Interior e Rio Vouga	Va
Ovar	1999	<i>bowling</i> e <i>karting</i>	<i>Open</i> internacional	Ovar	In
aver do Vouga	2010	desporto de aventura e organização de atividades desportivas: BTT e cordas; canoagem; caminhadas aquáticas; formação	Com parcerias	Concelho de Sever do Vouga e Ria de Aveiro	In
Aveiro	2013	passeios em carrinhas de 9 lugares; passeios pedestres; <i>transfers</i>	Não	Região Centro	Va
Aveiro	2013	produção de pranchas de sup ecológicas; atividades de <i>outdoor</i> : passeios, batismos, atividades com escolas	Com parcerias	Aveiro e Costa Nova	In
Ovar	2014	<i>surf</i> , <i>kayak</i> , parceria com ginásio, corridas, <i>paddle surf</i> , <i>bird watching</i>	Fim de semana <i>zen</i>	De São Jacinto a Matosinhos	In

Quadro 7 – Caracterização geral das empresas entrevistadas (cont.)

LOCALIZAÇÃO	DATA DE CRIAÇÃO	ATIVIDADES	EVENTOS	LOCAL (atividades)	FUNÇÃO
Vagos		<i>kayak; paintball</i> ; balão de ar quente; viagens a cavalo; campos de férias; atividades para seniores	Não	Vagos	Ir
Aveiro	2010	ensino desportivo e recreativo; venda e manutenção de equipamentos desportivos; mergulho; enchimento de garrafas; aluguer de equipamento	Dia da limpeza	Aveiro	Ir
Ílhavo	2013	<i>canyoning; paintball</i> ; caminhadas e <i>trekking</i> ; escalada; <i>rappe</i> ; cordas; roteiros culturais; tiro com arco; besta; zarabatana; <i>paintball 4 kids</i> ; caminhada aquática; <i>teambuilding; biketour</i> ; orientação	Não	Ílhavo; Rio Vouga	Ve
Sever do Vouga	2014	café; atividades culturais; atividades desportivas (bicicletas; caminhadas); atividades de lazer	Sempre que possível	Paradela	Ir
Aveiro	2014	atividades ao ar livre – passeios pedestre em ambiente urbano	Não	Região Centro	Ve
Ílhavo	1997	ensino dos desportos: <i>windsurf, kitesurf</i> , vela; <i>kayak</i> ; sup; atividades regulares; alugueres de equipamentos; eventos; guarda de material; passeios/tours; venda equipamentos; reparações	Corrida náutica da Costa Nova (sup e kayak)	Costa Nova	Ve
Ovar	2014	desportos radicais - <i>jet sky</i> ; pranchas; ...	Não	Praia do Areinho - Ovar	Ir
Sever do Vouga	1997	canoagem rio e mar; outras no campo do desporto de aventura	Descida noturna do Rio Vouga e travessia em kayak Peniche - Berlengas	Sever do Vouga	Ve

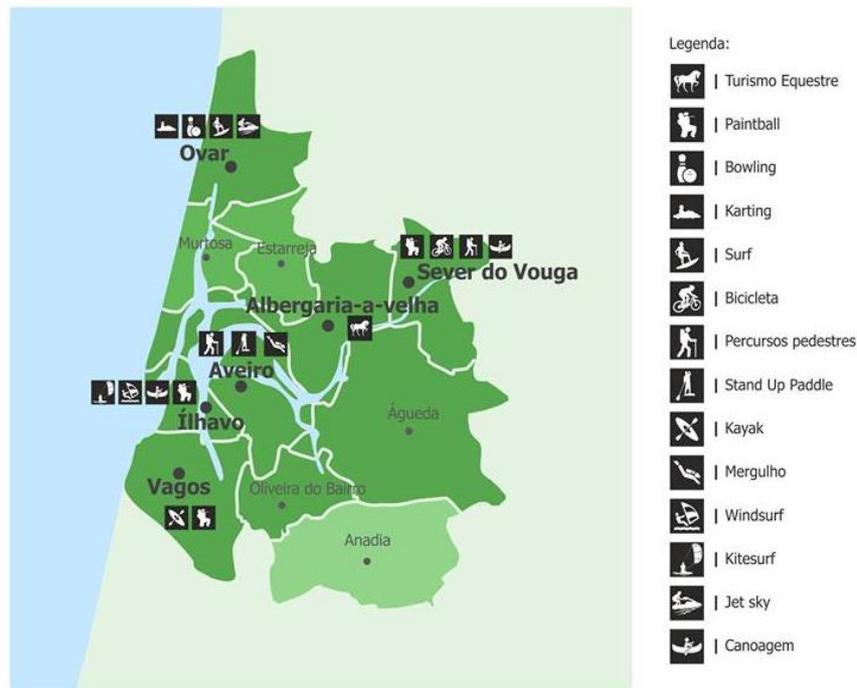


Figura 4 – Localização das atividades no âmbito do turismo desportivo oferecidas pelas empresas entrevistadas

Como se pode verificar na figura 4, as atividades principais oferecidas pelas empresas são: turismo equestre, *paintball*, *bowling*, *karting*, *surf*, bicicleta, passeios pedestres, *stand up paddle*, *kayak*, mergulho, *windsurf*, *kitesurf*, *jet sky*, e canoagem. No entanto, as empresas geralmente oferecem também diferentes atividades, como *teambuilding*, balão de ar quente, *canyoning*, caminhadas aquáticas, cordas, *rappel* e escalada, entre outras. Há uma diversidade enorme de atividades, o que demonstra o grande potencial deste setor.

Os eventos são, sem dúvida, uma parte integrante das atividades de turismo desportivo, quer os turistas sejam participantes ou meramente espetadores. Embora seja um tipo de atividade que envolva, geralmente, muita gente, a aposta neste âmbito, por parte das empresas estudadas, ainda é baixa. No entanto, quando acontecem, estes eventos são geralmente realizados em parceria, entre empresas deste setor e de outros setores.

(ii) Perfil do visitante

Embora o perfil do visitante seja um aspeto pertinente, poucas empresas fornecem informações neste âmbito, talvez também porque nas mais recentes ainda seja difícil ter esta definição do perfil. No que concerne ao perfil é importante analisar três aspetos: a nacionalidade do mercado (nacional ou internacional), a faixa etária e o tipo de organização para participar na atividade (Quadro 8).

Quadro 8 – Perfil dos visitantes

	MERCADO	FAIXA ETÁRIA	TIPO DE ORGANIZAÇÃO
1	nacional (com desejo de explorar o internacional)	1ª vez: pessoas sem experiência Grupos: 35-40 anos	Individual ou em grupo
2	n.d.	n.d.	Grupos (despedidas de solteiro, aniversários), empresas, em individual ou grupo
3	n.d.	Qualquer idade	Individual, famílias, grupos
4	Nacional, com aumento do mercado internacional	18-50 anos	n.d.
5	Mais internacional do que nacional		famílias, pequenos grupos
6	n.d.	25-45 anos	n.d.
7	n.d.	20-50 anos	n.d.
8	n.d.	Para todas as idades	n.d.
9	n.d.	n.d.	Individual ou em grupo
10	n.d.	Essencialmente jovens	Grupos organizados, empresas
11	Nacional e internacional	Alargada	n.d.
12	n.d.	n.d.	Entidades e organizações públicas e privadas; particulares, eventos familiares
13	Nacional	n.d.	Grupos, empresas, escolas
14	n.d.	Crianças, pessoas de 30, 40, 50 e até 70 anos	Individual ou em grupo
15	n.d.	Para todas as idades	Grupos de amigos, empresas, escolas, escuteiros, famílias

Fazendo uma abordagem global às respostas das empresas: o mercado tanto é nacional como internacional. No entanto, algumas empresas querem obter uma quota ainda maior no mercado internacional.

A faixa etária é variável nas diferentes empresas, embora os participantes tenham, geralmente, entre 20 e 50 anos, pelo que se conclui que este tipo de atividades, embora muitas delas tenham algum risco, são facilmente oferecidas a uma larga faixa etária.

Por fim, no que respeita ao tipo de organização para participar nas atividades, é possível verificar que as empresas organizam as atividades, maioritariamente, para grupos, apesar de algumas atividades poderem ser realizadas individualmente. Os grupos a que se destinam as atividades, tanto abrangem grupos de empresas, como famílias, grupos escolares, grupos de escuteiros, grupos de amigos e, pelo menos uma empresa, menciona a organização de despedidas de solteiro e de aniversários.

(iii) Recursos humanos

A atividade de quase todas as empresas analisadas é assegurada por, apenas, uma ou duas pessoas (Quadro 9), que normalmente são os gerentes da empresa, havendo a colaboração de uma ou duas pessoas, ou mais, caso seja necessário em alguma atividade em particular. No entanto, muitos destes colaboradores geralmente são chamados somente quando é necessário. Existem, ainda, empresas de maior dimensão e dinamismo, e com um maior reconhecimento a nível nacional e internacional, que realizam já atividades mais notórias, que necessitam sempre de mais colaboradores, principalmente na época alta, ou em alturas específicas ao longo do ano.

Existe a preferência, por parte das empresas, em terem colaboradores que sejam oriundos da região, ou seja, que sejam colaboradores locais, o que se justifica por estes terem mais conhecimento do local, da história, da cultura, da tradição e uma maior facilidade em colaborar nas atividades que sejam realizadas nos próprios locais, como se pode verificar com algumas citações das próprias empresas: “[...] mas o objetivo é sempre [contratar] pessoas que conhecem a zona, para também darem a sua experiência pessoal e acrescentarem um pouco mais daquelas curiosidades históricas engraçadas à visita, e é isso que torna as coisas diferentes do resto” (E5); “Normalmente procuramos colaboradores regionais, porque conhecem as zonas” (E8); “Sim, gente da terra conhece melhor a terra!” (E9); “Todos conhecem a região e podem transmitir aos clientes as suas experiências” (E15).

