

O Oceano – A Fronteira Nacional do Século XXI

João Figueira de SOUSA

Professor da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas e Presidente do Instituto de Dinâmica do Espaço da Universidade Nova de Lisboa.

André FERNANDES

Mestrando em Desenvolvimento e Cooperação Internacional e colaborador do Instituto de Dinâmica do Espaço da Universidade Nova de Lisboa.

Resumo

Este artigo aborda a questão da importância estratégica do Oceano para Portugal no contexto da afirmação dos processos de globalização e de integração europeia. Neste sentido, desenvolve-se uma reflexão em torno das potencialidades recrudescidas deste recurso multidimensional (destacando a sua relevância no desenvolvimento científico, economia, ambiente, como elemento de identidade e sob uma perspectiva político-estratégica) enquanto trave-mestra do reforço da identidade nacional e de um modelo de desenvolvimento verdadeiramente sustentável baseado na perspectiva de especialização numa economia oceânica, beneficiando e potenciando as vantagens comparativas de Portugal. Pretendendo reiterar a ideia de complementaridade e viabilidade sinérgica das “opções” oceânica e europeia, enfoca-se o caso do turismo como actividade económica em que urge actuar de forma integrada e sistémica, propondo-se o desenvolvimento de uma nova tipologia de turismo – o Turismo Oceânico – pilarizada em três produtos: náutica de recreio e desportiva, cruzeiros turísticos e actividades marítimo-turísticas. Tratando-se de uma abordagem inovadora, são apontados os principais aspectos a considerar na avaliação do seu potencial (quer no lado da oferta, quer no lado da procura), bem como na reestruturação dos produtos, sub-produtos e recursos turísticos a integrar nesta nova tipologia.

Palavras-chave: Economia do Mar; Estratégia Nacional para os Oceanos; Turismo Oceânico; Náutica de Recreio; Cruzeiros Turísticos; Actividades Marítimo-Turísticas.

Abstract

This article analyzes the Ocean's strategic relevance to Portugal, in a context of a deep globalization and European integration. This way, we develop a line of reasoning over the potentialities of this resource (with a particular focus on scientific development, economy, environment), as a main base of both national identity and sustainable development model. We defend a perspective of specialization in the so called "ocean economy" that benefits and promotes Portugal's comparative advantages. We will use, as main reference, the tourist activity, which we believe to be appropriate to a strategy based on a systemic approach. Therefore, we proposed the development of a new tourist typology – Ocean Tourism – based on three main pillars: nautical leisure activities, tourist cruises and sea-tourist activities. Taking into account that we are dealing with a new approach, we point out the main features that one must take into consideration in an evaluation of potentialities (supply and demand) and of tourist products and resources as well.

Key-Words: Sea Economy; National Strategy for the Oceans; Ocean Tourism; Nautical leisure activities; Tourist Cruises; Sea-tourism activities.

Résumé

Cet article se rapporte à une question d'importance stratégique de l'Océan pour le Portugal dans un contexte d'affirmation des procès de globalisation et d'intégration européenne. Dans ce procès, on développe une réflexion au tour des potentialités recrudescents de ce recours multidimensionnel (surtout l'évidence de son importance pour le développement scientifique, économique et ambiant, comme un élément d'identité et sous une perspective politico stratégique) ainsi qu'une poutre maîtresse du renfort de l'identité nationale et d'un modèle de développement vraiment soutenable basé sur une perspective de spécialisation dans une économie océanique bénéficiant et permettant les avantages comparatives de Portugal. Prétendant réitérer l'idée d'une complémentarité et viabilité synergétique des "options" océanique et européenne, on analyse le cas du tourisme comme une activité économique dans laquelle il est urgent d'agir d'une manière complète et systématique, en proposant le développement d'une nouvelle typologie du tourisme – le Tourisme Océanique – enregistré sur trois produits : nautique de récréation et sportive, croisières touristiques et activités touristiques maritimes. Ainsi, comme un abordage innovateur, on énumère les aspects principaux qui doivent être considérés dans l'évaluation de son potentiel (soit du côté de l'offre,

soit du côté de la recherche), de même que dans la restructuration des produits, sous-produits et recours touristiques qui vont parfaire cette nouvelle typologie.

Mots-Clés : Économie de la Mer ; Stratégie National pour les Océans ; Tourisme Océanique ; Nautique de Recréation ; Croisières Touristiques ; Activités Touristiques Maritimes.

1. Introdução

O documento “Estratégia Nacional para os Oceanos”, elaborado pela Comissão Estratégica dos Oceanos, veio relançar o debate acerca da acuidade e valia da afirmação de uma reorientação estratégica nacional relativamente a um recurso multidimensional, capaz de sustentar a constituição de um “mega-cluster oceânico”, propulsor do encetamento de um modelo de desenvolvimento sustentável e do reforço da identidade nacional, num contexto de reforço dos processos de globalização e integração europeia. Com efeito, a oportunidade do presente artigo decorre precisamente da necessidade de reflexão acerca das orientações definidas no âmbito deste documento para as actividades turísticas e de lazer, tipologicamente fundadas sob a designação de *Turismo Oceânico*.

