

DESPORTO E TURISMO: MODELOS E TENDÊNCIAS

Elsa Pereira *
João Carvalho **

Introdução

A relação entre o Desporto e Turismo sempre existiu, sempre se praticou natação nas praias, se fez passeios nas montanhas durante as férias. O que sem dúvida constitui novidade é a oferta e a prática de novos desportos durante as férias, a planificação das práticas desportivas para o período de férias, o *slogan* de férias activas ser completamente impensável sem práticas desportivas, as pessoas elegerem um destino turístico em particular devido às suas possibilidades e instalações desportivas (De Knop, 1990) ¹.

No entanto, foi na década de 60 que surgiram os primeiros artigos que abordam a problemática do desporto e turismo. Em 1963, McIntosh ², estabelecia algumas relações entre o desporto e o turismo, apontando que a instauração das férias pagas e dos fins-de-semana deu aos indivíduos a possibilidade de usufruírem de determinadas práticas desportivas que não se conseguiam realizar num final de dia ou num feriado de meio-dia.

Com o aparecimento de novas tendências nomeadamente as ligadas aos conceitos de desenvolvimento pessoal, de prazer e de diversão, o desporto nas férias tornou-se mais popular. Contudo apenas nos anos 90 começou a existir uma oferta mais concertada, começaram a aparecer pacotes turísticos com um cariz eminentemente desportivo, facto que veio que favorecer a consolidação do conceito DESPORTO e TURISMO.

O termo Desporto e Turismo tem vindo a ganhar cada vez mais expressão. Em 1990 foi fundado o *Sports Tourism International Council (STIC)* ³, organização que se dedica exclusivamente a esta problemática e conta já com mais de

* Professora Adjunta da Escola Superior de Educação da Universidade do Algarve.

** Professor Adjunto da Escola Superior de Educação da Universidade do Algarve.

¹ De Knop, P. (1990), «Deporte para Todos y Turismo Activo», in *Boletín de Información y Documentación Unisport*, (13), 21-42.

² McIntosh, P. (1963), *Sport in Society*. London, C. A. Watts and Company.

³ Vide <http://www.sptourism.net>.

2000 membros. Esta organização criou o primeiro jornal dedicado ao Desporto e Turismo intitulado *Journal of Sport Tourism*, que começou a ser publicado em Outubro de 1993 ⁴.

De uma maneira geral as primeiras referências que nos surgem sobre o tema debruçam-se sobre o impacto dos grandes eventos desportivos e sua relação com o turismo. Facto que, aliás, julgamos ter despoletado o interesse pelo tema do Desporto e Turismo.

De facto, não existem dúvidas quanto ao enorme impacto económico que os grandes eventos desportivos provocam ao nível de todo o sistema turístico da região onde decorrem. Estes sempre foram indutores de uma relação com o turismo; recorde-se, por exemplo, os Jogos Olímpicos da Antiguidade que constituíam um pólo de atracção, fazendo com que os diferentes povos se deslocassem a Olimpo para poderem assistir.

No entanto, nem só esta perspectiva de análise foi aprofundada, pois, diferentes autores constataram a importância do desporto como *prática de participação* ⁵ e não apenas como mero espectáculo. Na bibliografia ligada ao turismo, já é dado ênfase ao mercado do turismo desportivo como um segmento de mercado com características muito próprias, que reclama a necessidade de ser aprofundado.

Por outro lado, já é visível a sensibilidade e o despertar da comunidade empresarial para a oferta no âmbito do Desporto e Turismo. Vejam-se os programas de turismo activo da nossa vizinha Espanha, ou os operadores turísticos especializados em turismo activo ou em estágios desportivos.

Esta tendência torna-se cada vez mais notória ao nível dos consumidores, por exemplo, 32 dos 58 milhões de alemães realizaram práticas desportivas durante as suas férias no estrangeiro (OMT; COI, 2001) ⁶. Já em 1990 mais de 6 milhões de alemães afirmavam que a existência de oferta desportiva é um factor preponderante na escolha do local de férias (Smith e Jenner, 1990) ⁷.