Quadro 9 – Recursos humanos

	Nº DE TRABALHADORES	FORMAÇÃO	LÍNGUAS	FORMAÇÃO DOS COLABORADORES
1	2 pessoas + 1 colaborador	Turismo equestre	inglês, espanhol	Formação dada pela empresa
2	1 + 2/3 colaboradores	n.d.	inglês, espanhol	Formação feita com o responsável
3	época baixa - 9 época alta - 12/14	n.d.	muitas línguas	Formação dada pela empresa e no estrangeiro
4	3 + 1 colaborador (tempo inteiro) + lista de monitores	Desporto e educação física; Comunicação; Turismo	n.d.	Formação dada pela empresa
5	1 + colaboradores (quando necessário)	Bioquímica	inglês, francês e espanhol	Formação dada pela empresa
6	2	Engenharia de cerâmica e vidro; Engenharia de química alimentar	inglês, espanhol e alemão	n.d.
7	2	Publicidade e marketing; Técnico informático	inglês e espanhol	n.d.
8	4 + colaboradores (quando necessário)	Marketing; Técnicos de turismo	inglês, espanhol e francês	Formação dada pela empresa
9	n.d.	Nível superior em diferentes áreas. Todos instrutores de mergulho.	inglês, espanhol, italiano e alemão	Formação dada pela empresa e externa
10	1 + colaboradores (quando necessário)	Educação física	inglês e espanhol	Formação dada pela empresa
11	1 + colaboradores (quando necessário)	Profissional de turismo ambiental	n.d.	Formação dada pela empresa
12	1 + colaboradores (quando necessário)	n.d.	inglês, espanhol e francês	Teórica na fase inicial com parte prática; encontros formativos complementares
13	n.d.	n.d.	inglês e espanhol	Formação dada pela empresa
14	1 + 2/3 colaboradores	Piloto de Jet sky	n.d.	n.d.
15	n.d.	n.d.	inglês, espanhol e francês	Formação dada pela empresa

É curioso analisar que, nas empresas que oferecem atividades de turismo desportivo, existe pouca formação na área de turismo e na área de desporto, sendo que os próprios responsáveis pelas empresas e os colaboradores são formados em variadíssimas áreas e, geralmente, têm somente formação específica nas áreas necessárias para a empresa desenvolver a sua atividade. Normalmente, os responsáveis da empresa têm a

preocupação de chamar colaboradores que tenham algum tipo de formação na área de turismo, o que já denota a atribuição de alguma importância à formação neste domínio.

Quase todas as empresas têm bastantes competências em línguas, sendo as línguas mais faladas pelos empregados o inglês e o espanhol. Quase todas estas empresas consideram essencial a formação dada aos colaboradores, sendo que esta geralmente é feita pela própria empresa ou então os colaboradores acompanham os responsáveis pela empresa a formações no exterior. Além de formações específicas, relacionadas com as atividades de turismo desportivo que a empresa oferece, os colaboradores recebem também formação em línguas, segurança, comunicação, entre outras.

7.2.2 Destino

(i) Potencialidades

A região em estudo é um destino com diversas potencialidades ainda por explorar – “Aqui existe muito potencial, mas pouco explorado basicamente” (E1) –, e muitas das potencialidades estão ainda por identificar, o que faz com que este seja um destino com um elevado potencial de crescimento turístico.

Existe uma grande diversidade natural, refletida nas paisagens típicas de uma área costeira, de fácil acesso ao sol e mar, mas também com áreas de serra – “Não só pela ria, pelo mar, mas também por esta parte mais interior que oferece coisas que ninguém mais oferece” (E2) –, onde são encontradas as cascatas e ribeiras, além da existência da Ria de Aveiro e do Rio Vouga, e são realizadas a maior parte das atividades identificadas.

A ecopista é uma atração em grande crescimento que, no entanto, é ainda pouco conhecida e explorada, o que se pode confirmar pelo discurso de E11, quando diz que “tem imensas [potencialidades] porque a pista é sempre uma mais-valia”. A qualidade gastronómica – tanto o peixe na zona mais litoral como a carne na zona mais interior – e a facilidade de acessos que existe na região são outras mais-valias. Todas as potencialidades referidas anteriormente levam a que a região em estudo seja um destino com um futuro e um desafio turístico muito interessantes pois, como também menciona E13, este destino “mantém ainda uma grande identidade própria”. Ainda assim, E5 refere que “Existe mais potencialidade no interior do distrito do que propriamente aqui na cidade pois, como as pessoas aqui estão mais abertas à criação de negócios [...], Aveiro centro

começa a estar saturado”, percebendo-se que, apesar de já existir alguma dinâmica no interior da região, esta é ainda uma área com grandes potencialidades e uma zona com muito por descobrir e desenvolver.

Esta região possui condições excelentes para o desenvolvimento de diferentes atividades que constituem uma mais-valia. As condições ou benefícios desta região são todas as que foram referenciadas em cima como potencialidades, principalmente a natureza – ainda relativamente preservada e pouco adulterada pelo Homem, o que traz um valor intrínseco ainda mais notório e leva assim à qualidade deste destino e das atividades aí desenvolvidas –, a gastronomia, alguns pontos de interesse cultural e paisagístico, e ainda, a facilidade em acessos que este destino tem. No entanto, existem também algumas condições que impossibilitam o crescimento destas mesmas atividades.

(ii) Limitações

Existem também, efetivamente, algumas limitações que dificultam o desenvolvimento das diferentes atividades e empresas, podendo concluir-se que a maioria destas limitações são causadas por decisões das pessoas, o que leva a pensar que, muitas vezes, este tipo de atividades não é desenvolvido devido às decisões menos refletidas ou menos sensatas de quem as tem de tomar.

Além das condições climáticas, das condições do terreno e da construção de barragens que prejudicam as atividades, todas as outras limitações encontradas estão relacionadas com o que é possível ou não fazer, por parte das entidades que intervêm no desenvolvimento das atividades (e.g., Câmaras Municipais, Juntas de Freguesia, Entidades Regionais de Turismo, entre outras). Estas entidades, embora estejam disponíveis a ouvir as ideias das empresas, muitas vezes criam problemas desnecessários e que provocam o atraso nas atividades ou, em alguns casos, o não desenvolvimento das mesmas.

As limitações estão relacionadas, essencialmente, com a falta de entendimento entre as diferentes empresas e entidades envolvidas, com o controlo da publicidade das empresas por parte dos municípios – “Nós não temos placas, não conseguimos fazer *outdoors*, não temos placas de indicação, não é possível colocar placas de indicação. Não é possível. O município não autorizou.” (E3) – e com a falta de esforço para maximizar e potenciar as empresas locais, levando assim a entender muitas vezes a falta de vontade das

entidades oficiais, bem como a falta de condições para as atividades: “parece que há um travamento, há assim qualquer coisa que trava o desenvolvimento deste tipo de iniciativas” (E3).

Um caso muito específico, é a legislação para os canais urbanos da Ria de Aveiro que só permite a passagem de moliceiros nestes canais principais, o que faz com que a oferta nestes espaços seja bastante limitativa e não seja passível de ser complementada com outro tipo de atividades diferenciadoras e que podiam trazer uma mais-valia para esta região em estudo: “[...] mas só deixam andar moliceiros nos canais abertos o que limita a atração turística [...] é bonito, acho que é algo a explorar, acho que não devia ser a única coisa na Ria porque há diferentes turistas, diferentes tipos de pessoas que procuram diferentes atividades e devia haver oferta nesse sentido [...]” (E6). No entanto, não é só nos canais urbanos da Ria de Aveiro que existem problemas, fazendo E13 referência a vários canais que existem em diversos locais da Ria e que condicionam as próprias atividades da empresa: “no caso da Ria, a diminuição da sua área navegável, por três motivos: aquaculturas, assoreamento, construção e ocupação de leitos da ria”.

(iii) Atividade identificadora

É óbvio que as empresas que desenvolvem este tipo de atividades de turismo desportivo lutam para que as suas atividades sejam diferenciadoras do destino, reconhecidas e cada vez mais procuradas. No entanto, algumas atividades são referenciadas com maior destaque, como é o caso das seguintes:

- atividades náuticas
 - *surf* – “o surf é o desporto que está a meter o mundo em Portugal” (E7);
 - atividades no Rio Vouga – “as descidas do rio Vouga” (E15);
 - canoagem – “não é por ser amante da canoagem que quero tornar esta atividade diferenciadora, no entanto é uma das atividades que mais potencial tem para tornar conhecido este destino” (E10);
 - *stand up paddle* – “nós costumamos dizer que Aveiro é a capital do *stand up paddle* português” (E6);
- turismo equestre, apostando-se neste tipo de turismo, entre outros motivos, pelas condições excelentes que esta região em estudo oferece: “é nesse sentido que estamos a trabalhar, por isso é que nos especializámos em turismo equestre, até porque este em Portugal está fraco em crescimento” (E1).

É de notar o interesse por parte das empresas para diferenciar a região através da criação e organização de eventos que a tornem conhecida e cada vez mais atraente com a realização de diferentes atividades características: “[...] estudarmos a possibilidade de fazer uma semana de atividades lá, como se faz em festivais de música, fins-de-semana, [...] porque não fazer um fim-de-semana de atividades?” (E2); “estamos a pensar levar a cabo um evento com a primeira edição no próximo ano, e queríamos ver se conseguíamos diferenciar a zona [...], um evento que possa vir a ganhar destaque” (E4).