Trata-se de perceber a relevância das orientações definidas como forma de dinamizar, estruturar, diversificar e diferenciar uma oferta tipológica assente num produto cujo modelo de exploração actual (essencialmente baseado no turismo de “sol e mar”) evidencia a entrada numa fase de maturidade e/ou saturação (relatividade ancorada no contexto territorial enfocado).

Partindo da análise da importância do Oceano para Portugal e da estratégia desenhada pela Comissão Estratégica dos Oceanos, apresentam-se, então, os nódulos que dão corpo ao desenvolvimento do *Turismo Oceânico*, bem como a abordagem metodológica preferencial a adoptar na formulação deste “novo” produto turístico, e ainda a forma como os objectivos estratégicos preconizados e a consecução deste produto se enquadram nos objectivos definidos para o sector.

2. A Importância do Oceano para Portugal no contexto da União Europeia

“A identidade de Portugal como nação e a sua individualidade como País só foi possível pela afirmação perante Espanha da sua projecção para o Atlântico, como forma de adquirir potencial geoeconómico e geocultural suficientemente

centrífugo para conseguir o equilíbrio com Castela, e depois com Espanha” (Carvalho *cit in* Umbelino e Sousa, 1998: 330-331).

A afirmação deste pensamento estratégico (reprodutível noutros países europeus, como a Holanda ou a Dinamarca, em que a “exiguidade” territorial, entendida como factor limitante da individualidade supracitada, ditou o seu impulso Atlântico), consubstanciado na relevância que os espaços marítimos viriam a adquirir para Portugal, é indissociável da consciencialização colectiva acerca das potencialidades associadas à situação do território nacional “na convergência dos mares Atlântico e Mediterrâneo, numa posição de grande interesse estratégico para a segurança de muitos países e rotas marítimas, aliada à dispersão e descontinuidade territorial que implica a abrangência de um maior espaço marítimo” (Umbelino e Sousa, 1998: 330). Por outro lado, importa não descorar a extensão da costa portuguesa que, espraiando-se por aproximadamente 850 Km, materializa o *interface* com a maior área marítima (leia-se Zona Económica Exclusiva) de toda a União Europeia (U.E.).

Estes vectores, complementados por muitos outros que não cabe aqui explicitar, fundaram uma nação eminentemente oceânica, cujo reatamento relacional e concomitante integração relativamente a uma Europa continental secularmente distante, processa-se, grosso modo, já no terceiro quartel do Século passado (com o fim do “Estado Novo” e ulterior adesão à, então, Comunidade Económica Europeia), não obstante a “abertura económica de Portugal ao exterior [ter sido] um processo gradual [iniciado anteriormente]: arrancou com a entrada na Organização Europeia de Cooperação Económica (OECE), em 1948; deu um grande salto em frente com a adesão à EFTA, em 1960; prosseguiu com a celebração do Acordo de Comércio Livre com a CE, em 1972; (...) e culminou com a adesão à CE, em 1986” (Silva Lopes, 1996: 273).

Contudo, a assunção da opção europeia acabou por decretar um progressivo afastamento sócio-económico, e mesmo sócio-cultural, relativamente ao Mar¹, e assim uma perda de relevo da economia marítima, encontrando esta apreciação sustento factual em diversos indicadores estatísticos. Com efeito, e parafraseando Confraria, Machado e Sousa (*cit in* Matias, 2005: 12), verifica-se que:

- “A quota relativamente reduzida dos portos portugueses no tráfego portuário das mercadorias da U.E., encontrando-se em penúltimo lugar logo a seguir à Irlanda, com óbvia exclusão da Áustria e do Luxemburgo;
- A exportação de serviços de transportes marítimos tem muito menos expressão do que o PIB português, quando comparados os dois elementos num conjunto de 16 países da U.E.;

¹ Para Matias (2005: 9-10), “nas últimas três décadas, os indicadores estatísticos de praticamente todas as actividades marítimas revelam que o país se afastou do mar, num movimento sem precedentes na sua história, contra a natureza e a lógica geográficas e contrariando o elementar bom senso”.

- A náutica de recreio tem, em valor relativo, um peso reduzido, quer em termos de embarcações, quer de marinas, apesar de ter crescido, entre 1994 e 2003, a um ritmo de 9% ao ano. Por exemplo, em Portugal há 188 habitantes por embarcação de recreio, enquanto que esse indicador é de 68 em Itália, 66,5 em França, 7 na Finlândia, 6,8 na Noruega e 6,7 na Suécia;
- Numa quantificação das vantagens comparativas reveladas em sectores da economia marítima portuguesa verifica-se que apenas os transportes aéreos e o turismo apresentam indicadores positivos, em oposição aos transportes marítimos, às pescas e às embarcações de recreio”.

