

PEATT - A Animação Turística como instrumento de Desenvolvimento Local

Fernando Completo¹, Francisco Silva², Maria do Céu Almeida³, Fátima Silva⁴

Lazer Outdoor Consulting

fcompleto@lazer.pt; fsilva@lazer.pt; ceu.almeida@lazer.pt; fatima.silva@lazer.pt

Resumo

O PEATT é um instrumento de ordenamento turístico-territorial apoiado pela Secretaria Regional da Economia dos Açores, desenvolvido pela ART em parceria com outras entidades locais e contando com a consultadoria da Lazer Outdoor Consulting.

Este plano visa contribuir para estruturar os modelos e as práticas de Animação Turística, tendo por maior razão a qualidade do produto turístico e a qualificação da oferta turística local.

Paralelamente pretende-se estimular a ampliação da oferta turística, estabelecer um contacto mais activo e dinâmico entre o agentes locais, os turistas, o território e a comunidade local, promovendo assim uma maior interacção entre a oferta e procura, num processo de captação e desenvolvimento de novos segmentos de mercado e de novos clusters turísticos.

Palavras Chave: PEATT, Animação Turística, Iha Terceira, Desenvolvimento local.

1. Introdução

Segundo dados da WTO, tendo por registo um estudo de análise prospectiva sobre a evolução turística internacional até 2020, o mercado de turismo na natureza nas suas múltiplas vertentes (turismo na natureza, eco-turismo, turismo rural e turismo de aventura), regista um crescimento que coloca o “ conceito de produto verde” no top do *ranking* de oferta e procura turística, com indicadores percentuais de incremento na casa dos 5% ao ano.

Embora os Açores sejam um destino turístico, ainda com pouco peso a nível nacional, este apresenta grande potencial de crescimento, nomeadamente no que concerne ao turismo na natureza. Assim, tal como para a generalidade do território açoriano, importa desenvolver na Ilha Terceira, estratégias de animação que permitam divulgar as potencialidades do seu território natural, promovendo produtos que respondam a solicitações específicas do mercado e que, garantindo a sustentabilidade ambiental, sejam promotores de propostas inovadoras, que contemplem abordagens de ordem educativa, científica e lúdica, e que incorporem uma multiplicidade de actividades complementares, como os percursos pedestres, as actividades náuticas, o espeleísmo e o geoturismo.

Neste artigo apresenta-se o Plano Estratégico de Animação Turística para a Ilha Terceira (PEATT), um instrumento de ordenamento turístico-territorial com o objectivo de estruturar, segundo bases de desenvolvimento endógeno, os modelos e as práticas de animação turística.

Como o turismo cultural e o turismo na natureza não são compatíveis com uma filosofia de turismo de massas, o PEATT assenta na premissa de que é necessário potenciar os recursos locais, garantindo a sustentabilidade no uso dos mesmos e a qualidade dos serviços prestados.

2. O Território

A Terceira é a segunda ilha mais populosa dos Açores e a terceira em termos de superfície (**Erro! A origem da referência não foi encontrada.**). A ilha, constituída pelos conselhos de Angra do Heroísmo e Praia da Vitória, apresenta uma enorme riqueza cultural, nomeadamente no que se refere ao património edificado, às festividades e às tradições. A sua maior preciosidade é a cidade de Angra de Heroísmo, classificada desde 1983 como Património Mundial pela UNESCO.

Tabela 1 – Caracterização geográfica e turística (Fonte: SREA, 2007).

Dados: 2006	Superfície (Km2)	População Residente	População (%)	Hóspedes (%)	Estada média	Peso hóspedes nacionais	Peso dormidas hósp. Nac.
Açores	2.332,7	242.241	100	100	3,5	60,1	45,5
Terceira	402,2	55.600	23	11,6	2,5	75,7	73,3
S. Miguel	746,8	132.205	54,6	72,4	4,1	51,0	35,1

A Terceira alicerça-se sobre três grandes maciços estruturais, constituídos pelos estrato-vulcões dos Cinco Picos a leste, pelo maciço Guilherme Moniz – Pico Alto no centro e Santa Bárbara a oeste. Um planalto, com a saliência suave da serra do Cume, domina a extremidade oriental. A geomorfologia da zona central é marcada pela grande e baixa cratera da caldeira de Guilherme Moniz e por numerosas crateras com pequenas lagoas, enquanto que a oeste se ergue um cone vulcânico com ampla caldeira, a serra de Santa Bárbara, onde se verifica a altitude máxima da ilha, 1.023 m.

O clima faz transição entre o temperado oceânico e o mediterrânico, com reduzida amplitude térmica anual e abundante precipitação ao longo de quase todo o ano.

A paisagem da Terceira é muito condicionada pela geomorfologia, pelo clima, pela omnipresença do oceano e por uma forte actividade agropecuária extensiva. Como resultado temos uma paisagem cultural muito peculiar, dominada por serras, cones vulcânicos, campos de pastagens e um povoamento relativamente disperso, que se estende ao longo da faixa litoral.

O subsolo é rico em grutas de origem vulcânica, desde galerias formadas por tubos de lava até a cavidades instaladas no interior de antigos cones vulcânicos, sendo alguns visitáveis.

O mar é indiscutivelmente um dos pontos fortes, com temperaturas muito agradáveis ao longo de todo o ano (17° a 22° C).

3. Turismo

Relativamente aos fluxos turísticos, e embora a Terceira se encontre em segundo lugar no conjunto do Arquipélago e o aeroporto das Lajes seja uma importante porta de entrada nos Açores, (26% dos desembarques no arquipélago), esta ilha apresenta grande fragilidade, especialmente quando comparada com a ilha de São Miguel (Tabela 1). Com 23% da população dos Açores, a Terceira recebe apenas 12% dos hóspedes que visitam o arquipélago. O peso dos turistas nacionais é muito elevado (73,3%) e a estada média dos visitantes é bastante baixa (2,5 dias) (Figura 1).