7.2.3 Sustentabilidade

A sustentabilidade é um desafio constante para todas as empresas, tanto para o seu crescimento como para o desenvolvimento dos destinos onde operam. Embora a preocupação ambiental seja a mais falada e trabalhada, existem outras dimensões que permitem avaliar a sustentabilidade. Todas estas empresas têm a preocupação de tornar as atividades o mais sustentáveis possível, como podemos verificar a seguir, ao analisar os diferentes indicadores.

(i) Económica

Leakages e linkages

É interessante perceber que, das empresas em estudo, a maior parte dos sócios/gerentes são da região, apenas um sendo de fora da região. Este facto é um ponto favorável para o desenvolvimento destas empresas, pois estes têm um maior conhecimento da região em causa, podendo assim desenvolver diferentes tipos de atividades e contactos.

Em termos de fornecedores, existe sempre a preferência para que estes sejam locais, para que seja possível criar uma ligação entre as diferentes empresas e fornecedores da mesma região e assim dinamizar a economia local: “Sempre que temos alguém da localidade, damos sempre preferência aos da localidade” (E3); “Em termos de fornecimento (alojamento, restauração) é por aqui” (E4); “Sempre que possível, [...], tento sempre trabalhar com pessoas que sejam de cá (E11). No entanto, nem sempre é possível: “fornecedores são estrangeiros [...], infelizmente não temos esse tipo de oferta cá” (E6); “Nos serviços, locais. Na mercadoria, principalmente de fora” (E9). De uma

forma geral, os fornecedores dos setores de alojamento e de restauração são locais, no entanto os de equipamentos/materiais são de fora da região, pois normalmente não existem na região.

Emprego

As ligações entre agentes da região são também particularmente importantes pois geram emprego onde as empresas se localizam. O número de trabalhadores das empresas, em quase todas, tem-se mantido o mesmo. No entanto, é sentida a necessidade de aumentar o número de colaboradores, principalmente na época alta: “e depois há uma lista de monitores que vamos chamando e rodando consoante a dimensão das atividades e a necessidade” (E4); “estamos a pensar nesta época alta arranjar alguém” (E6); “Vamos ter uma estagiária, que vai fazer o estágio em turismo aqui” (E7); “Inicialmente era só o gerente e para já somos quatro, e o objetivo é aumentar mais a lista de colaboradores” (E8).

Sazonalidade

A sazonalidade é um problema que afeta e prejudica todas as empresas locais, pois além do número de turistas variar muito entre a época baixa e a época alta, quase todas as atividades oferecidas por estas empresas são aquáticas ou, então, ao ar livre, o que faz com que não possam ser realizadas em tempo chuvoso, por exemplo.

No entanto, as empresas procuram sempre contornar o problema da sazonalidade com a oferta de outro tipo de atividades para que a empresa possa continuar a ser sustentável. São exemplos as atividades em casamentos, usufruindo de recursos internos; atividades que possam ser realizadas em espaços interiores – aquáticas e *paintball* –; organização de eventos; e formações: “Estou a negociar um pavilhão [...]” (E2); “Estas formações, o que nos vai ajudando a quebrar esta sazonalidade ao longo do ano [...], mas mais dinâmicas de grupo e outra em zonas *indoor*” (E4).

No entanto, as promoções, as vendas em datas específicas (Natal, Páscoa), as campanhas e os *vouchers* são também uma forma de as empresas evitarem a sazonalidade e poderem continuar a oferecer diferentes atividades aos turistas durante o ano inteiro: “O objetivo é participar nestas atividades que são feitas por outras entidades,

por congressos, feiras [...] ou então começar a desenvolver programas de inverno” (E5); “Redução de preços e promoções na época baixa, *vouchers*” (E13).

(ii) Ambiental

Gestão ambiental (recursos)

No âmbito geral, as atividades oferecidas por estas empresas não causam impacto nos recursos, pois as empresas têm bastante preocupação com a realização das mesmas, sendo a gestão ambiental um dos maiores cuidados que as empresas apresentam. Em algumas atividades é imposto um limite de participantes, mais devido à segurança, mas também para evitar grandes distúrbios nos locais das atividades e nos próprios recursos: “[...] e algumas atividades há limites máximos de pessoas para as atividades para evitar a degradação dos trilhos, das ribeiras entre outras, tentamos também fazer algumas operações de limpeza.” (E4); “[...] implementação das atividades sem impactes extraordinários nos diferentes recursos” e “[...] limite ao número de participantes por atividade.” (E12); “[...] tem uma fauna e uma flora riquíssima e então deixamos os cavalos à parte, não deixando assim que eles se dirijam para o meio conosco.” (E1). A preocupação em certificar a empresa ao nível ambiental é também mostrada: “[...] a tratar do processo de certificação pela ISO 14001” (E8).

Reciclagem e reutilização

Apesar de ser um tema bastante atual, nem sempre é uma prática feita por todas as pessoas. No entanto, é de valorizar a importância que é dada pelas empresas analisadas à reciclagem e à reutilização: “Nós reciclamos os óleos que utilizamos nos *kartings*” (E3); “[...] trabalhamos com fibras naturais, com resinas que são feitas à base do aproveitamento de resíduos industriais” (E6); “guardo tudo o que é lixo, que é para depois ser feito o artesanato, e tenho a separação do lixo” (E11).

Gestão da poluição

A poluição é um dos fatores que mais prejudica o ambiente, e por isso é necessário que seja tida em conta quando as diferentes atividades são realizadas. As empresas analisadas tornam esta questão mais simples e fácil de minimizar, uma vez que prestam atenção aos materiais utilizados: “as bolas de *paintball* que usamos são biodegradáveis”

(E10); “as nossas máquinas utilizam combustíveis biodegradáveis e há severas inspeções” (E14).

O lixo é também uma preocupação apontada pelas empresas, pois: “Tentamos até contribuir sempre que damos um passeio e vemos algum lixo, incentivamos as pessoas a trazer o lixo na prancha de volta” (E6); “Eu gostava que as pessoas apanhassem todo o lixo que fazem, [...], quem passeia o cão devia levar o saco, e apanhar a garrafa de água que deixa e o papel do gelado, e não vejo desculpa para não o fazer. Um pouco mais de educação, e podemos fazer chegar isso às pessoas, fazendo *posts* no Facebook, já tenho deixado aqui uns papéis informativos, são coisas que demoram, tudo o que traduz uma alteração de comportamento demora muito. Tento que isso aconteça, mas é quase impossível.” (E11). As empresas têm, portanto, o cuidado de incentivar, partilhar esta informação e de organizar atividades para minimizar este problema: “[...] realização de atividades eco, ou seja, atividades com objetivo de limpar o rio” (E5).

É possível concluir que, apesar da preocupação constante com os impactos nos recursos, estes nem sempre são fáceis de evitar e controlar, pois o número de pessoas que passa, por exemplo, num trilho pedestre, é elevado, o que pode levar à degradação dia após dia do local.

(iii) Sociocultural

Envolvimento da comunidade

A interação com a comunidade local é, sem dúvida, um valor acrescentado à oferta turística, e muitas das empresas justificam a relevância desse facto afirmando que é sempre importante criar uma relação entre todas os intervenientes nas atividades, onde a comunidade local está incluída.

Este tipo de interação passa pela integração dos residentes nas diferentes atividades: “acontece basicamente trabalharmos com associações aqui da zona, temos muitas parcerias com associações às quais não cobramos nada diretamente” (E1); Aqui há duas ou três associações, uma delas é daquelas dos miúdos adolescentes mais desfavorecidos. [...] nós promovemos uma ação com esses miúdos, para eles participarem connosco. (E2); “Integramos sempre que possível artesãos, historiadores, grupos etnográficos [...]” (E12) e “Sim, os barqueiros do Vouga” (E15). Este envolvimento

faz com que os próprios residentes fiquem motivados e colaborem também no desenvolvimento das diferentes atividades.

Quase todas as empresas têm preferência por colaboradores e fornecedores locais. No entanto, neste último caso, tal como já mencionado, nem sempre é possível pois muitas vezes os fornecedores não existem nas localidades. O facto de os colaboradores serem locais faz com que estes tenham um conhecimento mais aprofundado das zonas, transmitindo também mais facilmente as suas experiências, o que leva a que os laços com os diferentes turistas sejam mais facilmente criados.

Promoção de atividades locais

Das empresas estudadas que realizam atividades na região em estudo, existe então bastante interação das empresas com as comunidades locais, tanto em termos de parcerias como na realização de atividades para os residentes. O facto de muitas das atividades serem de pequena dimensão e realizadas no próprio local da empresa faz com que a interação com a comunidade seja ainda maior e a própria empresa promova atividades para os locais.

Temos uma parceria com uma associação local, que também é uma associação para a promoção de património e do concelho, e eles também fazem muitas atividades em que muitos residentes deles recorrem às atividades de animação turística, de desporto de aventura. (E4)

Nós temos um passeio que é até Sever de Vouga, [...] fazemos atividades com as pessoas da aldeia de Couto Esteves, [...], fazemos a apanha do mirtilo com prova de produtos tradicionais e regionais, [...] podemos fazer o pão no forno a lenha, as pessoas amassam o pão, e depois provam o pão no forno a lenha, podem mungir uma vaca também. (E5)

Estamos a planear, nos eventos locais termos algumas atividades disponíveis [...] e assim ajuda a conhecer a região. (E8)

[...] integração em projetos de valorização patrimonial local e presença em circuitos de promoção comercial do pequeno comércio de Aveiro. (E12).