Paralelamente, e com especial incidência a partir da viragem para a década de 90 do Século transacto, assistiu-se a um despertar de vários países europeus, e da própria U.E., para a problemática da competitividade das actividades marítimas, entretanto ameaçada pela emergência das novas potências marítimas asiáticas², sendo que para tal muito contribuíram os avanços teóricos preconizados por Michel Porter, os quais formulam-se como um “ingrediente essencial à formulação de políticas europeias e nacionais que estimulem a dinâmica e mantenham os «clusters» viáveis e, em particular, os «clusters» marítimos” (Wijnolst, *cit in* Matias, 2005: 6). Em resultado deste novo enfoque estratégico das actividades marítimas assiste-se, por exemplo, às seguintes evoluções:

- “Holanda de 1996 a 2001 – o número de navios mercantes e a tonelagem aumentaram, respectivamente, 40% e 37%. O número de tripulantes nacionais subiu 34% e o total cresceu 69%;
- Reino Unido de 2000 a 2002 – o número de navios e a tonelagem aumentaram 13% e 57%. O número de instruídos a bordo subiu 35%;
- Dinamarca de 1988 a 2003 – Construiu a frota mais moderna do mundo e mais do que duplicou a tonelagem” (Sjofartens Anlys Institut, *cit in* Matias, 2005: 10-11).

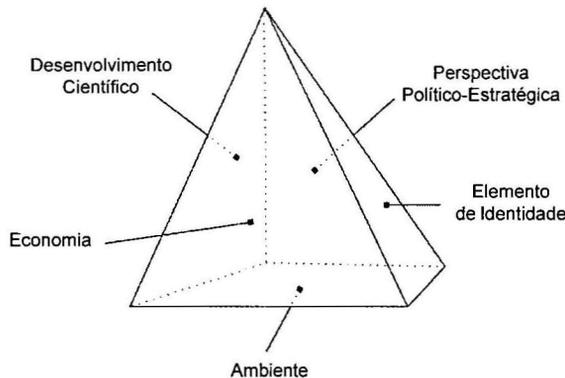
No que diz respeito a Portugal, de 1988 a 2003, e “segundo dados do Instituto Portuário e de Transportes Marítimos, o número de navios reduziu-se de 72 para 22 e a tonelagem diminuiu 87%” (Sjofartens Anlys Institut, *cit in* Matias, 2005: 11).

Com propriedade poder-se-ia afirmar que à “fatalidade da opção oceânica” seguiu-se a “fatalidade da opção europeia”, corolário do incontornável processo de globalização e integração europeia. Todavia, em nossa opinião, tais opções despem-se de quaisquer antagonismos, uma vez que a sua complementaridade e

² A competitividade destes países é assinalável, por exemplo, no que diz respeito à competitividade-custo e “competitividade-tempo” da construção e reparação naval.

confluência estratégica é, não só possível, como também desejável. Isto é, considera-se fulcral a instrumentalização das potencialidades oceânicas (Figura 1) enquanto elemento fulcral à capacitação de Portugal para acompanhar e beneficiar da imposição supra-nacional dos referidos processos, contribuindo os mesmos para o desenvolvimento equilibrado do país.

Figura 1 – Poliedro do Potencial Oceânico



Corroborando esta perspectiva, o “Plano Nacional de Desenvolvimento Económico e Social” coloca a tónica na necessidade de Portugal “encarar seriamente candidatar-se a ser um «Nó» europeu ou mundial de actividades de I&D realizadas no âmbito da cooperação científica internacional, numa ou duas áreas de grande projecção futura e para as quais o País tivesse dotação de factores naturais e/ou humanos para poder ambicionar acolher no seu território esse «Nó» (...): as Ciências e Tecnologias dos Oceanos; e, as Ciências e as Engenharias Biomédicas” (MEPAT, 1999: iv-42). Este documento aponta ainda a expansão das actividades logístico-portuários e do transporte marítimo (designadamente o contentorizado), associados à intermodalidade das áreas portuárias, à facilidade de acessos terrestres e à localização privilegiada na “Fachada Atlântica” como uma potencialidade efectiva.

Mais recentemente, e de forma mais exaustiva, o “Relatório da Comissão Estratégica dos Oceanos – Estratégia Nacional para os Oceanos” afirma a viabilidade de desenvolvimento de um “*cluster* do Mar” em Portugal, apostado em actividades directa e indirectamente suportadas por este recurso.

3. A Estratégia Nacional para os Oceanos

A agnição da importância estratégica do Oceano para Portugal no exórdio do Século XXI foi recentemente reiterada e desenvolvida pela Comissão Estratégica dos Oceanos (CEO)³ no documento “Estratégia Nacional para os Oceanos”, no qual este recurso natural compósito e multidimensional é eleito como uma aposta ou desígnio nacional.

Tratando-se da proposição de reconciliação e reorientação de Portugal em relação ao mar, privilegiando-se o seu entendimento e utilização ancorados numa abordagem integradora e sistémica, procura-se simultaneamente responder aos desafios e condicionalismos emergentes, decorrentes da afirmação dos fenómenos da globalização e do aprofundamento da integração europeia. Para além do reconhecimento da importância crescente do Oceano enquanto fornecedor de recursos (sustentáculo de um conjunto de actividades económicas genericamente designadas por “economia do mar”) e de funções ambientais⁴, a virtuosidade desta asserção funda-se precisamente no reforço da ideia de Oceano enquanto:

- factor de *identidade nacional*, entendido “como «marca» distintiva do país no exterior, mas também como percepção que os portugueses têm de si próprios enquanto país e nação” (CEO, 2004a: 17). Desta forma, a concretização deste “repto” é indissociável da necessidade de preservação e divulgação de recursos intangíveis, promotores do reforço de identidades locais e regionais valorativas, bem como da diversificação e valorização de produtos e produções que instrumentalizem vantagens competitivas latentes, efectivando as oportunidades induzidas por um processo de globalização que, uniformizando, acaba por validar, valorizar e difundir a “descoberta” (pela velocidade de circulação da informação e pelo poder da imagem);
- suporte de um *modelo de desenvolvimento sustentável*, “que passará, necessariamente, pela identificação de áreas de especialização que dêem resposta à competitividade acrescida no quadro global, em geral, e no quadro europeu, em particular” (CEO, 2004a: 17).