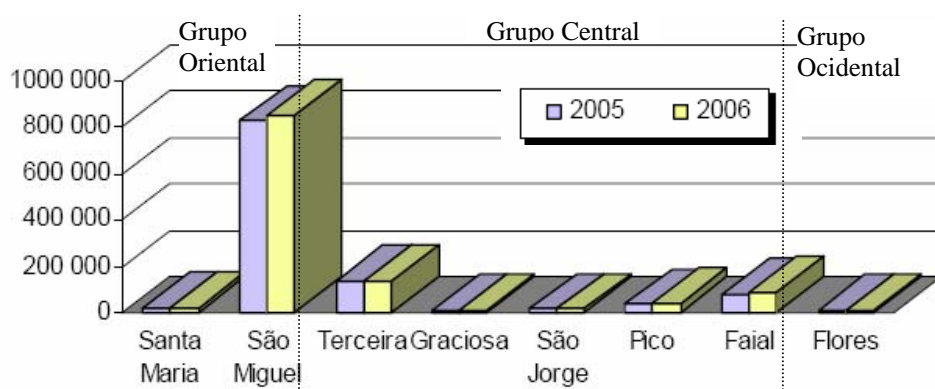


Figura 1 – Dormidas por ilha, na hotelaria tradicional (adaptado de SREA, 2007)

Quando analisado por modalidade de estabelecimento turístico, a estada média na Terceira assume valores diferentes:

- São os alojamentos particulares e as casas de hóspedes que obtêm números mais elevados, com uma estada média de 6,5 dias e 6,0 dias, respectivamente.
- Os turistas permanecem, em média 4,0 dias nas unidades de Turismo em Espaço Rural, contra 2,5 dias na Hotelaria Tradicional.
- Ao longo do ano, verifica-se que é no mês de Outubro que os turistas permanecem mais tempo na ilha Terceira, com uma estada de três dias.

Tal como a estada média, na Terceira a “Taxa de Ocupação-cama” (indicador que relaciona a procura turística – dormidas, com a oferta - capacidade de alojamento), é baixa (Tabela 2). Em todos os tipos de alojamento a taxa média anual é inferior a 30%, e só no mês de Agosto é superior a 50% (57,0% nos estabelecimentos de hotelaria tradicional e 54% nos estabelecimentos de turismo rural).

Tabela 2 – Taxa de ocupação cama na ilha da Terceira (SREA, 2004)

	Anual	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Hoteleria Tradicional	28,8	14,5	19,2	24,5	31,2	28,0	36,4	43,0	57,0	35,3	23,7	19,6	11,4
Turismo em Espaço Rural	27,9	12,5	17,6	21,6	23,3	34,5	19,0	26,3	54,0	47,9	31,1	22,1	22,1
Casas de Hóspedes	15,8	2,5	8,6	9,0	14,0	13,7	17,9	16,9	18,0	18,0	27,8	27,7	27,7

A variação da “Taxa de ocupação-cama” pode ser confirmada pela distribuição das dormidas ao longo do ano. Na análise da Figura 2, constata-se que o turismo é caracterizado por uma forte sazonalidade, com um pico de dormidas nos meses de Verão e em especial em Agosto (17,5% do total de dormidas).

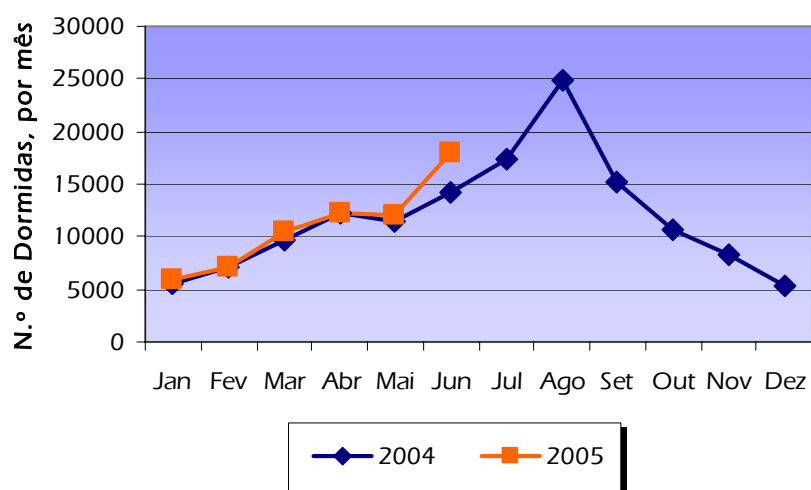


Figura 2 – Distribuição mensal das dormidas na hotelaria tradicional, na ilha Terceira (SREA)

A principal origem dos hóspedes que pernoitam nos Açores é o território nacional. No entanto, a dependência dos visitantes nacionais acentua-se na ilha da Terceira. Cerca de 78,3% dos hóspedes, são oriundos do território nacional e apenas 21,7% tem origem no estrangeiro (Figura 3), o que contrasta com a média para os Açores (35,6 %). Assim, embora a Terceira receba 19,1% dos hóspedes dos Açores, só capta 11,6 % dos com origem no estrangeiro.

Contudo, o número de hóspedes, residentes em Portugal, diminuiu de Janeiro a Julho de 2005, comparativamente a igual período de 2004, enquanto o número de hóspedes residentes no estrangeiro registou um aumento bastante significativo.