Promoção cultural

A promoção cultural é um benefício para as empresas, no entanto, a comunidade local e o próprio destino também tiram mais-valias, pois muitas das vezes passam a ser reconhecidos e mais valorizados. As empresas dos destinos têm um papel bastante importante neste tipo de promoção, e as empresas analisadas contribuem para isso:

Imaginemos que há um presidente que é um artesão, tentamos promover a visita, e que as pessoas levem algum tipo de artesanato, [...] imaginemos,

como já fizemos algumas vezes, numa aldeia, em que as pessoas ainda saem com o rebanho para o monte, os caminhantes seguirem um pouco e verem como é a vida com essas profissões. (E4)

Sim, enquadrar no aspeto de mostrar o que há, associado a isso volto a referir a zona da Costa Nova porque é o nosso local de eleição para trabalhar em Aveiro, as casas características, as pessoas a apanhar o mexilhão, e nós puxamos um bocado para mostrar isso. (E6)

Sim, embora não seja eu diretamente a organizar isso, porque trabalho com parceiros, mas das últimas caminhadas que tivemos foi ao Museu de Macinhata, temos essa preocupação e passar sempre em pontos turísticos marcantes, [...], mas tentamos sempre que as pessoas visitem, como a ponte, como a cascata da Cabreia, que não saiam daqui, [...], mas depois convido sempre a fazerem uma visita pela vila, para comerem a nossa vitela, para visitarem outros pontos. (E11).

Faz parte da promoção cultural, como já vimos, as empresas promoverem o próprio local. Isto, normalmente, pertence ao código de conduta das empresas, sendo que além de se explicar a atividade que se vai realizar, é sempre enquadrada a zona onde esta é feita, explicando a envolvente, apresentando algumas espécies (de fauna e flora) que existam na zona, divulgando também sempre as atividades turísticas de todo o município, divulgando assim o município: “Sempre que possível fornecemos informação sobre a região e país” (E12).

Todas as empresas têm igualmente código de ética. No entanto, este é sempre intrínseco, com princípios internos entre todos os trabalhadores, baseando-se muitas das vezes na apresentação, na simpatia e também no domínio da língua.

(iv) Política/institucional

Integração de todos os intervenientes

A integração de todos os intervenientes é essencial para que o desenvolvimento sustentável tenha sucesso. Embora estas Pequenas e Médias Empresas (PME) possam dar a sua opinião e comunicar com entidades oficiais, como as câmaras municipais, por vezes não é praticável pois estas entidades nem sempre são muito recetivas e torna-se difícil dialogar com elas: “olhem vamos criar aqui um evento, vamos pedir às pessoas competentes ou que têm aqui alguma ideia na área, para nos juntarmos a nós, e nós fazemos aqui uma tertuliazinha já, meter os pontos na mesa, para criarmos aqui uma coisa. Não, eles primeiro criam e depois chamam-nos, porque a ideia tem de ser deles.” (E2). Este processo torna-se ainda mais difícil com as câmaras de grandes municípios.

No entanto, sempre que possível, estas entidades colaboram mas, muitas vezes, em pequenas coisas: “Dão a voz, dão a facilidade para a utilização dos espaços, [...], ajudam a entrar também noutros municípios” (E8); “Temos parcerias com a câmara, [...] e sempre que é possível trabalhamos juntos, e eles têm sido muito solícitos naquilo que vou propondo, nas ideias, ...” (E11).

Criação de parcerias

Hoje em dia, cada vez é mais importante trabalhar com diferentes parceiros, sendo assim possível evitar gastos desnecessários e assegurar que as diversas empresas cresçam e retirem benefícios. As empresas estudadas têm diversas parcerias criadas, tanto com empresas do mesmo setor – escolas de *surf* e empresas de desporto aventura – mas também com empresas de outros setores – alojamento, restauração –, bem como com associações e entidades públicas – câmaras municipais, juntas de freguesia.

Trabalhamos muito com parcerias, como somos uma pequena empresa achamos essencial trabalhar com parcerias e não criar concorrência. Neste momento trabalhamos mais em parcerias nesta área das atividades. (E6)

[...] um ginásio e a agricultura biológica. (E7)

Empresas de desportos de aventura, [...], e outras empresas de animação que vamos tendo aqui; em termos de alojamento e restauração, temos sempre [...] (E11)

Temos parcerias com a câmara, [...] e sempre que é possível trabalhamos juntos, e eles têm sido muito solícitos naquilo que vou propondo, nas ideias, ... (E11)

[...] parcerias com alojamento, escolas de surf, escolas de línguas, associações. (E13)

É essencial perceber que é necessário criar parcerias e não criar concorrência, diminuindo assim os problemas. Estas parcerias trazem alguns benefícios, tais como melhorar a qualidade da oferta, garantir a existência de clientes com uma maior regularidade, e criar pacotes integrados, possibilitando assim mais serviços.

Poucas são as empresas que têm acesso a financiamento, algumas por opção própria, pois este tipo de financiamento, muitas vezes, tem contrapartidas. Alguns dos financiamentos provêm do Quadro de Referência Estratégica Nacional (QREN) e de alguns concursos promovidos, por exemplo, pela Universidade de Aveiro e pela Câmara de Aveiro.

(v) Tecnológica

A tecnologia é pouco utilizada pelas empresas para as atividades de desporto e ao ar livre, sendo sobretudo utilizada no fabrico dos equipamentos (por exemplo, das pranchas ecológicas), na venda dos produtos e das atividades, e, principalmente, na publicidade e promoção da empresa.

Eficiência energética

A tecnologia é também utilizada, embora ainda em diminuta quantidade, por algumas empresas através da utilização de painéis solares, da substituição de lâmpadas por mais eficientes, e do usufruto de energias renováveis: “De aumentos de eficiência energética para já não [...]. Vamos ter em conta tudo o que seja amigo do ambiente e energias renováveis” (E1); “[...] irmos mudando aquilo que é possível mudar em termos de eficiência energética. Nós temos mudado alguma luminosidade [...].” (E3). Percebe-se, assim, a importância da sustentabilidade para as diferentes empresas.

Monitorização e promoção da informação turística

As empresas sentem necessidade de usufruírem das redes sociais – [...] como atividade local interessa-nos, quando as pessoas vierem cá, saberem que existimos. Focamos muito nas redes sociais para espalhar informação, como Twitter, Instagram, Youtube, Facebook (E6) –, para poderem partilhar as informações, promoverem e comercializarem as suas atividades – “O objetivo é que a venda de todos os produtos seja online” (E6).

Além disso, também as usam para perceberem e estudarem o tipo de pessoas que os visitam, através dos *websites*, aprofundando um pouco mais a pesquisa sobre cada pessoa, ficando assim a perceber também o fluxo de visitas. Este estudo pode ser feito não só através do Facebook, mas também do Google Analytics: “Nós temos um *software* que efetivamente faz o controlo de quem é que visita o site, de onde são os IPs que nos visitam, quais são os países que mais nos visitam” (E6); “Temos o Google analytics ligado ao nosso site, o Facebook também nos dá uma estatística, que têm de ser analisadas para entender o fluxo de visitas por mês” (E8).

7.2.4 Região enquanto destino de turismo desportivo

É de realçar a confiança que é colocada, por parte das diferentes empresas, no desenvolvimento do turismo desportivo nesta região em estudo, sendo que é da opinião de grande parte dos agentes que esta região tem bastante potencial para este tipo de turismo. No entanto, como já foi referido anteriormente, esta região tem ainda muito por explorar e desenvolver.

É também uma região que se encontra com uma oferta mal organizada e pouco definida, podendo ser considerada principiante neste tipo de turismo: “Sinto que a região está ainda atrasada” (E12); “[...] ainda um pouco incipiente, oferta específica mal definida, oferta específica pouco integrada. Falta uma política de oferta integrada dos vários desportos” (E13). No entanto, o espírito das empresas é que a região tem condições para melhorar significativamente o desenvolvimento deste tipo de turismo.

Foram feitas sugestões e algumas propostas para o desenvolvimento sustentável do destino, tais como:

- Criar condições e infraestruturas (casas de banho públicas, alojamento, ...) para as diferentes atividades;
- Educar as pessoas para a questão da sustentabilidade;
- Organizar melhor e diversificar a oferta turística, sendo possível a criação de uma plataforma que reúna todas as informações desta área;
- Integrar os desportos na região, determinando as zonas específicas para a sua prática e apoiando-os;
- Promover a articulação entre as entidades e as empresas públicas e privadas, por exemplo, criando um cronograma com as diferentes atividades, tentando que estas sejam espalhadas ao longo do ano para evitar várias atividades na mesma altura;
- Apostar na divulgação, tanto por parte das empresas, como das grandes entidades gestoras do destino;
- Continuar a apostar em fortes parcerias, podendo assim unir-se todos os esforços;
- Promover e apostar mais em eventos de maior escala;
- Desenvolver esforços para uma maior preocupação ambiental;
- Fortalecer as acessibilidades para a região e dentro da região;

- Delimitar zonas turísticas, podendo cada local promover as suas particularidades, evitando assim que todos os locais ofereçam a totalidade das opções, e criando diferentes locais com características próprias específicas.

7.3 Síntese e conclusões

Neste capítulo foram apresentados os dados resultantes da entrevista realizada, através de uma análise de conteúdo. Embora o estudo incluía somente 15 empresas, foram retirados, através desta análise, dados importantes e relevantes para o seu desenvolvimento.

É de notar uma grande preocupação por parte das diferentes empresas para uma questão muito pertinente como é a sustentabilidade. Embora as atividades estudadas não requeiram, geralmente, a utilização de muitos recursos para o seu desenvolvimento, sendo que não provocam grandes impactes nem estragos, as empresas continuam preocupadas e colocam a sustentabilidade como um dos seus objetivos principais. O facto de utilizarem tintas biodegradáveis para o *paintball* e combustíveis biodegradáveis para os karts, de integrarem a comunidade local nas diferentes tarefas existentes, de envolverem todos os intervenientes no desenrolar das atividades, de criarem parcerias com diferentes setores e de promoverem a educação ambiental / de darem um incentivo às pessoas para a limpeza dos espaços, são alguns dos exemplos que mostram a importância que é dada à sustentabilidade.