Este entendimento sinérgico do papel do Oceano numa estratégia global de desenvolvimento consubstancia-se na Missão, assumida pela CEO, de “Destacar Portugal como uma nação marítima da União Europeia”, tendo como pilar referencial a Visão de que “Um Oceano saudável, sustentável e seguro é o princi-

³ Criada pela Resolução do Conselho de Ministros n.º 81/2003, de 17 de Julho.

⁴ São múltiplas as funções ambientais do Oceano, como por exemplo a criação de habitats, o fornecimento de funções vitais (e.g. processamento de CO₂) ou o desempenho de um papel vital no ciclo hidrológico.

pal activo físico e sócio-cultural de Portugal”, pressupondo tais intentos a capacitação de Portugal para:

- “adoptar, de forma integrada, políticas conducentes ao desenvolvimento de pólos de vanguarda no campo da investigação científica e tecnológica, que lhe permita proceder a uma exploração sustentável e efectiva das riquezas minerais e biológicas dos seus fundos marinhos;
- internacionalizar e modernizar os seus portos, com vista a utilizar o território nacional como porta de acesso e placa giratória de mercadorias destinadas a outros mercados europeus;
- relançar a sua frota mercante, que nos últimos trinta anos reduziu drasticamente a sua capacidade;
- desenvolver as indústrias de construção e reparação naval, bem como outras que lhes estão associadas;
- edificar um sistema de forças capaz de garantir a segurança e a defesa dos interesses nacionais do Mar;
- gerir os recursos vivos do Mar através de uma política de pescas sustentáveis e do desenvolvimento da aquacultura; e,
- criar um *cluster* integrante de todas as actividades dos Oceanos, sendo que, de entre estas, o sector do turismo deverá merecer particular atenção” (CEO, 2004a: 21).

Para concretizar as orientações supracitadas, a CEO definiu um conjunto de Objectivos e Vectores Estratégicos, os quais constituem-se como linhas programáticas nodais da “Estratégia Nacional para os Oceanos” (Quadro 1).

4. Potencialidades do *Turismo Oceânico*⁵

4.1. A relevância da aposta no *Turismo Oceânico*

Esboçando o Vector Estratégico “Turismo, Náutica de Recreio e Outras Actividades de Lazer”, a CEO pressupõe, necessariamente e de forma implícita, a assunção do Mar enquanto recurso nuclear para a exploração, valorização, integração, estruturação e promoção de produtos diferenciados, sistematizados, em função das motivações e intenções que lhe são inerentes, sob a tipologia de *Turismo Oceânico*. Trata-se, pois, do desenvolvimento de uma nova tipologia de turismo, não por se identificar um novo produto, mas por se propor uma abordagem e organização sistémica e integradora de um recurso multifacetado.

⁵ Usa-se a designação proposta pela Comissão Estratégica dos Oceanos (2004b).

Do desenvolvimento do *Turismo Oceânico* é espectável o reforço da afirmação internacional da imagem de Portugal enquanto destino turístico qualitativamente diferenciado, capaz de criar ofertas turísticas alternativas, atractivas e competitivas (abrangendo as finalidades de atracção, recepção, fixação, animação e deslocação), essenciais à magnetização de novos segmentos de mercado em crescimento⁶, geradores de novas receitas turísticas.

Quadro 1 – Objectivos e Vectores Estratégicos da “Estratégia Nacional para os Oceanos”

Objectivos Estratégicos	Vectores Estratégicos
1. Valorizar a Associação de Portugal ao Oceano como Factor de Identidade	1.1. Divulgar a Imagem de Portugal como Nação Oceânica da Europa
	1.2. Difundir uma Ética de Protecção Ambiental e promover a Consciencialização da Condição Geográfica de Portugal
	1.3. Preservar e Valorizar o Vasto Património Marítimo-Cultural de Portugal
	1.4. Valorizar o Posicionamento Geo-Estratégico de Portugal como Nação Oceânica
2. Assegurar o Conhecimento e a Protecção do Oceano	2.1. Adotar uma Gestão Integrada do Oceano
	2.2. Estabelecer um Sistema de Apoio à Decisão Orientado à Protecção e Uso Sustentável do Oceano
	2.3. Promover um Quadro Coerente de Formação e Investigação Científico-Tecnológica
	2.4. Criar um Sistema Integrado de Recolha de Dados, Gestão da Informação e Monitorização do Oceano
3. Promover o Desenvolvimento Sustentável de Actividades Económicas	3.1. Portos e Transportes Marítimos
	3.2. Pescas, Aquacultura e Indústrias Conexas
	3.3. Turismo, Náutica de Recreio e Outras Actividades de Lazer
	3.4. Construção e Reparação Naval
	3.5. Biotecnologia Marinha
	3.6. Indústrias de Tecnologia Oceânica
	3.7. Recursos Minerais
	3.8. Hidrocarbonetos e Hidratos de Metano
	3.9. Energias Renováveis
4. Assumir uma Posição de Destaque e Especialização em Assuntos do Oceano	4.1. Promover a Participação Proeminente de Portugal em <i>Fora</i> Internacionais Relativos a Assuntos do Oceano
	4.2. Desenvolver o Conhecimento Científico e Tecnológico em Assuntos do Oceano
	4.3. Garantir a Defesa dos Interesses Nacionais do Mar
	4.4. Extensão da Plataforma Continental
5. Construir uma Estrutura Institucional Moderna de Gestão do Oceano	