O aumento do significado social e económico do Desporto e Turismo tornou-se cada vez mais evidente e em 2001 a *Organização Mundial de Turismo (OMT)* e o *Comité Olímpico Internacional (COI)* organizaram conjuntamente a primeira *Conferência Mundial de Desporto e Turismo*, com o intuito de debater as várias vertentes deste fenómeno e de reflectir sobre estratégias de desenvolvimento ⁸.

⁴ Vide www.tandf.co.uk/journals.

⁵ Esta pode constituir-se, também, como um pólo gerador de fluxos turísticos; veja-se por exemplo o caso do golfe.

⁶ Organização Mundial de Turismo; Comité Olímpico Internacional (2001), *Actividades Deportivas de los alemanes, holandeses y franceses en sus vacaciones al extranjero*, Espanha, OMT/COI.

⁷ Smith, C.; Jenner, P. (1990), «Activity Holidays in Europe», *Travel and Tourism Analyst*, 5, 58-78.

⁸ Peter, K. (2001), *Conferencia Mundial sobre Deporte y Turismo: informe introductorio*, Espanha, OMT.

O interesse mundial por este fenómeno é também evidente pelo aumento de produção literária nesta área. Em 1999 foi editado o primeiro livro, *Sport Tourism* de Standeven e De Knop⁹ onde, após a contextualização do Desporto e Turismo, os autores fazem uma profunda abordagem aos impactos dando ênfase ao impacto económico. Desde esta data várias tem sido as publicações editadas, nomeadamente: *Sport Tourism* de Turco *et al.* (2002)¹⁰ em que o enfoque é fundamentalmente ao nível dos aspectos económicos e dos grandes eventos; *Sport and Adventure Tourism* de Hudson (2003)¹¹ em que o autor faz uma abordagem por produtos específicos, como por exemplo o produto neve, o produto marinas, o produto aventura, o produto Spa¹² e o produto golfe; *Sports Tourism: participants, policy and providers* de Weed e Bull (2004)¹³ em que o focus é na análise do comportamento dos diferentes actores envolvidos no fenómeno mais especificamente nos participantes, decisores políticos e fornecedores.

Parece não haver dúvidas de que o Desporto e Turismo é uma nova área de intervenção profissional, que reclama um corpo de conhecimento conceptualmente coerente que afirme a sua individualidade. Neste sentido, e com o objectivo de contribuir para uma melhor compreensão deste fenómeno emergente que é o Desporto e Turismo, propomo-nos, nesta primeira análise, tentar precisar alguns conceitos que lhe estão associados, apresentar em traços gerais os principais modelos explicativos das relações e dinâmicas que se podem estabelecer e equacionar algumas das suas tendências de evolução.

Conceitos

De acordo com a Carta Europeia do Desporto (1992)¹⁴ «entende-se por «desporto» todas as formas de actividade física que, através de uma participação organizada ou não, têm por objectivo a expressão ou o melhoramento da condição física e psíquica, o desenvolvimento das relações sociais ou a obtenção de resultados na competição a todos os níveis» (p. 2).

O desporto nesta perspectiva privilegia o enfoque na actividade física, na multiplicidade das experiências relacionadas com a prática da actividade física.

O turismo pode ser entendido como «fenómeno sócio-cultural que se baseia na deslocação das pessoas, para locais diferentes da sua residência habitual, onde

⁹ Standeven, J.; De Knop, P. (1999), *Sport Tourism*, USA, Human Kinetics.

¹⁰ Turco, D. *et al.* (2002), *Sport Tourism*, USA, Fitness Information Technology.

¹¹ Hudson, S. (2003), *Sport and Adventure Tourism*, N.Y., The Haworth Hospitality Press.

¹² Spa tourism – é uma componente do turismo de saúde que se relaciona com a existência de facilidades específicas ao nível da saúde e destinos que tradicionalmente incluem a oferta de águas medicinais, mas também pode ser referente a *resorts* turísticas que integrem facilidades de saúde e alojamento (Hudson, 2003).

¹³ Weed, M.; Bull, C. (2004), *Sports Tourism: participants, policy and providers*, U.K., Elsevier.

¹⁴ Conselho da Europa (1992), *Carta Europeia do Desporto*, Rhodes, CE.

permanecem por períodos superiores a 24 horas, com objectivos de lazer, utilizando as facilidades de alojamento, alimentação e outras oportunidades oferecidas no destino» (Domingues, 1990: 279) ¹⁵.