Pode concluir-se que as empresas, por vezes, sem saberem da existência das dimensões e indicadores de sustentabilidade, têm tendência a trabalhar em todos os pontos essenciais para desenvolverem um destino, rumando sempre num caminho comum, com base em parcerias e no desenvolvimento sustentável.

A opinião de grande parte dos entrevistados em relação ao turismo desportivo na região é de que há grandes potencialidades para criar novas e diferentes atividades, no entanto existe uma grande falta de articulação e comunicação por parte das entidades que definem as políticas de turismo com as diferentes empresas, o que faz perceber que estes órgãos são importantes para o desenvolvimento das atividades e da região.

A enumeração de algumas propostas ou sugestões por parte das empresas, para que seja possível responder à problemática do desenvolvimento sustentável, leva a perceber que existem algumas atitudes ou ideias que facilmente podem ser postas em prática para que seja possível, de uma forma sustentável, desenvolver o destino com base no turismo desportivo.

Capítulo 8 – Conclusões finais

8.1 Conclusões

Com esta dissertação foi possível abordar tópicos bastante importantes, recorrendo à literatura, para conseguir descobrir o papel do turismo desportivo no desenvolvimento sustentável das áreas costeiras, neste caso, a região de Aveiro, através do estudo empírico realizado.

Os conceitos de lazer, recreio e desporto, turismo desportivo, áreas costeiras e, ainda, desenvolvimento sustentável foram essenciais para o desenrolar do estudo. Todos estes conceitos estão em constante mudança e evolução e, além disso, são vários os autores que estudam estes temas, o que torna ainda mais complicado chegar a uma definição universal.

O facto de os conceitos de lazer, recreio e desporto estarem relacionados faz com que seja difícil perceber os seus limites, o mesmo acontecendo com o recreio e o desporto. No entanto, abordando o lazer na perspetiva do tempo que a pessoa tem após cumprir as suas obrigações familiares e de trabalho, e o recreio como as atividades desenvolvidas durante o lazer, inclui-se o desporto como uma das atividades possíveis de realizar durante o tempo de lazer, sendo então um tipo de atividade de recreio.

Devido ao facto de o tempo de lazer ser cada vez mais diminuto e as pessoas adotarem um estilo de vida cada vez mais sedentário, há a necessidade de se usufruir do recreio da melhor forma possível. Na tentativa de se combater o sedentarismo, potenciou-se a procura por atividades desportivas diferentes e mais dinâmicas. Nesse contexto surge o conceito de turismo desportivo, que alia o turismo à prática de atividade física e à participação, enquanto atleta ou espetador, nos eventos.

As áreas costeiras são áreas muito apetecíveis para o recreio, nomeadamente para a prática de algumas atividades desportivas. São, no entanto, espaços frágeis, em constante mudança, e cujas características divergem de destino para destino. Podem ser definidas como áreas que estão demarcadas pela zona marítima e terrestre, sendo

espaços onde existe uma grande dinâmica e constante fluxo de pessoas, e onde o turismo tem um papel importante.

Este setor beneficia muito do território e dos recursos nele existentes para oferecer diversas atividades, e as áreas costeiras são uma das zonas mais propícias para isso. Desta forma, e tendo em conta que são zonas frágeis, é necessário um planeamento por parte de todos os intervenientes no setor, para que se consiga arranjar formas de evitar os impactes negativos, melhorando e aumentando os benefícios, para que possam ser partilhados por todos os *stakeholders*.

O desenvolvimento sustentável é, sem dúvida, algo que todos os destinos ambicionam alcançar. Há, no entanto, que ter em atenção que depende de vários fatores e de um planeamento rigoroso e inclusivo, para não comprometer as gerações futuras. Para este planeamento é importante a presença de todos os intervenientes afetados, tais como empresários, a comunidade local, entidades públicas e, ainda, os visitantes. Este desenvolvimento promove o desenvolvimento de destinos com mais qualidade e, principalmente, mais reconhecidos, pois, hoje em dia, a questão da sustentabilidade é demasiado pertinente e a preocupação das pessoas por este tema é muito significativa.

O turismo pode ser um grande impulsionador do desenvolvimento sustentável, pois usufrui muito do território e dos recursos naturais para as suas atividades. Por este motivo, o turismo deve ter especial atenção na educação dos cidadãos para a sustentabilidade.

Para alcançar esta sustentabilidade, há que ter em consideração três grandes dimensões – ambiental, económica e sociocultural –, assim como mais duas dimensões menos analisadas – política/institucional e tecnológica. Cada uma tem vários indicadores que permitem a sua operacionalização.

O desenvolvimento sustentável é um fator-chave para todos os destinos. No entanto, as áreas costeiras são zonas sensíveis e muito procuradas, pelo que é necessário uma preocupação maior, com um planeamento eficaz, onde a sustentabilidade tem de ser o objetivo principal.

O turismo desportivo é um tipo de turismo que está em grande crescimento, ao nível da oferta, com novas empresas a ser criadas, como também em termos da procura, devido à crescente necessidade das pessoas em fugir ao *stress* do dia-a-dia, procurando cada vez mais atividades que as satisfaçam e lhes proporcionem bem-estar, tendo por isso este tipo de turismo um papel essencial no desenvolvimento dos destinos.

O papel da sustentabilidade no crescimento das empresas da região em estudo, deverá, sem dúvida, ser uma preocupação constante, pois o facto de as atividades serem essencialmente desenvolvidas nas áreas costeiras, áreas estas que requerem muita atenção devido à sua fragilidade, leva a que a responsabilidade que as empresas têm no próprio território e nos recursos tenha de ser ainda maior.

Existem alguns factos interessantes, analisados através das entrevistas realizadas a responsáveis por empresas de animação da região em análise, que mostram a constante preocupação por parte destas empresas relativamente à sustentabilidade. Apesar de serem utilizados diferentes recursos, os impactes criados são reduzidos:

- existe uma preocupação em integrar a comunidade local, envolvendo-a nas atividades desenvolvidas, bem como preparam diferentes atividades dirigidas à mesma;
- incentivam as pessoas que desenvolvem as atividades a ter em atenção a limpeza dos locais;
- existe a preocupação em planear as atividades, com a intervenção de todas as pessoas indicadas;
- têm o cuidado de usar combustíveis e tintas biodegradáveis nos *karts* e *paintball*;
- contribuem para a economia local, dando preferência a fornecedores locais, sempre que possível;
- procuram a partilha de ideias com as entidades oficiais, embora nem sempre estas estejam recetivas;
- verifica-se a necessidade da criação de diferentes parcerias para o desenvolvimento das atividades com maior qualidade;
- contribuem para a criação de postos de trabalho, embora por vezes temporários, para os residentes locais.

Desta forma, pode concluir-se que as empresas, hoje em dia, principalmente as mais recentes, têm um cuidado especial em abordar as diferentes dimensões da sustentabilidade, tentando sempre que possível pô-las em prática.

Na região de Aveiro existem muitos espaços a explorar, com diversas potencialidades, para a criação de novas e diferentes atividades. No entanto, muitas vezes, a falta de envolvimento das entidades oficiais, e as barreiras impostas por estas, são um impeditivo para tornar esta região num forte destino turístico, capaz de atrair visitantes com maior despesa e estada média.

Para combater e ultrapassar estes problemas, e ser possível alcançar o desenvolvimento sustentável nas áreas costeiras, as empresas enumeraram uma série de propostas, entre as quais: educar as pessoas para a questão da sustentabilidade; continuar a apostar em parcerias fortes, podendo assim unir todos os esforços; criar uma plataforma para reunir as informações existentes nesta área; promover a região; e fazer uma maior aposta em eventos de maior escala.

Conclui-se, então, que os agentes de oferta turística nesta área estão sensibilizados para a problemática da sustentabilidade, tendo sempre a preocupação de um desenvolvimento e um crescimento com base no ser sustentável, com o objetivo de promover atividades nas áreas costeiras, sem nunca as prejudicar, o que implica um maior cuidado com as diferentes atividades que oferecem.

O desenvolvimento sustentável passa também pela importância que as pessoas e a sociedade dão a este mesmo. A partilha de ideias, a troca de valores e os incentivos dados são pontos essenciais. Educar para a sustentabilidade não é de todo uma tarefa simples, no entanto, cabe a todos ajudar a construir uma sociedade sustentável, um destino capaz de gerar atividades e movimento de turistas, sem nunca prejudicar o futuro.

8.2. Contributos e limitações

O grande contributo desta dissertação passa por dar a conhecer, de uma forma pormenorizada, as diferentes empresas de animação turística que oferecem atividades de turismo desportivo nas áreas costeiras da região de Aveiro. Além disto, é destacada

ainda a sua preocupação em relação ao desenvolvimento sustentável do território onde realizam as suas atividades.

Com base nos resultados das entrevistas e das conclusões, incluindo as propostas sugeridas pelos entrevistados, é importante, num futuro próximo, partilhar estas informações com as entidades públicas, nomeadamente as câmaras municipais, pois a falta de apoio, por vezes sentido, deve-se também à falta de partilha de informação e de comunicação.

A elaboração deste estudo teve algumas limitações, que se tentaram ultrapassar da melhor forma, sem prejudicar o trabalho. Relativamente à revisão da literatura, houve uma grande dificuldade em definir o que é turismo desportivo, bem como as atividades que estão associadas a este tipo de turismo. O facto de não existir uma categorização destas atividades trouxe dificuldade à sua análise. A opção de se dividir as atividades em aquáticas, terrestres e aéreas foi a solução encontrada.