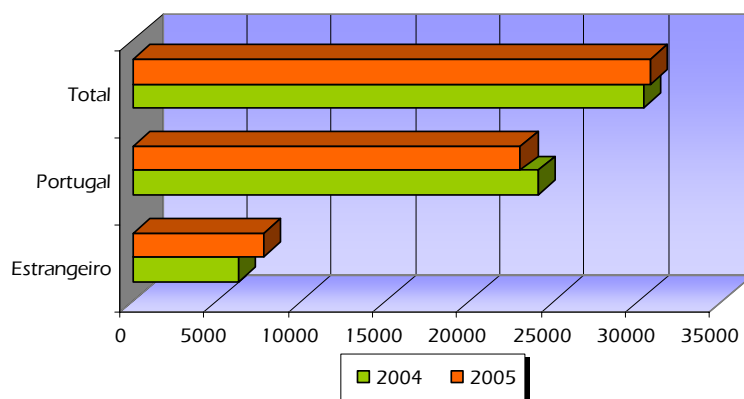


Figura 3 – Hóspedes na ilha Terceira por local de residência, na Hotelaria Tradicional, Janeiro a Julho de 2005 (SREA, 2005)

No conjunto de hóspedes vindos do estrangeiro, o país com maior fluxo é os EUA (24,3% na Terceira contra apenas 5% na média do arquipélago), mas é o mercado oriundo dos Países Nórdicos que se encontra em maior crescimento no último ano (222%), seguido do Canadá.

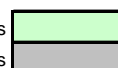
Em termos de turismo e desporto na natureza, a ilha Terceira apresenta maiores potencialidades no que concerne aos percursos pedestres, a cavalo e de bicicleta, à vulcanologia e a algumas actividades marítimo-turísticas, como os passeios de barco, a pesca desportiva e de alto mar, a observação de cetáceos e o mergulho (Tabela 3).

Tabela 3 – Recursos e serviços de animação turística nas ilhas do Grupo Central.

Tipo Repres.		Actividade	Grupo Central				
Ponto	Linha		Graciosa	Terceira	S. Jorge	Pico	Faial
		Passeios de Barco					
		Pesca desportiva					
		Observação Cetáceos					
		Mergulho					
		Vela					
		Passeios Pedestres					
		BTT e passeios bicicleta					
		Passeios a cavalo					
		Vulcanologia e espeleísmo					
		Escalada e Rapel					
		Canyoning					
		Golfe					

Fonte: DRT e levantamento de campo

Produtos e serviços prestados por empresas
 Potencial para prática mas sem serviços organizados



4. Pressupostos para o entendimento de Animação Turística

A Animação Turística é toda a actividade de desporto, cultura e recreio que planificadamente aconteça no território, infra-estrutura ou equipamento turístico e que tenha como finalidade propiciar participação e envolvimento dos consumidores (turistas) e a interacção destes com a cultura e actividades locais.

A Animação Turística tem vindo a ocupar nas últimas três décadas um papel de elevada importância nas dinâmicas turísticas internacionais, tendo sido inicialmente interpretado como um produto complementar à oferta turística urbano-cultural e adaptando as suas estratégias ao universo de sol e mar.

A Animação Turística rapidamente ganhou estrutura de autonomia, assumindo mesmo em diversos territórios a condição de produto de excelência e a dimensão de principal factor de atractividade turística.

Centrada numa multiplicidade de actividades que vão do teatro ao desporto, passando pelas artes de rua e museologia, a Animação Turística assume-se como o primado da diversidade da oferta turística e propõe-se claramente como agente multiplicador da economia. Através das práticas de animação o turista, para além de desenvolver um conjunto de práticas recreativas e desportivas, enquadra-se também nas dinâmicas culturais das sociedades locais, ficando de uma forma mais genuína a conhecer a realidade etno-antropológica das comunidades de acolhimento. Paralelamente o visitante é levado a interagir com a comunidade local e a vivenciar experiências genuínas que são factores de diferenciação ao turismo de massas. Por sua vez, o acompanhamento turístico por parte de animadores permite uma maior conservação do património e a revitalização de práticas artesanais ancestrais. Por essa via, a Animação Turística assume um papel de grande importância no processo de atractividade e fidelização do activo turístico, gerando ao mesmo tempo mecanismos de ampliação do tecido empresarial e da renda turística.

5. Da sistematização dos problemas à apresentação de soluções

A elaboração de uma análise SWOT referente ao território e oferta turística da ilha Terceira permite concluir que existe uma clara interactividade entre as potencialidades e recursos físicos e a dinâmica de acção cultural local. Decorre desta premissa, a

possibilidade de fazer emergir um conjunto específico de programas promotores de processos de diversificação da oferta turística local (Figura 4).

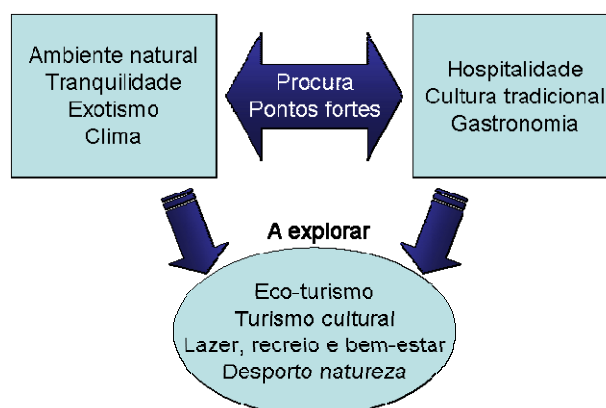


Figura 4 – Matriz pontos fortes versus áreas de intervenção

Os pontos fortes como a qualidade ambiental e a genuinidade das culturas locais, são elementos estruturantes de significativa importância no processo de emancipação dos novos produtos turísticos. Todavia os pontos fracos igualmente detectados no sistema turístico e sócio-territorial da Terceira terão que, no nosso planeamento determinar soluções através da implementação de programas especificamente vocacionados para o efeito (Figura 5).