O turismo, de acordo com esta concepção, valoriza a viagem e a estadia, e as experiências relacionadas com viajar e alojar.

O turismo é, sem dúvida, a maior indústria mundial, geradora de benefícios económicos crescentes. O desporto, por sua vez, tornou-se no maior fenómeno cultural deste virar de século. Sem dúvida que o fenómeno desportivo assume cada vez mais significado nos estilos de vida actuais, numa perspectiva que se afasta da standardização que o caracterizou em tempos passados. O desporto, nos dias de hoje constitui, assim, um factor acrescido quando falamos de oferta turística, da qualidade e diversidade dessa oferta, ou quando falamos das necessidades e motivações dos turistas, da captação ou fidelização dos mesmos.

Estas duas dinâmicas sociais, quando associadas apresentam características distintivas dando origem a uma nova realidade que tem vindo a emergir à escala mundial, o Desporto e Turismo.

As mudanças ao nível do mercado turístico ao nível internacional, nomeadamente o aumento do tipo de turistas, suas motivações e padrões de consumo, fez com que as férias activas e férias aventura se tornassem um segmento cada vez mais importante da indústria turística; por outro lado, um dos segmentos que progressivamente tem vindo a ganhar importância ao nível da indústria turística tem sido as férias vocacionadas para os cuidados de saúde e cuidados com o corpo, proporcionados fundamentalmente pelas Spas, onde o desporto assume um papel essencialmente terapêutico; os grandes eventos desportivos que movimentam não só desportistas profissionais, que são os actores do espectáculo desportivo, como também os espectadores que viajam para assistir aos eventos. De uma maneira geral o desporto está cada vez mais integrado no negócio da hotelaria (Standeven; De Knop, 1999) ¹⁶.

Desporto e Turismo pode ser entendido, segundo Standeven e De Knop (1999:12) ¹⁷, como «todas as formas de envolvimento passivo ou activo na actividade desportiva, quer seja através de uma participação casual ou organizada por razões não comerciais ou de negócios/comerciais, que implicam viajar para fora do local de habitação ou do local de trabalho».

Para Augustyn (1996:438) ¹⁸ Desporto e Turismo é «an activity that occurs when people travel to another place for leisure – either to express / improve their

¹⁵ Domingues, C. (1990), *Dicionário Técnico de Turismo*, Lisboa, Publicações Dom Quixote.

¹⁶ Standeven, J.; De Knop, P. (1999), *Sport Tourism*, USA, Human Kinetics.

¹⁷ Idem.

¹⁸ Augustyn, M. (1996), «Opportunities for Cooperative Sport Tourism Marketing», in EASM (Ed.), *Actas do 4.º Congresso Europeu de Gestão do Desporto (436-454)*, Montpellier, European Association for Sport Management.

fitness, to attain good frame of mind or to create social ties through sport – and who stay there for at least twenty four hours but less than one year. In other words, sport tourism is a form of sport that involves mobility».

De uma maneira geral as definições de desporto e turismo assentam e são caracterizadas por três factores que funcionando em conjunto, marcam o campo do desporto e turismo (Pigeassou *et al.*, 2003) ¹⁹:

- numa estadia que combina duas variáveis: uma viagem e uma duração;
- um elo de subordinação ao contexto social;
- um conjunto de fenómenos relacionados com o desporto.

Em nosso entender, definimos o Desporto e Turismo como as dinâmicas que se estabelecem entre as práticas desportivas e o sistema turístico, tanto na vertente do lazer como da competição, onde invariavelmente se deve equacionar as práticas (Practice), as pessoas (People) e os locais (Place):

Sport Tourism = 3'P = Practice/People/Place

Modelos conceptuais

Neste ponto procuramos apresentar vários modelos que pelo seu contributo particular possam concorrer para uma melhor apreensão da realidade. Pensamos que a heterogeneidade do tipo de relações entre o Desporto e Turismo torna difícil a criação de um modelo simples e útil.

O modelo da autoria de Standeven e De Knop (1999:64) ²⁰ procura ilustrar uma relação funcional entre o desporto e a actividade turística usando dois critérios. Por um lado a natureza da experiência desportiva (ambiental ou interpessoal), por outro lado, a natureza da experiência turística (como a experiência cultural de um lugar, natural ou artificial de acordo com os diferentes ambientes em que se pode desenrolar, nomeadamente: zonas costeiras, zonas rurais, zonas históricas, zonas culturais e de entretenimento).