Outra das dificuldades foi o facto de a lista de agentes de animação turística que se retirou do RNAAT estar bastante desatualizada, contendo empresas que já não existem. A possibilidade de a mesma empresa poder estar registada com dois ou três nomes, o que “multiplica” a empresa nos registos, sendo na verdade a mesma, foi outro dos obstáculos que se teve de ultrapassar. Por fim, o facto de ser possível às empresas registarem-se em todas as atividades, levou à primeira vista, a que muitas empresas indicassem oferecer todo o tipo de atividades, o que na verdade não acontece quando se analisa as empresas individualmente.

Outra das limitações encontradas está relacionada com o estudo empírico, neste caso com a aplicação das entrevistas, tendo-se conseguido realizar apenas 15 entrevistas. Muito embora não se tenha conseguido inquirir a totalidade das empresas, o número de entrevistas realizado é considerável, sendo relevantes as conclusões retiradas e de interesse para a gestão do destino em estudo.

8.3 Sugestões para investigações futuras

Após a realização deste estudo, sugerem-se algumas propostas para eventuais investigações ou até mesmo para serem postas em prática pelas empresas da região.

Uma das sugestões passa por fazer um estudo do impacto económico destas empresas de animação turística que oferecem atividades de turismo desportivo na região de Aveiro. Outra das sugestões é fazer um estudo semelhante ao realizado, no entanto numa região diferente, para se poder comparar os resultados. Poder-se-ia igualmente alargar o âmbito do estudo, abrangendo o território nacional, de forma a estudar as atividades desportivas oferecidas no país, para tentar perceber se existem regiões onde estas atividades são diferenciadoras dos destinos. Outra sugestão prende-se com o estudo do perfil do visitante do turismo desportivo com o objetivo fornecer às empresas de animação turística esta informação, e assim puderem ser criadas atividades adequadas às suas necessidades.

Relativamente a propostas mais práticas, com base nos dados recolhidos neste estudo, complementados com mais informação que seja necessária, poder-se-á criar uma plataforma/base de dados com todas as informações importantes sobre as empresas que oferecem atividades de turismo desportivo, para assim poder ser partilhada e de conhecimento de todos. A criação desta plataforma foi uma proposta feita por uma das empresas aquando da realização das entrevistas.

Outra proposta para as empresas será a melhoria da integração da comunidade local nas diferentes tarefas da empresa, tornando-a o parceiro ideal, pois será sempre uma mais-valia, tanto para a empresa como para a própria comunidade e também para os visitantes/turistas.

Referências bibliográficas

- Abranja, N., & Almeida, I. (2009). Turismo e sustentabilidade. *Cogitur – Journal of Tourism Studies*, 2(2), 15-31.
- AIDA (s.d). *A região*. Acedido a 20 de Junho de 2015, disponível em <http://aida.pt/regiao.html>
- Albuquerque, H. (2013). *Estratégia de desenvolvimento sustentável do turismo na Ria de Aveiro*. Tese de Doutoramento, Universidade de Aveiro, Aveiro.
- Almeida, P. (2003). *A contribuição da animação turística para o aumento das taxas de ocupação de uma região*. Dissertação de Mestrado, Universidade de Aveiro, Aveiro.
- ANEME (2012). Portugueses que estudam medicina no estrangeiro com planos para trabalhar onde tiram curso. *RCM Pharma – Marketing Farmacêutico*. Acedido a 2 de Julho de 2015, disponível em <http://www.rcmpharma.com/actualidade/politica-de-saude/19-12-12/portugueses-que-estudam-medicina-no-estrangeiro-com-planos-pa>
- Bardin, L. (1991). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Barretto, M. (2009). Interfaces entre turismo e migrações: Uma abordagem epistemológica. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 7(1), 1-11.
- Beatley, T., Brower, D., & Schwab, A. (1994). *An introduction to coastal zone management*. Washington: Island Press.
- Boniface, B., Cooper, C., & Cooper, R. (2006). *Worldwide destinations* (6th ed.). London: Routledge.
- Buarque, S. C. (2002). *Construindo o desenvolvimento local sustentável: Metodologia de planeamento*. Rio de Janeiro: Editora Garamond.
- Buckley, R. (2006). *Adventure tourism*. Wallingford: CABI.
- Butler, G. (1976). *Introduction to community recreation*. New York: McGraw-Hill.
- Butler, R. (1999). Sustainable tourism: A state-of-the-art review. *Tourism Geographies*, 1(1), 7-25.
- Conselho Europeu (1992). *Carta Europeia do Desporto*, Bruxelas: Conselho Europeu.
- Carvalhinho, L., Sequeira, P., Serôdio-Fernandes, A., & Rodrigues, J. (2010). A emergência do sector de desporto de natureza e a importância da formação. *Revista Digital-Buenos Aires*, 140,
- Carvalho, P. G. D., & Lourenço, R. (2009). Turismo de prática desportiva: um segmento do mercado do turismo desportivo. *Revista Portuguesa de Ciências do Desporto*, 9(2), 122-132.
- Chizzotti, A. (2006). *Pesquisa em ciências sociais e humanas*. São Paulo: Cortez.
- Choi, H. C., & Sirakaya, E. (2006). Sustainability indicators for managing community tourism. *Tourism Management*, 27, 1274-1289

- Instituto Português do Desporto e Juventude (2014). *Código de ética desportiva*. Lisboa: Instituto Português do Desporto e Juventude.
- Comissão Europeia (2000). *Para um turismo costeiro de qualidade: Gestão integrada da qualidade (GIQ) dos destinos turísticos costeiros*. Luxemburgo: Serviço das Publicações Oficiais das Comunidades Europeias
- Comissão Europeia (1999). *Para uma estratégia europeia de gestão integrada das zonas costeiras (GIZC): Princípios gerais e opções políticas*. Luxemburgo: Serviço das Publicações Oficiais das Comunidades Europeias
- Comissão Europeia (2011). *Espaço em fronteiras: O Espaço Schengen*. Bruxelas: Comissão Europeia.
- Conselho Nacional do Ambiente e do Desenvolvimento Sustentável (CNADS) (2001). *Projecto de reflexão sobre o desenvolvimento sustentável da zona costeira*. Lisboa: CNADS.
- Coroliano, L., & Leitão, C. (2008). Turismo, cultura e desenvolvimento entre sustentabilidades e (in)sustentabilidades. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 6(3), 467-479
- Costa, L. (1997). *Meio ambiente e desporto: Uma perspectiva internacional*. Porto: Universidade do Porto.
- Costa, P. (2005). *Motivação para a prática de desportos de risco*. Projeto de Licenciatura, Universidade de Coimbra, Coimbra.
- Crouch, G., & Ritchie, J. (1999). Tourism, competitiveness, and societal prosperity. *Journal of Business Research*, 44(3), 137-152.
- Cunha, L. (2001). *Introdução ao turismo* (4ª ed.). Lisboa: Editorial Verbo.
- del Reguero Oxinalde, M. (1994). *Ecoturismo: Nuevas formas de turismo en el espacio rural*. Barcelona: Editorial Bosch.
- Despacho nº 6984-A/2015 de 23 de Junho. Diário da República nº 120 – II Série. Ministério da Educação e Ciência. Lisboa.
- Dias, J. (2005). Evolução da zona costeira portuguesa: Forçamentos antrópicos e naturais. *Tourism & Management Studies*, 1(1), 7-27.
- Dias, J. (2009). Hidro/morfologia da Ria de Aveiro: Alterações de origem antropogénica e natural. *Debater a Europa, Junho/Dezembro*, 99-121.
- Dumazedier, J. (1962). *Vers un civilisation du loisir?*. Paris: Editions du Seuil.
- Farias, L. (2007). O desafio da sustentabilidade nas áreas costeiras do sul da Bahia. *Revista Urutágua*, 12(1), 1-10
- Ferreira, L. (2009). Sustentabilidade, competitividade e planeamento em turismo. In F. Dias, J. Soifer & L. Ferreira (coords.). *O futuro do turismo: Território, património, planeamento* (pp. 51-86). Porto: Estratégias Criativas – APTUR.
- Freire, T. (1989). Lazer e desenvolvimento humano. *Jornal de Psicologia*, 8(1), 27-31.

- Gama, A., & Santos, N. (2008). Tempo livre, lazer e terciário. In A. Gama & N. Santos (eds.). *Lazer: Da libertação do tempo à conquista das práticas* (pp. 59-83). Coimbra. Imprensa da Universidade de Coimbra
- Gammon, S., & Robinson, T. (2003). Sport and tourism: A conceptual framework. *Journal of Sport Tourism*, 8(1), 21-26.
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29(3), 403-428.
- Ghosh, T. (2011). Coastal tourism: Opportunity and sustainability. *Journal of Sustainable Development*, 4(6), 67-71
- Gibson, H. J. (1998). Sport tourism: A critical analysis of research. *Sport Management Review*, 1(1), 45-76.
- Gil, A. C. (1999). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. São Paulo: Atlas.
- Gomes, F. (2007). A gestão da zona costeira portuguesa. *Revista da Gestão Costeira Integrada*, 7(2), 83-95.
- Gray, D. E., & Pelegrino, D. A. (1973). *Reflections on the recreation and park movement*. Dubuque: W. C. Brown Co. Publishers.
- Hall, C. M. (1992). Adventure, sport and health tourism. In B. Weiler & C. M. Hall (eds.), *Special interest tourism* (pp. 141-158). London: Belhaven Press.
- Hall, C. M. (2000). *The integrated tourism planning process: Dealing with interdependence*. In C. M. Hall (ed.). *Tourism planning, policies, processes and relationships* (pp. 101-133). Harlow: Pearson Education Limited.
- Herbert, D. T. (1989). Leisure trends and the heritage market. In D. T. Herbert, R. C. Prentice & C. J. Thomas (eds.), *Heritage sites: Strategies for marketing and development* (pp. 1-15). Aldershot: Avebury.
- ImproveCenter (s.d.). *Ambiente e desenvolvimento sustentável: As questões ambientais na estratégia das empresas*. Guias práticos ambientais em empresas. s.l.: ANJE.
- INE (2012). *Censos 2011: Resultados definitivos – Região Centro*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.
- INE (2014). *Anuário Estatístico da Região Centro 2013*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.
- Jensen, C. (1977). *Leisure and recreation: Introduction and overview*. Philadelphia: Lea & Febiger.
- Ko, T. (2005). Development of a tourism sustainability assessment procedure: A conceptual approach. *Tourism Management*, 26, 431-445.
- Kurtzman, J., & Zauhar, J. (2003). A wave in time: The sport tourism phenomena. *Journal of Sport Tourism*, 8(1), 35-47.
- Kurtzman, J., & Zahuar, J. (2005). The emerging profession: Sports tourism management. *Journal of Sports Tourism*, 10(1), 3-14.