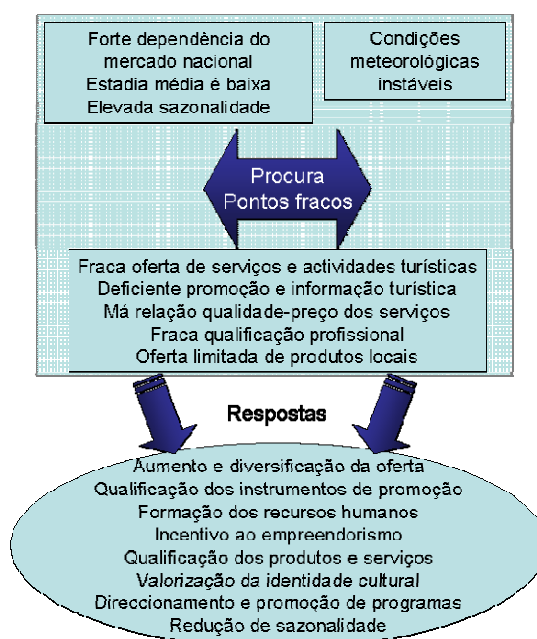


Figura 5 – Matriz pontos fracos versus resposta ao problema

A avaliação diagnóstico do produto turístico da ilha Terceira, contrasta com as inúmeras possibilidades de diversificação da oferta turística presente na análise das potencialidades e dos recursos naturais e culturais, que muito embora existentes, não são efectivamente utilizados.

6. PEATT

6.1. Enquadramento geral

O Plano Estratégico de Animação Turística para a Ilha Terceira (PEATT) é um instrumento de ordenamento turístico-territorial que pretende estruturar os modelos e as práticas de Animação Turística, tendo por maior razão a qualidade do produto turístico e a qualificação da oferta turística local.

Essa qualificação alicerça-se nas potencialidades e nos recursos turísticos de base endógena, procurando-se com este projecto introduzir novas dinâmicas de complementaridade no quadro da oferta turística.

Trata-se de um instrumento que, tendo origem nas preocupações da Secretaria Regional da Economia dos Açores, relativamente ao baixo volume de ocupação e de permanência turística na Ilha Terceira, está a ser desenvolvido pela Associação Regional de Turismo contando com a consultadoria da empresa Lazer Outdoor Consulting.

Muito embora assuma as características de um instrumento piloto, cuja base experimental vai ser aplicada no território turístico da Ilha Terceira e desenvolvida pelo seu núcleo empresarial, pretende-se com ele, garantir uma efectiva sustentabilidade na oferta do produto de Animação Turística assegurando que este se estruture como um elemento referencial nas dinâmicas da procura e da oferta turística local, ao nível dos mercados nacional e internacional.

A concretização de um Plano Estratégico para a Animação Turística na ilha Terceira (PEATT) é um instrumento fundamental para o desenvolvimento do tecido turístico de um território que, muito embora possua um conjunto de recursos mobilizadores de atractividade turística, vive com os constrangimentos decorrentes de uma oferta turística centrada na densificação hoteleira, numa procura sazonal de baixa permanência e de um modelo de oferta turística estruturado em propostas pouco diversificadas e insuficientemente promovido.

Os programas propostos neste projecto procuram abranger três áreas fundamentais para a qualificação turística da Ilha Terceira, áreas consideradas deficitárias no panorama turístico açoriano:

- A oferta de programas de animação turística;
- A formação de recursos humanos na área do turismo;
- A promoção e divulgação turística.

6.2. PEATT - Objectivos

Sendo o PEATT um instrumento piloto, pretende-se com ele, promover uma efectiva sustentabilidade na oferta do produto de animação turística, procurando que este se estruture como um elemento referencial nas dinâmicas de desenvolvimento local.

Um dos principais objectivos deste panorama passa por potenciar mecanismos que, através da introdução de produtos inovadores no mercado de oferta turística da Terceira, permitam ampliar o volume de oportunidades de lazer, aos consumidores turísticos e ao mesmo tempo, garantir aos empreendedores locais a possibilidade de diversificar a oferta, promover a detecção de novas oportunidades de negócio e incentivar o circuito económico local.

Assim, e em síntese, este plano apresenta os seguintes objectivos:

- Definir estratégias e modelos operacionais de Animação para o desenvolvimento turístico da Ilha Terceira;
- Elaborar modelos programáticos de Animação Turística que sejam exequíveis tendo por base a estrutura empresarial local;
- Desenvolver em sintonia com as empresas do sector turístico local projectos de animação nas áreas de turismo natureza, turismo cultural, turismo náutico e turismo desportivo;
- Conceber desenvolver e aplicar conteúdos de Animação Turística de pequenas e médias dimensões, bem como grandes eventos;
- Promover iniciativas de formação no quadro da Animação Turística;
- Desenvolver metodologias de qualificação dos instrumentos de promoção e informação turística para a Ilha Terceira;
- Criar instrumentos de avaliação e diagnóstico da actividade turística da Ilha Terceira.

