

editorial

UMA QUESTÃO DE SOBERANIA

O Governo Regional, através da secretaria que tutela o Ambiente, ao fim da noite da passada sexta-feira, emitiu um “esclarecimento” em relação ao derrame de combustível, detetado (mas não noticiado) em Abril de 2016, num pipeline, em S. Brás, usado pelos norte-americanos, no qual afirma que, logo que inspecionou o local, solicitou a intervenção do Comando da Zona Aérea para que notificasse o Comando norte-americano da Base das Lajes, no sentido da reparação dos danos. Diz também o Governo que, entretanto, tinha mandado impermeabilizar a zona afetada e monitorizar a evolução da pluma de combustível. Acrescenta ainda que o derrame não teve qualquer relação com obras de remoção e inertização daquele pipeline e que os proprietários dos terrenos foram indemnizados pelos EUA. Finalmente, refere uma coisa gravíssima: alegadamente o Comando Norte-Americano não aceitou a responsabilidade pelo derrame nem a sua resolução imediata e o assunto andou a ser analisado entre comissões bilaterais, até que o Governo da República decidiu avançar com o concurso para a empreitada de remediação dos 2 800 m³ de solos contaminados, que temos noticiado. Várias são as questões que este “Esclarecimento” nos suscita.

Desde logo, se não tivéssemos esbarrado com a publicação da Portaria que anuncia o lançamento da empreitada, não dávamos conta do problema. É verdade que o assunto está vertido num relatório do LNEC de Dezembro de 2017, mas a publicidade sobre o mesmo foi nenhuma. Depois, para lá da impermeabilização da zona afetada (colocação de plásticos) não há qualquer referência a isolamento do local, sequer a simples colocação de tabuleta alertando para a ocorrência. Mais, é estranho que tenha havido indemnizações dos EUA aos proprietários dos terrenos e, depois, os mesmos EUA rejeitem responsabilidades pelo derrame. E fica assim mesmo? O pipeline era de uso exclusivo norte-americano, deixou de ser usado, era necessária a sua desativação, ocorre um derrame e os EUA indemnizam os proprietários dos terrenos, passam quase quatro anos, e lavam as mãos do resto? Por onde anda a soberania portuguesa? Poderá ser assim, mas parece uma história mal contada. Finalmente, no relatório do LNEC há a referência a outro derrame em pipeline, PIT 6 e, que se saiba, não há nenhuma empreitada para a descontaminação do local e avisos muito menos. E o que se estará a passar com outros locais sinalizados? ❏

MANUEL TOMÁS [10]

Maroiços e maresias

“A nossa natureza é feita de maroiços e de maresias, porque acreditamos que “água mole em pedra dura, tanto dá até que fura”.

ANTÓNIO BULCÃO [11]

O contrato da vergonha (I)

“A Assembleia vai pagar 100.000 euros. Ou melhor, vamos nós, contribuintes, pagar 100.000 euros a uma firma de advogados lisboetas.”

GUSTAVO NEVES LIMA [18]

Vírus podem ser mais mortíferos que a pior das guerras

“O nosso conhecimento e comportamento preventivo poderão ser essenciais para travar esta pandemia e salvar vidas.”

GILBERTO VIEIRA, PROPRIETÁRIO DA QUINTA DO MARTELO

Promoção do destino Açores deve passar para fase de ilha

Gilberto Vieira, considerado o pioneiro e impulsor do Turismo Rural e de Natureza nos Açores, também presidente da associação “Casas Açorianas”, aborda o panorama atual do setor turístico.

QUE REALIDADE TURÍSTICA ENCONTRAMOS HOJE NOS AÇORES E NA ILHA TERCEIRA EM PARTICULAR?

À entrada dos anos 20 do século 21, o turismo nos Açores atravessa uma situação ímpar na sua história. Da imberbe atividade que conhecíamos até há pouco mais de duas décadas, deparamo-nos agora com uma indústria que não pára de crescer, apesar de essa realidade ser distinta de ilha para ilha, e, ao mesmo tempo, sente-se uma euforia perante o crescimento exponencial do turismo açoriano que, sendo fácil de perceber, ignora, na minha opinião, os riscos de futuro, sabendo-se que o turismo é uma atividade em permanente mutação. Não se julgue com isto que sou “o velho do Restelo”, pessimista numa altura de otimismo. Apenas coloco esta questão porque a minha experiência de uma vida ligada ao setor e as oportunidades que tive de contactar com muitas realidades da atividade em diversos países e regiões, me levam a tomar a liberdade

de fazer este alerta. Tem-se verificado, nos últimos anos, uma “corrida ao ouro” na atividade turística regional, muitas vezes com projetos mal estruturados e alicerçados no presente, sem uma indispensável visão do que o futuro pode ser. Não quero, com este reparo sobre o qual assumo total responsabilidade, retirar mérito a investimentos sólidos e necessários que continuam a surgir, para dar resposta à crescente procura. Em todo este contexto, não posso deixar de referir o problema que se mantém, embora timidamente atenuado nos últimos tempos que é a sazonalidade, um entrave de peso na atividade sustentada das empresas ligadas ao turismo. Posto isto, respondendo à segunda parte da pergunta, entendo que estes princípios gerais se aplicam à ilha Terceira, como a outras ilhas, embora em menor dimensão do que em São Miguel que, conta com a “parte de leão” dos visitantes, por mérito próprio e por maiores facilidades de acessibilidade. Neste capítulo, julgo também já ser tempo de os players assumirem as suas responsabilidades, quer pela via da qualidade, quer pela indispensável promoção, não ficando permanentemente à espera que a visibilidade do destino, nas suas diversas parcelas, fique a cargo exclusivamente das entidades oficiais.