- Lamego, V. (2014). *O potencial do turismo do teatro em Aveiro: O estudo da festa de S. Gonçalinho*. Dissertação de Mestrado, Universidade de Aveiro, Aveiro.
- Leijzer, M., & Denman, R. (2013). *Tourism development in coastal areas in Africa: Promoting sustainability through governance and management mechanisms*. Madrid: United Nations World Tourism Organization.
- Leiper, N. (1979). The framework of tourism: Towards a definition of tourism, tourist and the tourism industry. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 390-407.
- Loitzenbauer, E., & Mendes, C. A. B. (2014). A faixa terrestre da zona costeira e os recursos hídricos na região Hidrográfica do Atlântico Sul, Brasil. *Revista de Gestão Costeira Integrada*, 14(1), 81–94.
- Malta, P. A. (2000). Das relações entre tempo livre, lazer e turismo. *Cadernos do Noroeste – Série Sociologia*, 13(1), 219-239.
- Mapa de Portugal (s.d.). *Distrito de Aveiro: Mapa dos concelhos e cidades*. Consultado a 20 de Junho de 2015 em <http://www.mapadeportugal.net/distrito.asp?n=Aveiro>
- Marcellino, N. C. (2000). *Estudos do lazer: Uma introdução* (2ª ed.). Campinas: Autores Associados.
- Marques, A. (1997). *As actividades físicas de complemento curricular na ocupação dos tempos livres: Estudo do 2º ciclo do ensino básico do concelho de Aveiro*. Dissertação de Mestrado, Universidade do Porto, Porto.
- Marques, J. (2012). Trabalho, lazer e turismo de negócios. *Revista de Geografia e Ordenamento do Território*, 2, 136-163.
- Mathieson, A., & Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, physical and social impacts*. Harlow: Longman.
- Meadows, D. H., Meadows, D. L., Randers, J., & Behrens III, W. W. (1972). *The limits to growth: A report for the Club of Rome's Project on the predicament of mankind*. New York: Universe Books.
- Ministério da Economia e da Inovação [MEI] (2007). *Plano Estratégico Nacional do Turismo: Para o desenvolvimento do turismo em Portugal*. Lisboa: Ministério da Economia e da Inovação.
- Ministério da Economia e do Emprego [MEE] (2012). *Plano Estratégico Nacional do Turismo: Horizonte 2013-2015*. Lisboa: Ministério da Economia e do Emprego.
- Ministério da Economia, da Inovação e do Desenvolvimento [MEID] (2009). *Relatório de sustentabilidade: Liderar o debate da sustentabilidade*. Lisboa: Ministério da Economia, da Inovação e do Desenvolvimento.
- Ministério do Ambiente, do Ordenamento do Território e do Desenvolvimento Regional [MAOTDR] (2007). *Bases para a estratégia de gestão integrada da zona costeira nacional*. Lisboa: MAOTDR.
- Moore, K., Cushman, G., & Simmons, D. (1995). Behavioral conceptualization of tourism and leisure. *Annals of Tourism Research*, 22(1), 67-85.

- Moritz, T. (2010). *Turismo no espaço rural e comunidades tradicionais: Uma análise das percepções da comunidade do Catu/RN*. Dissertação de Mestrado, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Rio Grande do Norte.
- Moritz, T., Alves, F. L., & Costa, C. (2014). Gestão integrada de zonas costeiras: A importância para os destinos turísticos. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 21/22(3), 153-165.
- Mota, J. (2001). Actividade física e lazer: Contextos actuais e ideias futuras. *Revista Portuguesa de Ciências do Desporto*, 1(1), 124-129.
- Moutinho, D. (2011). *Turismo Sustentável e Desenvolvimento Local: Projecto da Mata de Sesimbra*. Dissertação de Mestrado, Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, Lisboa.
- Organização Mundial do Turismo [OMT] (1998). *Guide for local authorities on developing sustainable tourism*. Madrid: Organização Mundial do Turismo.
- Organização Mundial do Turismo [OMT] (1999). *Global code of ethics for tourism*. Madrid: Organização Mundial do Turismo.
- Organização Mundial do Turismo [OMT] (2003). *Guia de desenvolvimento do turismo sustentável*. Porto Alegre: Organização Mundial do Turismo.
- Organização Mundial do Turismo [OMT] (2004). *Indicators of sustainable development for tourism destinations: A guidebook*. Madrid: Organização Mundial do Turismo.
- Organização Mundial do Turismo [OMT] (2008). *International recommendations for tourism statistics*. Madrid: Organização Mundial do Turismo.
- Owen, P.L. (1984). Rural leisure and recreation research: A retrospective evaluation. *Progress in Human Geography*, 8(2), 157-188.
- Parker, S. (1976) *The Sociology of Leisure*. London: George Allen and Unwin
- Patmore, J. (1983). *Recreation and resources: Leisure patterns and leisure places*. Oxford: Blackwell.
- Pearce, D. W., & Turner, R. K. (1990). *Economics of natural resources and the environment*. London: Harvester Wheatsheaf.
- Pinto, P. (2008). Sistema de apoio à gestão das zonas costeiras: Aplicação de um modelo para simulação do crescimento urbano no trecho Ovar-Mira. Dissertação de mestrado, Universidade Nova de Lisboa, Lisboa.
- Pordata (2015a). Praticantes desportivos federados por mil habitantes. *PORDATA – Base de Dados Portugal Contemporâneo*. Acedido a 2 de Julho de 2015, disponível em <http://www.pordata.pt/Portugal/>
- Pordata (2015b). Alunos estrangeiros matriculados no ensino superior (ISCED 5-6). *PORDATA – Base de Dados Portugal Contemporâneo*. Acedido a 2 de Julho de 2015, disponível em <http://www.pordata.pt/Europa/>

- Pordata (2015c). Viagens: Total, por destino e meio de transporte principal – Portugal. *PORDATA – Base de Dados Portugal Contemporâneo*. Acedido em 2 de Julho de 2015, disponível em <http://www.pordata.pt/Portugal/>
- Post, J. C., & Lundin, C. G. (1996). Guidelines for integrated coastal zone management. *Environmentally sustainable development studies and monographs series No. 9*. Washington DC: World Bank.
- Região de Aveiro, Roteiro mais Centro (s.d). *Região de Aveiro: Roteiro mais Centro*. Acedido a 20 de Junho de 2015, disponível em <http://maiscentro.qren.pt/roteiros/regiaoaveiro/>
- Roberts, S., & Tribe, J. (2008). Sustainability Indicators for small tourism enterprises: An exploratory perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(5), 575-594.
- Rosa, V. (2013). Turismo e desporto: O turismo desportivo como fator de desenvolvimento da Região do Alentejo. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 19, 149-176.
- Quivy, R., & Campenhoudt, L. V. (1992). *Manual de investigação em ciências sociais*. Lisboa: Gradiva.
- Santos, S., Barbosa, P., & Bártole, T. (2009). Turismo sustentável e a sua importância para o sector em Portugal. *Research*, 5, 3-33.
- Sharma, V. (1994). Leisure: A vedantic view. In *New routes for Leisure: Actas do Congresso Mundial do Lazer* (pp. 35-44). Lisboa: Edições do Instituto de Ciências Sociais.
- Silva, C. (2004). *Condicionalismos da adesão desportiva: O caso da piscina do clube desportivo do Instituto D. João V*. Projeto de Licenciatura, Universidade de Coimbra, Coimbra.
- Silva, A., & Souza, J., & Leal, A. (2012). A sustentabilidade e suas dimensões como fundamento da qualidade de vida. *Revista Geografia em Atos*, 12(1), 22-42.
- Sirakaya, E., Janal, T., & Choi, H. S. (2001). Developing tourism indicators for destination sustainability. In D. B. Weaver (ed.), *The encyclopedia of ecotourism* (pp. 411-432). New York: CAB International.
- Sorensen, J., & McCreary, S. (1990). *Institutional arrangements for managing coastal resources and environments*. Washington DC: National Park Service, U.S. Department of the Interior.
- Standeven, J., & De Knop, P. (1998). *Sport tourism*. Champaign: Human Kinetics Publishers.
- Stebbins, R. A. (2005). Choice and experiential definitions of leisure. *Leisure Sciences*, 27(4), 349-352.
- Sung, H., Morrison, A., & O'Leary, J. (1997) Definition of adventure travel: Conceptual framework for empirical application from the providers' perspective. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 1, 47-67

- Torkildsen, G. (2005). *Leisure and recreation management*. (5th ed.). New York: Routledge.
- Turismo Centro de Portugal (s.d.). *PRORia – Implementação e promoção do polo de marca turística Ria de Aveiro*. Acedido a 5 de Julho de 2015, disponível em <http://media.noticiasdeaveiro.pt/multimedia/documentos/23223/PRORIA%20MEMORIA%20DESCRITIVA.pdf>
- UE (2012) *Avaliar a Sustentabilidade Costeira: Um guia para a autoavaliação da sustentabilidade costeira à escala municipal usando indicadores e um sistema de pontuação*. Projeto SUSTAIN, Fundo Europeu para o Desenvolvimento Regional INTERREG IVC.
- Vicente, V. (2013). *Turismo de golfe na ilha de São Miguel: Fatores que influenciam a duração da estadia*. Dissertação de Mestrado, Universidade dos Açores, Ponta Delgada.
- Vidal, A., & Márquez, D. (2007). *Turismo sustentável e desenvolvimento local: Turismo e território*. Turim: Centro Internacional de Formação da OIT.
- Vitorino, M. (2012). *Território, molinologia e turismo: Dinamização dos moinhos na promoção do turismo*. Dissertação de Mestrado, Instituto Politécnico de Leiria, Leiria.
- World Commission on Environment and Development [WCED] (1987). *Our common future*. Switzerland: World Commission on Environment and Development.