Ou seja, a natureza do Desporto e Turismo corresponde a uma experiência cultural de actividade física vinculada a uma experiência cultural do local. Desta forma, dos critérios estabelecidos desenvolvem uma grelha com oito segmentos. Cada um dos segmentos da grelha corresponde a uma experiência particular ao nível do Desporto e Turismo, localizada num cenário turístico particular. A grelha criada permite-lhes colocar diferentes actividades desportivas em diferentes cenários.

¹⁹ Pigeassou *et al.*, 2003, «Epistemological Issues on Sport Tourism: Challenge for a scientific field», in *Journal of Sport Tourism*, 8 (1), 27-34.

²⁰ Standeven, J.; De Knop, P. (1999), *Sport Tourism*, USA, Human Kinetics.

rios turísticos de acordo com a natureza das actividades e dos recursos geográficos em que estas actividades se desenrolam.

Estes autores falam ainda das formas de turismo, na óptica bidimensional das férias e não férias que corresponde ao segmento de mercado de negócios em que o Desporto e Turismo pode ser passivo (ou seja, viajam como observadores do fenómeno desportivo e temos os observadores casuais e os conhecedores), ou activo («Sport activities holiday»: desporto é o motor; «Holiday sport activities»: desporto é accidental) (p.13).

		Touristic Experience						
		Natural			Manmade			
Sport Experience	Environmental	COASTAL		LANDSCAPE		HISTORIC Trips to historic sites (e.g., Olympia)	CULTURAL/ ENTERTAINMENT	
		Natural	Surfing Fishing Sailing Yachting Land yachting	Boardsailing Scuba diving Swimming Snorkeling	Walking / hiking Cycling Skiing Rowing Triathlon Sky diving Ballooning Caving Hunting Kite flying Ratting		Climbing Canoeing Angling Jogging Orienteering Abseiling Hang gliding Horse riding Canyoning Hot springs	
	Artificial	Water skiing Jet skiing Paragliding		Equestrian — 3-day event Ski jumping Luge Bobsleigh Tobogganing	Sports museums Halls of fame Historic sports buildings	Athletics Gymnastics Fitness retreats Bungee jumping Artificial climbing Weight lifting	Trampolining Health farms	
	Inter-personal	Combat			Jousting	Fencing Judo Kendo Karate	Boxing Wrestling Stick fighting (Indonesia)	
	Contest	Beach volleyball Boules	Traditional games Road bows (Ireland) Tira del bola (Spain) Street football (England) Palla (Italy) Street hockey	Tennis	Football Tennis Baseball Cricket Badminton Croquet Ice hockey Rauquetball Squash Table tennis	Hockey Golf Bowls Handball Volleyball Archery Curling Lacrosse Tenpin Softball Tug of war Pool/billiards/snooker		

Figura 1. Modelo conceptual de classificação do Desporto e Turismo de Standeven e De Knop (1999).

O modelo apresentado por Kurtzman e Zauhar (2003) ²¹ pretende representar o Desporto e Turismo como um fenómeno em movimento ao longo do tempo, «estrada ondulante» (wavy roadway) (p.45), na qual cada desportista-turista pode ajustar e adaptar de acordo com as suas necessidades, interesses e desejos.

Este modelo ilustra os aspectos filosóficos e integrantes do Desporto e Turismo mais visíveis na sociedade:

²¹ Kurtzman, J.; Zauhar, J. (2003), «A Wave in Time: the Sports Tourism phenomena», in *Journal of Sport Tourism*, 8 (1), 35-47.

- no centro, o desporto, representa o principal foco do Desporto e Turismo, à volta do qual coexistem diferentes tipos de práticas desportivas, sejam recreativas, competitivas ou ambas;
- os raios da roda demonstram as cinco categorias do Desporto e Turismo, de acordo com as dinâmicas empreendedoras específicas do turismo;
- os espaços entre os raios da roda ilustram os cinco potenciais ambientes, nos quais as actividades do Desporto e Turismo, tanto para os participantes como para os espectadores ou ambos, podem ocorrer;
- do lado de fora do roda estão indicados diferentes áreas que podem e dão contributos para o desenvolvimento do Desporto e Turismo;
- a estrada sugere as motivações que impelem os turistas, sejam eles participantes espectadores ou ambos, a vários níveis e em diferentes direcções podem estar envolvidos em específicas oportunidades e ofertas desportivas.