COMO SE SITUA O TURISMO RURAL NESTE CENÁRIO?

O turismo rural, apesar de ser mercedemente reconhecido como produto-âncora do destino Açores, com tudo o que tem de específico e com a sua atratividade própria, enfrenta os mesmos desafios que atrás referi em relação a toda a atividade turística na Região. Reconhecido



GILBERTO VIEIRA Visibilidade do destino também depende dos “players”

por quem nos visita, continua a ser necessário um contínuo esforço de divulgação da realidade singular que temos para oferecer, de forma a potenciar um crescimento sustentado e, nesse percurso, não deixarmos de apostar na autenticidade e qualidade, com que marcamos a diferença.

HÁ ALGUM RISCO DE ADULTERAÇÃO DA OFERTA TURÍSTICA? QUE RISCOS CORREMOS?

Os riscos existem e estão identificados. Quem nos procura foge à massificação e se nos tornarmos um destino de massas, mesmo que à nossa dimensão, a sustentabilidade que nos caracteriza não vai resistir e o próprio interesse deste tipo de turistas vai desaparecer. Pode parecer catastrófico, mas o mundo está cheio de exemplos desses. Outro risco latente é o investimento desenfreado em negócios ligados ao turismo, por pessoas sem qualquer experiência no sector, deteriorando a imagem do mercado e, com isso, causando danos que podem ser irreversíveis para o destino. Costumo dizer que o turismo não pode ser “uma guerra travada por civis”. E isto aplica-se, na minha opinião, tanto ao setor privado como a quem tem a responsabilidade de executar políticas de promoção e regulação da atividade.

QUE AVALIAÇÃO FAZ DA PROMOÇÃO TURÍSTICA QUE É ATUALMENTE FEITA?

Não me custa nada admitir que, com altos e baixos, foi feito um percurso notável de divulgação dos Açores como destino turístico, um aspeto essencial que nos trouxe a realidade atual. Apostou-se em feiras e outros fóruns nacionais e internacionais dedicados ao turismo, trouxe-se à Região jornalistas, operadores e outros opinion makers que muito contribuíram para a notoriedade das nossas ilhas, conquistámos galardões internacionais e fomos distinguidos como destino de eleição por várias publicações especializadas e entidades. Enfim, foi uma aposta que deu frutos, como se confirma pelos níveis atuais de procura do destino Açores. Julgo ter chegado a altura de, não descurando o destino como um todo, direcionar maior parte desse esforço



QUINTA DO MARTELO “Quem nos procura foge à massificação”, avisa Gilberto Vieira

para a promoção de outras ilhas ou grupos de ilhas, para além de São Miguel, pelas características específicas que têm e cujos atrativos, uma vez divulgados, podem potenciar interesses diferentes por parte de cada turista.

OS TRANSPORTES SERÃO SEMPRE O ETERNO PROBLEMA?

Eterno é uma palavra demasiado pesada, mas entendo o sentido da pergunta. Há uma “eternidade” que nos habituámos a conviver com este problema sem uma solução aceitável. Tenho noção que é uma questão demasiado delicada para termos a pretensão de a ver resolvida subitamente, mas, sim, é talvez o principal constrangimento para o desenvolvimento contínuo e sustentado do turismo nos Açores, problema que se agrava quando pensamos que a realidade está longe de ser a ideal para todas as ilhas. Continuamos ainda a ter muitas limitações nos transportes

aéreos, nomeadamente inter-ilhas, de forma especial no que a reenca-minhamentos diz respeito, a partir das gateways açorianas. Uma ideia que eu venho defendendo há muito é a de se potenciarem acordos entre companhias aéreas que facilitem o acesso ao arquipélago e a cada uma das suas ilhas. Registo, com agrado, um primeiro acordo de code-share entre a Azores Airlines e a Air France, recentemente anunciado, mas, mais uma vez, as ligações previstas têm como destino final apenas a gateway de Ponta Delgada.

COMO ENCARA A MARCA AÇORES NESTE SETOR?

Antes de mais, permita-me dizer que entendo que a criação da marca Açores foi uma ideia de ponta, com um slogan excelente (Açores - Certificado pela Natureza), selo que aproveitou a boa imagem que os produtos açorianos já disfrutavam sobretudo no mercado nacio-

nal e consolidou uma clientela que viu nessa certificação a confirmação de uma opinião previamente assimilada, sobretudo ao nível dos laticínios produzidos na Região. Os produtores açorianos rapidamente perceberam que, se cumprissem os requisitos para a atribuição da marca Açores, ganhavam mais-valias no mercado local e externo e, por isso, começaram a aderir em curto espaço de tempo, a esse instrumento promocional. Curiosamente, o primeiro produto a ser certificado, não foi relacionado com laticínios, nem com turismo: foi doçaria tradicional e de uma ilha pequena – as queijadas da Graciosa. Quanto ao impacto da marca no turismo, é óbvio que é importante, apesar de conviver com outra marca previamente publicitada que era Destino Açores. A marca Açores tem a vantagem de galardoar apenas os estabelecimentos e atividades turísticas que cumprem os requisitos para a ostentarem. ■