ANEXOS

ANEXO 1 – Guião de entrevista

Entrevistado:

Nome da empresa:

Localização:

EMPRESA

<ul style="list-style-type: none">— Quando foi criada a empresa?— Qual o período de funcionamento?— Qual é a atividade principal? E secundárias?— Onde são realizadas estas atividades?— Existe algum evento organizado de maior dimensão além das atividades referidas?
<ul style="list-style-type: none">— A quem são oferecidas as atividades?— Qual é o perfil do visitante?
<ul style="list-style-type: none">— Existem colaboradores na empresa?— Que tipo de formação eles têm e que funções desempenham?— Têm conhecimentos em que línguas?— A empresa tem preocupação em dar formação aos seus colaboradores? Que tipo de formação?

DESTINO

<ul style="list-style-type: none">— Quais são as potencialidades deste destino para que seja um local de atração turística?— Quais são as características/condições do destino que:<ul style="list-style-type: none">○ Condicionam o desenvolvimento das atividades?○ Potenciam o desenvolvimento das atividades?
<ul style="list-style-type: none">— Acha que a empresa possui alguma atividade que se possa tornar identificadora do destino, ou seja, que o destino em estudo, neste caso a região de Aveiro, possa ser reconhecido por alguma atividade da sua empresa?

SUSTENTABILIDADE

- Que preocupações existem, da parte da empresa, em relação à sustentabilidade?

Sustentabilidade económica

- Os sócios da empresa são da região ou vieram de fora?
- Os fornecedores desta empresa são locais ou de fora da região?
- Desde a criação da empresa, o número de trabalhadores aumentou? Em quanto?
- A empresa é afetada pela sazonalidade? Em que aspetos prejudica? Que estratégias a empresa tem para a combater?

Sustentabilidade ambiental

- Que tipos de impactes nos recursos (naturais/construídos) as atividades que desenvolvem provocam no ambiente?
- Existe alguma preocupação por parte da empresa, para evitar estes impactes?

Sustentabilidade social

- A interação com a comunidade local é uma mais-valia para a oferta turística?
- Existe algum tipo de interação da sua empresa com a comunidade local?
- Algum dos colaboradores desta empresa são naturais da comunidade local? Quais são as vantagens?
- A empresa tem alguma preferência relativamente ao tipo de colaboradores contratados?
- A empresa utiliza alguns residentes locais para as suas atividades?

Sustentabilidade política

- A empresa tem ligações com alguma entidade ou outras empresas? Com quem? Que tipo de parceria? Quais os benefícios?
- Existe algum espaço para as entidades oficiais darem voz às empresas de animação turística?
- A empresa tem/teve acesso a algum tipo de financiamento?

Sustentabilidade cultural

- Existe algum código de conduta na empresa?
- Que tipo de informação é dada aos turistas? Somente específica sobre a atividade que vão fazer ou também sobre o ambiente e local onde se encontram?
- A empresa tem algum código de ética?

Sustentabilidade tecnológica

- Como usam a tecnologia na empresa?
- Têm alguns mecanismos para monitorizar os turistas?
- A tecnologia é usada em algum momento/de alguma forma para o aumento da eficiência energética?

REGIÃO ENQUANTO DESTINO DE TURISMO DESPORTIVO

- Como sente que a região de Aveiro está em relação ao turismo desportivo?
- Que conselhos/propostas pode dar para que o destino se desenvolva de forma sustentável?

ANEXO 2 – Atividades registadas pelo RNAAT

Atividades ao ar livre, de natureza e aventura

Arborismo e outros percursos de obstáculos (com recurso a manobras com cordas e cabos de aço como rapel, slide, pontes e similares)
Atividades de observação da natureza (rotas geológicas, observação de aves, observação de cetáceos e similares)
Atividades de orientação (percursos, <i>geocaching</i> , caças ao tesouros e similares)
Atividades de <i>teambuilding</i> (quando incluam atividades de turismo de ar livre)
Balonismo, asa delta com e sem motor, parapente e similares
Caminhadas e outras atividades pedestres
<i>Canyoning</i> , <i>coasteering</i> e similares
Escalada em parede natural e em parede artificial
Espeleologia
Experiências de paraquedismo
Mergulho, <i>snorkeling</i> , e similares
Outras atividades de turismo de ar livre
<i>Paintball</i> , tiro com arco, besta, zarabatana, carabina de pressão de ar e similares
Passeios e atividades em bicicleta (BTT e cicloturismo), em <i>segway</i> e similares
Passeios e atividades equestres, em atrelagens de tração animal e similares
Atividades de sobrevivência
Montanhismo
Natação em águas bravas (<i>hidrospeed</i>)
Passeios em todo o terreno (moto, moto4 e viaturas 4x4, <i>kartcross</i> e similares)

Atividades culturais / *touring* paisagístico e cultural

Rotas temáticas e outros percursos de descoberta do património (por exemplo, Rota do Megalitismo, do Romano, do Românico, do Fresco, Gastronómicas, de Vinhos, de Queijos, de Sabores, de Arqueologia Industrial)
Visitas guiadas a museus, monumentos e outros locais de interesse patrimonial
Atividades e experiências de descoberta do património etnográfico (participação em atividades agrícolas, pastoris, artesanais, eno-gastronómicas e similares – por exemplo: vindima, pisar uva, apanha da azeitona, descortiçar do sobreiro, plantação de árvores, ateliers de olaria, pintura, cestaria, ateliers de olaria, pintura, cestaria, confeção de pratos tradicionais, feitura de um vinho)
Jogos populares e tradicionais
Visitas guiadas a museus, monumentos e outros locais de interesse patrimonial
Atividades que se desenvolvam exclusivamente em ambiente urbano de percursos pedestres e visitas a museus, palácios e monumentos e cuja empresa, simultaneamente, se encontre isenta da obrigação da contratação dos seguros previstos no art.º 27º, nos termos da alínea b) do n.º 1 do art.º 28º

Atividades reconhecidas como turismo de natureza

Aluguer ou utilização de motas de água e de pequenas embarcações dispensadas de registo
Aluguer ou utilização de motas de água e de pequenas embarcações dispensadas de registo (canoagem e rafting em águas calmas e em águas bravas)
Aluguer ou utilização de motas de água e de pequenas embarcações dispensadas de registo (<i>Surf, bodyboard, windsurf, kitesurf, skimming, standup paddle boarding</i> e similares)
Aluguer ou utilização de motas de água e de pequenas embarcações dispensadas de registo (vela, remo e atividades náuticas similares)
Arborismo e outros percursos de obstáculos (com recurso a manobras com cordas e cabos de aço como rapel, slide, pontes e similares)
Atividades de observação da natureza (rotas geológicas, observação de aves, observação de cetáceos e similares)
Atividades de orientação (percursos, <i>geocaching</i> , caças ao tesouros e similares)
Atividades de Sobrevivência
Atividades de <i>teambuilding</i> (quando incluam atividades de turismo de ar livre)
Atividades e experiências de descoberta do Património Etnográfico (participação em atividades agrícolas, pastoris, artesanais, eno-gastronómicas e similares – por exemplo: vindima, pisar uva, apanha da azeitona, descorticar do sobreiro, plantação de árvores, ateliers de olaria, pintura, cestaria, confeção de pratos tradicionais, feitura de um vinho)
Balonismo, asa delta com e sem motor, parapente e similares
Caminhadas e outras atividades pedestres
<i>Canyoning, coasteering</i> e similares
Escalada em parede natural e em parede artificial
Espeleologia
Experiências de paraquedismo
Jogos populares e tradicionais
Mergulho, <i>snorkeling</i> , e similares
Montanhismo
Natação em águas bravas (hidrospeed)
Outras atividades de turismo de ar livre
Outros serviços, designadamente os respeitantes a serviços de reboque de equipamentos de carácter recreativo, tais como bananas, paraquedas, esqui aquático
Paintball, tiro com arco, besta, zarabatana, carabina de pressão de ar e similares
Passeios e atividades em bicicleta (BTT e cicloturismo), em <i>segway</i> e similares
Passeios e atividades equestres, em atrelagens de tração animal e similares
Passeios em todo o terreno (moto, moto4 e viaturas 4x4, <i>kartcross</i> e similares)
Passeios marítimo-turísticos
Visitas guiadas a museus, monumentos e outros locais de interesse patrimonial
Pesca turística
Rotas temáticas e outros percursos de descoberta do património (por exemplo, Rota do Megalitismo, do Romano, do Românico, do Fresco, Gastronómicas, de Vinhos, de Queijos, de Sabores, de Arqueologia Industrial)
Serviços de natureza marítimo-turística prestados mediante a utilização de embarcações atracadas ou fundeadas e sem meios de propulsão próprios ou selados
Aluguer de embarcações com tripulação
Aluguer de embarcações sem tripulação