Fonte: CEO (2004b)

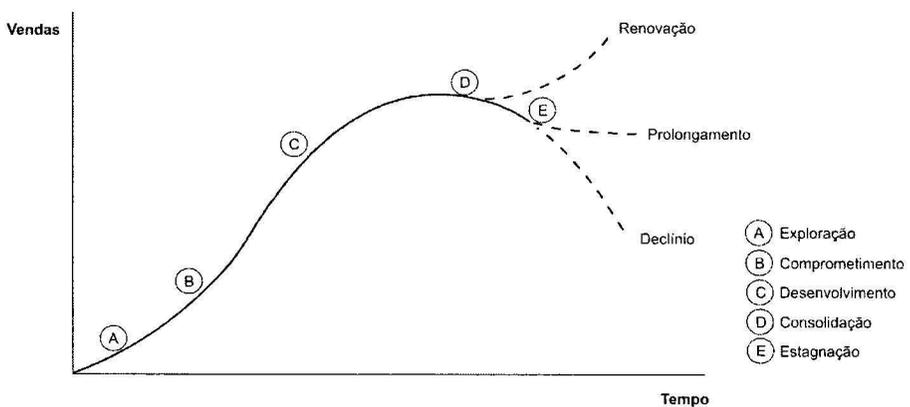
⁶ A título de exemplo, refira-se que, de modo a tirar partido das oportunidades e a satisfazer a procura recrudescente ao nível da náutica de recreio, o Governo Regional das Canárias elegeu como objectivo prioritário a triplicação da capacidade de amarração (portos de recreio, marinas) até ao ano de 2011.

Ademais, a aplicação do ciclo de vida do produto (Figura 2) ao produto turístico tradicional de Portugal (“Sol e Mar”), evidencia a sua entrada na fase de maturidade e/ou saturação, sendo tal evolução a matiz dominante nos países da Europa do Sul (o recrudescimento da concorrência despoletado pela emergência e consolidação de novos destinos – designadamente os países da margem Sul e Oriental do Mediterrâneo, Caraíbas, Brasil ou destinos do Pacífico – constitui-se como um termo justificativo adicional desta evolução). Consequentemente, a determinação de uma nova estruturação para uma panóplia de recursos e produtos turísticos indutores da renovação parciária da oferta turística nacional reveste-se de especial acuidade.

Desta forma, procura-se responder às orientações delineadas pela Comunidade Europeia na “Declaração Euro-Mediterrânea sobre o Turismo no Desenvolvimento Durável” (cuja motivação capital mantém-se inquestionavelmente actual: a perda de competitividade dos destinos turísticos europeus, resultante da ausência de inovação ao nível do produto e engenharia do produto):

- “Desenvolver produtos que favoreçam a criação de empregos e a criação de empresas locais que, em particular, visem a valorização do património natural e cultural;
- Desenvolver novos produtos que favoreçam uma utilização durável dos recursos existentes;
- Multiplicar as acções a favor da produção de produtos concebidos com o fim de prolongar a estação turística” (*cit in* Cunha, 1997: 173).

Figura 2 – Ciclo de Vida do Produto: Opções na Fase de Saturação



Fonte: Cunha (1997)

Por outro lado, não deixa de ser assinalável a relevância e imperiosidade do incentivo à investigação no âmbito da temática preconizada, enquanto factor de

prosecução estratégica do desenvolvimento equilibrado, sustentável (considerando os quatro pilares da sustentabilidade propostos pela Organização Mundial do Turismo: ecológico, social, cultural e económico) e sustentado da actividade turística num quadro global de competitividade acrescida, nomeadamente no que concerne à redução da vulnerabilidade associada à especialização da oferta e procura no turismo de “Sol e Mar” (leia-se aposta na diversificação), possibilitando-se simultaneamente a sua qualificação. Parafraseando a CEO (2004b: 148), a opção estratégica de investigação e viabilização das potencialidades marítimo-turísticas encerra, *a priori*, a capacitação nacional para responder aos seguintes desafios:

- captar novos fluxos turísticos;
- produzir mais receitas;
- impulsionar o investimento (note-se que a rentabilidade económica da generalidade das actividades associadas aos produtos a considerar, sendo uma premissa nuclear da viabilidade dos projectos, é analogamente um garante da dinamização e envolvimento de agentes privados);
- criar novos postos de trabalho;
- viabilizar infra-estruturas portuárias subaproveitadas (ou mesmo obsoletas e degradadas, derivando desta potencialidade a possibilidade de reestruturação e reorganização da relação porto-cidade, constituindo-se e valorizando-se áreas de recreio e lazer, desporto e negócios conectadas à cidade);
- aumentar a notoriedade de Portugal no estrangeiro;
- melhorar o relacionamento ambiente/desenvolvimento económico-turístico, bem como a percepção generalizada de um país/destino preocupado com as questões ambientais;
- contribuir para o posicionamento da *Marca Portugal* ligada ao desígnio nacional de *País Oceânico*, isto é, uma imagem de marca assente em factores distintivos de percepção valorativa;

A estas potencialidades propõe-se ainda a adição de uma outra:

- promover a redução dos desequilíbrios intra-regionais em matéria de desenvolvimento (turístico, em sentido estrito, e económico-social, em sentido lato), porquanto a aposta no *Turismo Oceânico* determina: a endogeneização e valorização de recursos locais (património natural e cultural) subaproveitados, integrando-os e estruturando-os no domínio da oferta *Oceânica*; a reconversão e criação de novos equipamentos e infra-estruturas cujos benefícios estendem-se, directa ou indirectamente, à generalidade da população; a diversificação e dinamização da base económico-produtiva local, com efeitos multiplicadores em várias dimensões dos sistemas

local e regional (dependendo do nível de participação do turismo no processo de desenvolvimento – desenvolvimento integrado, desenvolvimento catalítico ou desenvolvimento crístico⁷).

Acresce que, numa esfera interpretativa do recurso natural “Mar” enquanto fonte de valor económico num sentido lato, a aposta no *Turismo Oceânico* assume uma relevância notável para a promoção e substanciação do desenvolvimento sustentável das actividades económicas por este recurso suportadas e às quais, em função da situação geoestratégica do território nacional, confere mais valias competitivas e comparativas (e.g. turismo, náutica de recreio, cruzeiros turísticos, portos e transportes marítimos, construção e reparação naval, pescas e aquacultura, energias renováveis, biotecnologia marinha ou indústrias de tecnologias oceânica, entre outras).

4.2. O (“Novo”) Produto Turístico

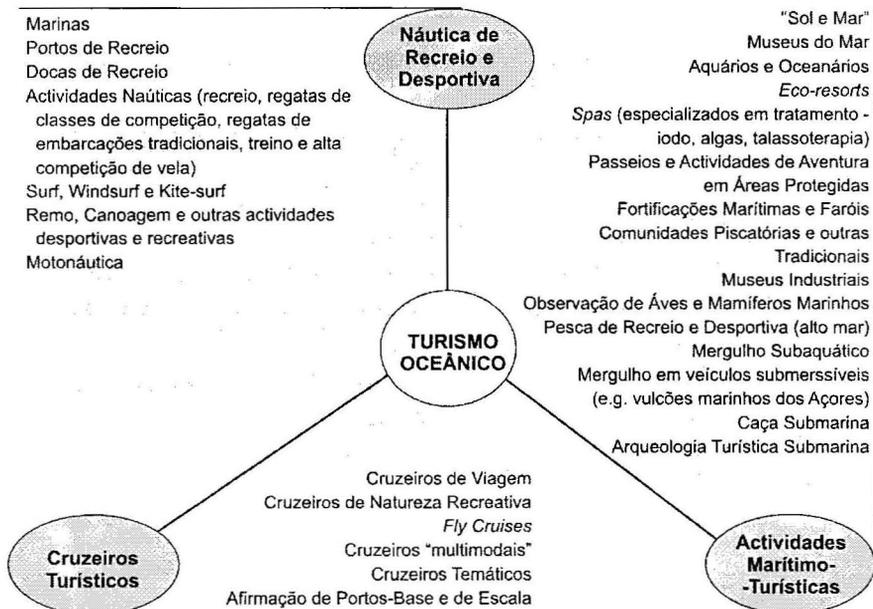
Assumindo um cariz eminentemente inovador, a abordagem esplanada no sub-capítulo precedente, assim como a sua prossecução, terá que assentar, indubitavelmente, na formulação de um quadro analítico análogo. Concretizando, importa definir, no lado da oferta turística, a reestruturação e integração do conjunto de produtos e sub-produtos turísticos baseados no recurso “Mar”, sob a égide de uma nova tipologia conceptual de turismo: o *Turismo Oceânico* (Figura 3).

Para tal, impõe-se a identificação e inventariação destes produtos e sub-produtos, bem como das actividades conexas, que se constituam como um suporte à definição de orientações estratégicas visando a criação de produtos estruturados, qualificados e diferenciados, que respondam às novas tendências e exigências da procura, orientados para a geração e captação de novos fluxos turísticos (nacionais e internacionais).