Tendo como acção a ilha Terceira, são objectivos específicos deste plano:

- Ampliar e diversificar o produto turístico;
- Ampliar e diversificar o aparelho empresarial turístico;
- Apresentar modelos de inovação na forma de produtos e actividades turísticas;
- Ampliar com sustentabilidade a procura turística;
- Ampliar o tempo médio de permanência;
- Reduzir a sazonalidade turística;
- Criar condições para uma maior fidelização e conseqüente retorno do cliente;

- Potenciar novas sinergias para uma remodelação do modelo de promoção;
- Inovar o sistema de promoção;
- Desenhar um novo modelo de oferta do pacote turístico;
- Desenhar um novo modelo de merchandising específico para este território;
- Desenvolver estratégias integradas com o universo empresarial local no sentido de garantir candidaturas aos eixos de financiamento para o turismo.
- Promover e reforçar os produtos locais associados à gastronomia e ao artesanato
- Promover e qualificar as infra-estruturas e equipamentos destinados às actividades de turismo natural e cultural

7. Estratégia de Acção

O rápido desenvolvimento do produto turístico terceirense, estruturado ao longo dos últimos cinco anos, permitiu um crescimento acelerado da capacidade de alojamento e restauração turística.

Este processo não foi acompanhado por idêntico crescimento da procura turística, tornando-se então necessário introduzir, nas dinâmicas de oferta turística local, novos produtos que, em complementaridade com os já existentes, possam levar ao crescimento sustentado da procura turística.

No quadro destes novos produtos surge a Animação Turística como elemento integrador da multiplicidade de recursos (naturais e histórico-patrimoniais), num processo simbiótico e complementar ao efectivo de oferta turística existente.

Nesse contexto tornou-se fundamental desenhar um plano estratégico para a Animação Turística que contemplasse três campos programáticos de acção.

- Desenvolvimento de um modelo integrado de Animação Turística e que seja estruturado através de actividades promovidas por actores ou grupos empresariais locais;
- Ampliação da massa crítica e a competência técnico-científica, através da aplicação de iniciativas formativas, de modo a habilitar a Ilha Terceira com recursos humanos qualificados para o exercício das actividades de animação turística;
- Um terceiro campo de acção, estruturado na multiplicidade de realização de eventos e na produção de um sistema de marketing, que materializasse uma maior capacidade de oferta turística.

O primeiro campo de acção permite claramente a ampliação das dinâmicas empresariais do sector turístico, quer por via da introdução do produto animação em empresas já existentes, quer ainda, pela possibilidade de fazer imergir novas estruturas empresariais nesta área.

O desenvolvimento de programas de animação tem por objectivo ampliar o tipo de actividades oferecidas ao turista e ao mesmo tempo, garantir a qualificação do produto turístico da Ilha Terceira, conjuntamente com um retorno económico mais elevado para o corpo empresarial local.

O segundo campo programático de acção inscreve-se no processo de qualificação dos recursos humanos neste sector. Com efeito, as actividades de Animação Turística exigem um profundo conhecimento técnico e científico dos seus interventores, quer no plano da gestão, quer nas dinâmicas de execução. Por essa via, entendemos que a formação e a qualificação profissional são vectores de fundamental importância, quer no quadro da operação turística, quer no processo de implementação deste plano.

Por último, o terceiro campo programático concentra-se no processo de promoção e informação turísticas da Ilha Terceira. Pensamos ser fundamental utilizar as dinâmicas da Animação Turística, para desenvolver conteúdos geradores de uma mais elevada qualificação na promoção, na informação e no *merchandising* turístico deste destino.

8. Fases de concepção e desenvolvimento do plano estratégico

A realização deste programa tem por base uma assumida articulação e a permanente interacção, entre os diversos componentes da sociedade terceirense.

Com efeito, para que exista uma clara exequibilidade do mesmo, é fundamental que se integrem neste processo os órgãos de decisão política, as autarquias, o universo cultural e o sector empresarial, com o objectivo de, em conjunto, se desenharem redes de intervenção comum, de se construírem plataformas de financiamento partilhado e de, em colectivo, se assumir a responsabilidade pela realização e pelo êxito do plano.

O principal objectivo passa pela construção de um conjunto de projectos de Animação Turística inscritos nos sectores: natureza, cultura, desporto e mar, que possam despoletar os processos de atractividade e fidelização turística.

Esta dinâmica será garantida por via da implementação e desenvolvimento de programas de Animação Turística promovidos pelo contexto empresarial local e terá por

principal finalidade a multiplicação e a diversificação da oferta turística da Ilha Terceira. O plano estratégico incorpora três linhas programáticas de grande dimensão:

- Implementação de programas de Animação Turística;
- Qualificação de recursos humanos para a qualificação turística;
- Promoção e informação turística.

9. Programas de implementação de Animação Turística

9.1. Projectos de animação em turismo de natureza

O património natural é um forte componente da oferta turística da Ilha Terceira e por essa via um produto com uma elevada margem de progressão na perspectiva do consumo da animação turística.

Das manifestações vulcânicas, à arquitectura das pastagens, passando pelas florestas autóctone da Serreta e da serra de Santa Bárbara, da dimensão eco-museológica do Algar do Carvão, à especificidade e particularidade da fauna e flora, existe, numa dinâmica de acentuados contrastes, um potencial palco para actividades de animação turístico-natural.

Utilizando um modelo de elevada sustentabilidade e de baixa concentração de uso turístico os projectos de animação propostos, emergem em campos de acção onde se tem vindo a registar uma grande adesão, quer ao nível do mercado nacional quer ao nível do mercado internacional.

Para um território ambiental tão valorizado como a Ilha Terceira, importa desenvolver conteúdos de animação que permitam divulgar as suas potencialidades naturais, desenvolvendo produtos que respondam, por um lado, a solicitações específicas do mercado e, por outro, que sejam promotores de propostas inovadoras, que contemplem abordagens de ordem educativa, científica e lúdica e que se desenvolvam através do cruzamento de uma multiplicidade de actividades, que vão dos percursos pedestres às manobras de corda, passando pelo espeleísmo e pelo estudo aplicado da vulcanologia e da fauna e flora.

A implementação destas iniciativas, permitem ao mesmo tempo desenvolver e qualificar estrategicamente o modelo económico-empresarial local projectando mecanismos de multiplicação a montante e a jusante da actividade, com crescentes mais-valias para o tecido económico local.

Neste programa, e tendo em vista a admissibilidade das empresas a candidaturas, foram criadas três grandes áreas de actuação que se inscrevem nas dinâmicas de animação turística em meio natural, podendo as empresas promover e comercializar produtos nessas áreas:

- Animação Eco-vulcanológica
- Animação Eco-turística
- Animação de Eco-aventura

Numa dimensão mais estrutural e extra empresarial, devem-se desenvolver paralelamente diversos programas temáticos, que possam ser também turisticamente comercializados. Estes programas podem ser desenvolvidos através de uma estratégia comercial, mas deverão ser criadas condições, para poderem ser realizados em relativa autonomia. Destes programas destacam-se um conjunto de rotas: do Espeleísmo, do Bem-estar; do Touro; do Leite; do Vinho

Paralelamente deve-se desenvolver uma rede de percursos pedestres e outra de bicicleta-todo-o-terreno, constituída por percursos de pequenas rotas circulares, ou rotas lineares com pontos de partida e chegada com boa acessibilidade.

É ainda importante desenvolver um conjunto de programas pontuais, especialmente com a organizar eventos nesta área como, por exemplo: Seminário sobre Vegetação Autóctone, Congresso Internacional de Vulcanologia e uma Prova do Campeonato Nacional de Eco-aventura.

9.2. Projectos de Animação em Turismo Cultural

O património seja ele cultural ou natural, é sempre um recurso muito importante para o desenvolvimento de um determinado território. O património é tudo o que nos envolve e ajuda a definir um determinado local ou cultura.

O património cultural de um determinado território é muito importante para a valorização do mesmo e para a organização de outras actividades, constituindo uma mais valia para a região e funcionando como factor de atractividade turística. Este deve ser encarado como algo que nos foi deixado, e que temos obrigação de preservar para que chegue às gerações vindouras.

O património cultural de uma região regista uma dupla função para o destino. Será não somente uma mais valia identitária da região, quanto por essa via, se destaca como um produto cujas características vão despertar a atenção dos visitantes.

O património edificado cria laços de afectividade na população local, que o identifica como um reflexo cultural e a imagem da sua evolução e história.

Relativamente à ilha Terceira, devemos otimizar a dimensão lúdico-turística que está afectada a um conjunto de actividades que até este momento preenchem somente a componente etnográfica local.

O Carnaval e as corridas de toiros à corda, antropológicamente referenciadas pela sua particular genuinidade assumem claramente a condição de excelência enquanto produto turístico, só por si mobilizadores de atractividade turística.

Pensamos que deverá ser feito um trabalho articulado com os vários agentes que integram este projecto no sentido de uma ampla divulgação desta actividade e de uma promoção partilhada, afim de sustentar a sua procura como produto turístico.

As dinâmicas de Animação Cultural deverão comportar então propostas nas áreas de dinâmicas teatrais e animação de rua, de animação museológica e de organização de eventos culturais e musicais.

9.3. Animação Turístico-marítima

As propostas empresarias no âmbito da animação turístico-marítima deverão incorporar especialmente as seguintes actividades: de sensibilização e informação ao meio náutico; Subaquáticas; Pesca Desportiva; Passeios de barco; Observação de Cetáceos e Vela.

Deve ainda incluir um conjunto de programas pontuais, dos quais se destacam a organização de eventos nesta área como, por exemplo: Concursos de pesca desportiva, concurso de fotografia subaquática, regatas de veleiros de cruzeiro, regatas de windsurf, regatas de jet-sky

9.4. Animação Desportiva

A oferta de propostas de actividade desportiva pode contribuir declaradamente para o processo de atracção e de fidelização turística da Ilha Terceira, pelo que se torna fundamental desenvolver iniciativas e conceber projectos que assumam essa oportunidade de negócio.

Assim consideramos fundamental desenvolver projectos nas áreas de desporto de manutenção, bem-estar e turismo de saúde; desporto urbano; desporto aventura; desporto náutico e golfe.

10. Programa de Formação em Animação Turística

Sendo a Animação Turística uma actividade com características muito específicas, importa criar um modelo de formação que inclua mecanismos de qualificação nas áreas de gestão e nas áreas de execução. Sem este sistema qualificador receamos não existir condições que garantam a exequibilidade deste plano estratégico; pelo que sugerimos que, em sintonia com as orientações do plano de implementação, se desenvolvam cursos de formação em Animação Turística numa óptica de formação-acção.

A necessidade de enquadrarmos as actividades de Animação Turística, com um espírito de qualidade do produto e de segurança dos consumidores, obriga ao desenvolvimento de uma estratégia de formação que qualifique técnicos operacionais de terreno em áreas que vão do turismo natureza, ao desporto aventura, passando por actividades de teatro de rua e de montagem e realização de eventos musicais, congressos, etc.

Tendo em vista a qualificação dos recursos humanos existentes nas empresas do sector de Animação Turística, deve desenvolver igualmente um programa de formação para activos, que terá como alvo de acção cada uma das subáreas de intervenção onde se inscreve a actuação de cada empresa.

Importa também garantir formas de qualificação de recursos humanos que, sendo complementares à animação turística, são fundamentais no processo de valorização do produto Terceira, nomeadamente nas áreas de formação relacionadas com os Guias de Natureza, restauração (Mesa/Bar e cozinha) e recepção e acolhimento

11. Programa de Promoção e Divulgação Turística

Segundo o “Estudo sobre os turistas que visitam os Açores”, elaborado pelo Serviço Regional de Estatística dos Açores (SREA) em 2001, os visitantes referem que as principais fontes de informação que os levou a conhecer e visitar o arquipélago foram a “recomendação de familiares ou amigos” (33%) ou “visita anterior” (22%). Por sua vez, a publicidade institucional, representa um peso muito limitado, cerca de 4% e a Internet uns meros 4,5%.