Neste sentido, importa ainda salientar a indispensabilidade de discernir novos tipos de produtos e sub-produtos em que Portugal evidencie potencial de expansão e afirmação no espectro turístico internacional (e.g. no referente à náutica de recreio e desportiva importa criar condições para a exploração do facto de as principais rotas internacionais de embarcações de recreio passarem ao largo da costa portuguesa, incrementando a procura internacional de infra-estruturas nacionais, ou no caso dos cruzeiros turísticos – Figura 4 –, o desenvolvimento de *Fly*

⁷ Tipologia proposta por Licínio Cunha (1997: 284-285), a qual define os níveis de participação citadas da seguinte forma: desenvolvimento integrado – quando o turismo surge como um promotor dominante do processo de desenvolvimento sem, contudo, o monopolizar; desenvolvimento catalítico – quando as actividades turísticas surgem como estimuladoras do desenvolvimento assumindo um papel complementar e, neste caso, as actividades turísticas têm de ser compatíveis com as outras; desenvolvimento crístico – quando as actividades turísticas podem ser úteis ao desenvolvimento regional e constituem um meio de diversificação da actividade económica, mas não o influenciam.

Figura 3 – Produtos e Sub-Produtos do Turismo Oceânico



Fonte: adaptado de CEO (2004b)

*Cruises*⁸), bem como de aferir da viabilidade de constituição de produtos indutores, por exemplo, do prolongamento da estadia, da diversificação e da redução da sazonalidade da procura turística.

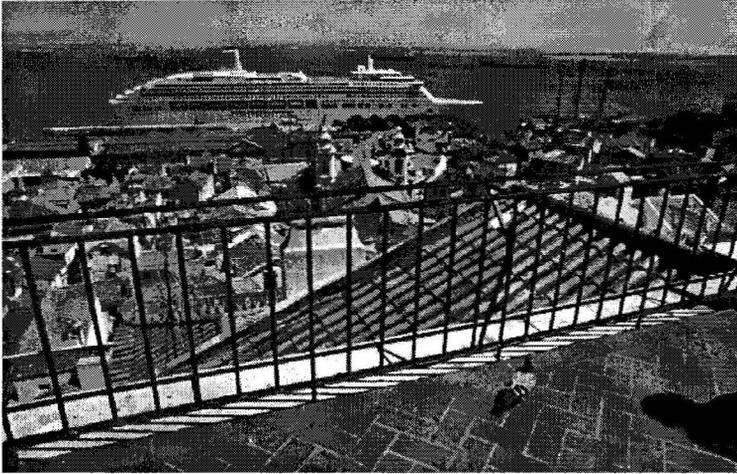
Quanto ao estudo de identificação e avaliação dos principais mercados concorrenciais (e.g. nos domínios do posicionamento, representatividade, principais produtos oferecidos, estratégias de desenvolvimento ou estratégias de comunicação – isto é, o desenvolvimento de acções de *benchmarking* –, de modo a aferir da competitividade dos produtos e destinos nacionais no domínio do *Turismo Oceânico* afigura-se também como um instrumento fulcral, essencial à dotação de bases comparativas e referenciais.

Ainda no domínio da oferta, apresenta-se como inovador o desafio de estruturação relacional (*networking*) dos produtos e sub-produtos enunciados (Figura 3), bem como a definição do seu posicionamento enquanto:

- produto/destino principal;
- produto/destino secundário;

⁸ De acordo com Sousa (2003: 15) os *fly cruises* definem-se como "cruzeiros que associam a viagem aérea ao próprio circuito", sendo que o seu aparecimento resulta do "aumento das parcerias entre companhias de aviação e armadores", aspecto que "tem marcado a organização desta actividade".

Figura 4 – Navio “Camberra” no terminal de Santa Apolónia – Porto de Lisboa



Fonte: APL, SA

- produto/destino satélite; e,
- produto/destino de passagem.⁹

No que diz respeito à procura, a avaliação do seu potencial de dinamização decorrerá, incontornavelmente, da reestruturação e avaliação dos produtos e sub-produtos turísticos, pois são estes que constituem a motivação para a deslocação, sendo o garante da satisfação das necessidades dos fluxos (turísticos) que induzem.

Com efeito, do desenvolvimento e afirmação do *Turismo Oceânico* é inseparável a identificação dos mercados potenciais para os produtos e sub-produtos a considerar, de modo a quantificar a procura e definir os públicos-alvo (trata-se da discriminação de segmentos de mercado em função de factores de natureza comportamental, psicográfica, geográfica, demográfica ou sócio-económica, entre outros). Desta análise é espectável um contributo imensurável para a definição e estruturação da oferta, o que possibilitará ainda a elaboração e direccionamento das estratégias de comunicação de identidade do destino e com o mercado¹⁰, designadamente os moldes de promoção dos produtos junto dos mesmos (e.g. agências de viagens, *spots* publicitários, divulgação em revistas especializadas, divulgação em feiras e certames da especialidade, entre outros a definir).

⁹ Tipologia de posicionamento adaptada de Rose (2002:34-35).

¹⁰ Segundo Machín (*cit in* Rose, 2002: 29), estes níveis de comunicação utilizam geralmente como instrumentos o logotipo e programa de identidade corporativa, no primeiro caso, e instrumentos *pull* (e.g. publicidade) e *push* (publicidade em pontos-de-venda, publicações, feiras turísticas, relações públicas ou *workshops*), no segundo caso.