Deste estudo conclui-se que a promoção turística é um dos pontos fracos na oferta turística dos Açores, sendo fundamental apostar na divulgação do destino Açores, recorrendo a estratégias de promoção que cheguem e cativem os potenciais visitantes.

Para se alcançar esse objectivo é necessário diversificar as estratégias de promoção, adaptando-as às novas demandas e promovendo a inovação.

Como os serviços de animação turística associados ao turismo de natureza são maioritariamente prestados por micro-empresas e destinados a grupos de reduzida dimensão, a capacidade da maioria das empresas para promoverem os seus produtos é escassa, pelo que a promoção necessita realizar-se através de um sistema integrado. Com essa estratégia promove-se igualmente o empreendedorismo, a ampliação da oferta e o desenvolvimento de pequenos clusters associados a produtos e serviços muito especializados.

É indispensável incluir no programa de promoção da Terceira um conjunto de factores que são fundamentais para a sua qualificação:

- Criar uma imagem de marca da Terceira;
- Implementar instrumentos de certificação associados a uma imagem de qualidade dos produtos e serviços da Ilha Terceira;
- Definir uma estratégia de *merchandising*;
- Implementar sistemas de informação e promoção;
- Distribuição de *voucher's* para oferta e promoção de serviços locais, essencialmente centrado na animação;
- Realização de programação temática mensal em estreita ligação com as Autarquias e entidades locais;
- Realização de eventos com algum impacte a nível nacional, de forma a aumentar a atracção turística;
- Produção de programas para a televisão e DVD's promocionais sobre as actividades de Animação Turística na Terceira;
- Criar sinergias de promoção e divulgação com a Associação de Turismo dos Açores (ATA).

Este conjunto de áreas de intervenção pode ser agrupado em duas áreas estratégicas de promoção turística. A primeira direccionada para os visitantes que chegam à ilha e têm dificuldade em encontrar informação sobre a oferta turística. Para colmatar esta falha o PEATT está a promover a elaboração de folhetos direccionados para a oferta de animação cultural e de actividades de natureza e marítimo-turística, folhetos que englobam o conjunto de empresas e de produtos turísticos. Paralelamente incentiva-se a edição de folhetos para cada empresa. Esta informação passará a estar disponível em locais de passagem dos turistas (aeroporto, alojamentos, etc.) em expositores *standards*, elaborados especificamente para esta função.

A segunda área refere-se à promoção direccionada para captar novos visitantes.

Entre as diversas medidas, o PEATT aposta nas novas formas de marketing turístico decorrentes da generalização das redes de informação electrónica, em particular no desenvolvimento de informação para a Web e no e-turismo.

Entre os diversos projectos refere-se como exemplo o desenvolvimento da página na Web da ART, que pretende vir a ter um papel importante na divulgação da potencialidade turística da ilha, e o desenvolvimento de um Sistema de Informação Geográfico para a Internet (WebGIS), destinado ao Turismo de Natureza (Figura 6).

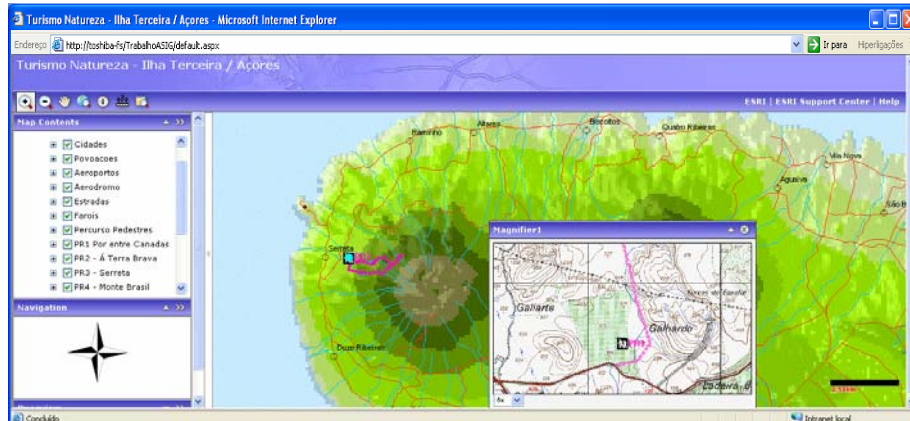


Figura 6 – O WebGIS implementado no ArcGIS Server

Este último projecto tem como premissa a disponibilização de informação geográfica relacionada com o turismo activo e desportos na natureza, destinado a um alargado número de utilizadores que não necessitam de ter conhecimentos de SIG, bastando ter acesso à Internet e a um browser vulgar. A partir do WebGIS, os utilizadores tem acesso de forma simples e gratuita à visualização, consulta e *download* de informação e dados (Figura 7).

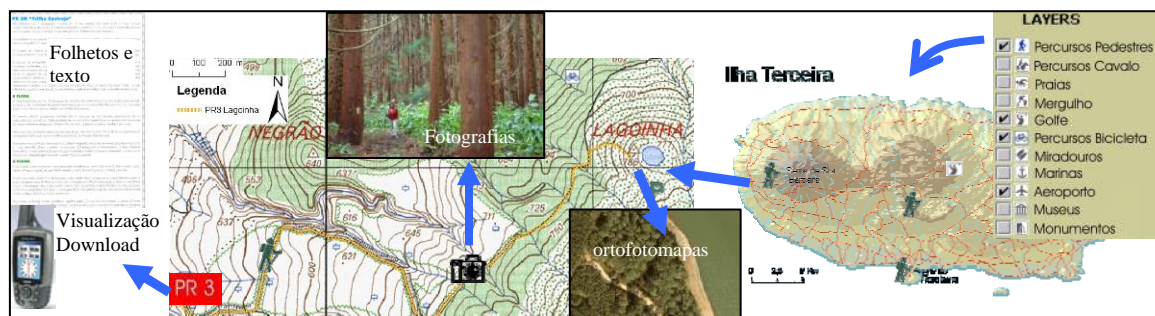


Figura 7 – Funcionalidade e interactividade dos mapas no WebGIS

O acesso à informação é realizado em grande parte com recurso aos mapas, utilizando ferramentas de ZOOM e de selecção de elemento, através de hiperligações, ou recorrendo ao menu com ícones. Os mapas são dinâmicos, estimulando a interactividade e funcionam como interface para outra informação geográfica ou não geográfica.

12. Conclusão

O património local (natural e cultural) apresenta, um grande potencial para constituir uma forte componente da oferta turística da Ilha Terceira e, por essa via, ser um produto com elevada margem de progressão na perspectiva do consumo da animação turística. Para captar mais turistas e especialmente fazer com que eles permaneçam mais tempo na ilha, é indispensável promover o desenvolvimento do turismo de natureza, impulsionado pela divulgação das suas potencialidades e reforço e qualificação dos serviços.

O modelo de desenvolvimento proposto, assenta no princípio da aplicação de um instrumento dinâmico, endógeno e participado, que integre a comunidade empresarial e os *actores privilegiados locais*, no processo de decisão e de implementação de iniciativas locais de desenvolvimento turístico, quer ao nível da aplicação das propostas no terreno, quer ao nível do processo de avaliação de desempenho e de resultados.

As dinâmicas projectivas concebidas, estruturam um posicionamento de planeamento integrado que tem por principal capital a condição de *fazer com* e não o princípio de *fazer para*.

Enquadrado numa perspectiva sócio-territorialista, o PEATT, procura potenciar os recursos naturais da ilha Terceira, promovendo a sua genuinidade, e salientado a sua harmonização com as dinâmicas sócio-culturais. Se por um lado importa ressaltar a importância que o contexto paisagístico (vulcanologia, mar, fauna e flora) tem para o desenvolvimento turístico da Ilha Terceira, por outro, importa perceber que a articulação desta dimensão com as práticas sócio-culturais e religiosas (S. Joanas, Festas do Espírito Santo, bailinhos de Carnaval e touradas à corda) é essencial para conceber e diversificar a oferta do produto turístico, e para, num processo de implementação do genuíno, o diferenciar de outros territórios de proximidade. e dinamização, quer nas propostas de acção, quer na análise de desempenho e de resultados, quer no processo de acção quer na valorização daí decorrente.

O PEATT é claramente um instrumento de ordenamento turístico, que enquadra quatro vectores estratégicos de desenvolvimento turístico (Mar, Natureza, Cultura e Desporto), que são compreendidos segundo um processo integrado e inter-activo, estimulando um modelo de desenvolvimento de planeamento territorial e de gestão empresarial em plena cumplicidade e articulação. Procura fazê-lo através de um processo de envolvimento e

de participação comunitária, criando pontes entre os vários tecidos empresariais, directa e indirectamente ligados ao turismo e tendo por referencial o princípio de parceria que necessariamente deverá unir do ponto de vista turístico as especificidades e as singularidades, não só da ilha Terceira, mas das restantes ilhas do Grupo Central dos Açores.

Bibliografia

- Ander Egg, Ezequiel (1984). Metodologia y práctica de la animation socio-cultural, Buenos Aires, Ed. Humanitas
- Besnard, Pierre (1980). L'animation socio-culturelle, Paris, P.U.F.
- Boterf, G.; Lessard, P. (1986). L'ingénierie des projects de développement. Gestion participative et développement institutionnel, Agence d'ARC inc., INFREP, Paris.
- Cembranos, F., et al. (1988). La animación sociocultural: una propuesta metodológica, Madrid, Editorial Popular.
- Dumazedier, J. (1962). Vers une civilization du loisir? Paris, Editions du Seuil.
- GEOIDEIA, ISE, PLURAL (2004). Plano de Ordenamento Turístico da Região Autónoma dos Açores, Relatório Intermédio. Consórcio
- Kraak, M.-J. (2004). "The role of the map in a Web-GIS environment." Journal of Geographical Systems 6(2): 83.
- Lichfield, N. et al. (1975) Evaluation in the planning process, pergamon press, N.Y.
- Limbos, E. et al. (1981). L'animation des groupes de culture et loisirs, Paris, Ed. E.S.F.
- Ministério da Economia e de Inovação/ Secretaria de Estado do Turismo. (2006) - PENT Plano Estratégico Nacional para o Turismo, 2006 – 2015.
- Pearce, D.; Nash, C. (1981). The social appraisal of projects: a text in cost-benefit analysis, MacMillan Press, Londres.
- Pigram, J. J., Jenkins, J. M. (1999). Outdoor Recreation Management. Routledge, London.
- SREA (2001). Estudo sobre os turistas que visitam os Açores. Serviço Regional de Estatística dos Açores. Angra do Heroísmo.
- SREA (2007). Estatísticas do Turismo - Janeiro a Dezembro de 2006. Serviço regional de Estatística dos Açores. (<http://srea.ine.pt/> 2007-04-03)
- Watt, David (2004). Gestão de Eventos em Lazer e Turismo. Bookman
- West, P., Igoe, J., Brockington, D. (2006). Parks and Peoples: The social impact of protected areas. The Annual Review of Anthropology, June 5 (p. 251-277).