4.3. Enquadramento Sectorial

Inquestionável é também a confluência dos objectivos estratégicos subjacentes ao desenvolvimento do *Turismo Oceânico* com as metas estabelecidas pelo XVII Governo Constitucional para o sector do turismo, assim como o contributo da concretização dos primeiros para a objectivação das segundas. Ou seja, não obstante o balizamento inerente a um tratamento parcial de uma problemática maior, a aposta no *Turismo Oceânico* tenderá a dar corpo aos vectores de intervenção estratégica sectorial definidos pelo Programa do XVII Governo Constitucional, no âmbito da Política Nacional de Turismo, a saber:

- Valorização dos recursos turísticos e construção de ofertas de qualidade;
- Dinamização do crescimento da procura turística interna e externa;
- Implementação de estratégias regionais, autónomas, integradas numa visão nacional; e,
- Estímulo ao investimento, à modernização e à capacidade competitiva das empresas.

Considerações Finais

Em síntese, com o presente artigo procurou-se demonstrar não somente a importância de uma reorientação e reenfoque estratégico de Portugal relativamente ao Oceano, como também a compatibilidade e relevância desta opção com o (e no) actual quadro de reforço dos processos de globalização e integração europeia. Neste sentido, assume-se tal opção como um vector essencial à capacitação de Portugal para materializar as vantagens comparativas que a situação do seu território (Continente e Regiões Autónomas) lhe confere, designadamente no tocante à dinamização do *Turismo Oceânico*.

No que concerne a este “novo” produto turístico, entende-se que a prossecução de uma estratégia sectorial integrada reveste-se de especial acuidade, como forma de potenciar o pleno aproveitamento do recurso oceânico (vencendo uma aparente perpetuação da beneficiação exclusiva do *interface* terra-mar – isto é, o turismo balnear). Trata-se, efectivamente, de um esforço significativo, quer por parte de entidades públicas, quer privadas, mas que deverá ser séria e exaustivamente equacionado, sob risco de perda de uma oportunidade latente de afirmação de Portugal no quadro internacional dos destinos turísticos considerados na esfera do *Turismo Oceânico* (e.g. Espanha, em especial as Canárias, têm vindo a desenvolver uma política de dinamização das actividades náuticas de recreio e desportivas como resultados significativos, patentes na decisão de alargar a oferta regional de locais de atracamento).

Referências Bibliográficas

- ALEMANY, Joan (2005), La náutica deportiva y los puertos en España, in *Portus: Náutica deportiva y puertos comerciales*, (n.º 9, Ano 5), Rete, Veneza, pp. 34-39
- CEO – Comissão Estratégica dos Oceanos (2004b), *Relatório da Comissão Estratégica dos Oceanos. Parte I*, Comissão Estratégica dos Oceanos, Lisboa, 57 p.
- CEO – Comissão Estratégica dos Oceanos (2004b), *Relatório da Comissão Estratégica dos Oceanos. Parte II – Análise e Propostas*, Comissão Estratégica dos Oceanos, Lisboa, 329 p.
- CUNHA, Licínio (1997), *Economia e Política do Turismo*, McGraw-Hill, Lisboa, 350 p.
- GOUVEIA, Merícia, DUARTE, Teresinha (2001), *O Cluster Turismo em Portugal*, Gabinete de Estratégia e Estudos – Ministério da Economia e da Inovação, Lisboa, 39 p.
- MATIAS, Vieira (2005), *O Mar – Um oceano de oportunidades para Portugal*, Comissão Cultural da Marinha – Grupo de Estudo e Reflexão de Estratégia, (Col. Cadernos Navais, n.º 13, Abril/Junho de 2005), Lisboa, 38 p.
- MEPAT – Ministério do Equipamento, do Planeamento e da Administração do Território – Secretaria de Estado do Desenvolvimento Regional (1999), *Portugal. Plano Nacional de Desenvolvimento Económico e Social 2000-2006. Diagnóstico Prospectivo*, Ministério do Equipamento, do Planeamento e da Administração do Território – Secretaria de Estado do Desenvolvimento Regional, Lisboa.
- Presidência do Conselho de Ministros (2005), *Programa do XVII Governo Constitucional 2005-2009*, Presidência do Conselho de Ministros, Lisboa, 162 p.
- ROSE, Alexandre Turatti de (2002), *Turismo: Planeamento e Marketing*, Editora Manole, São Paulo, 152 p.
- SILVA LOPES, José da (1996), As Relações Económicas Internacionais, in António Barreto (Organização), *A Situação Social em Portugal, 1960-1995*, Volume I, Instituto das Ciências Sociais – Universidade de Lisboa, Lisboa, pp. 273-304.
- SOUSA, João Figueira de (2003), Os Cruzeiros Turísticos, in João Figueira de Sousa (Coordenação), *Portos, Transportes Marítimos e Território*, João Figueira de Sousa, Lisboa, pp. 11-59.
- TRIBE, John (2000), *Economia do Lazer e do Turismo*, Editora Manole, 2ª Edição, 2003, São Paulo, 444 p.
- UMBELINO, Jorge, SOUSA, João Figueira de (1998), Os Portugueses e o Mar. Roteiro de Imagens e usos, in *Revista da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas*, n.º 11, Edições Colibri, Lisboa, pp. 327-335.

Sítios Consultados

APL, SA – Administração do Porto de Lisboa, SA – www.portodelisboa.com