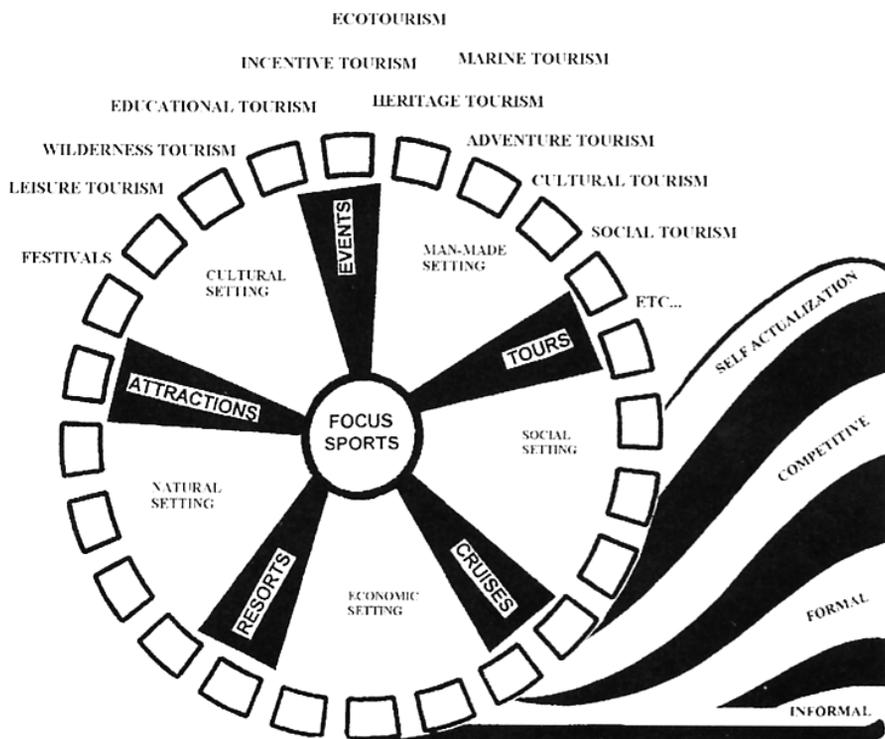


Figura 2. «A Wave in time» – Modelo de representação do fenómeno Desporto e Turismo de Kurtzman e Zauhar (2003).

Assim neste modelo são definidas cinco categorias distintas para classificar as actividades do Desporto e Turismo:

- «Sports Tourism Events» – incluem nesta categoria os Jogos Olímpicos, os Campeonatos do Mundo, nacionais, regionais, etc. De uma maneira geral, referem-se a todas as práticas desportivas de cariz competitivo ou de espectáculo atraindo não só os atletas e sua equipa técnica como também e maioritariamente espectadores;
- «Sports Tourism Attractions» – museus desportivos, conferências desportivas, parques temáticos desportivos, festivais e demonstrações desportivas, etc.;
- «Sports Tourism Tours» – viagens de aventura desportiva, expedições «outdoor», viagens de equipas profissionais para participar em jogos, ou em estágios, etc.;
- «Sports Tourism Resorts» – locais especializados numa prática desportiva, por exemplo, golfe, ténis, *fitness*, ou mesmo locais que oferecem práticas desportivas diversas;
- «Sports Tourism Cruises» – cruzeiros especializados numa prática desportiva, ou em várias e em conferências desportivas. Uma das estratégias para atrair turistas é o convite a celebridades desportivas como atracção.

O modelo criado por Gammon e Robinson (2003)²² acenta num eixo bidireccional que diferencia por um lado «Sports Tourism» (Desporto e Turismo), onde o desporto é a primeira motivação para viajar, e por outro «Tourism Sport» (Turismo e Desporto), em que as férias são a primeira motivação para viajar (p.23). As divisões criadas pelos eixos são ainda subdivididas em duas categorias, a «hard» e a «soft», que dão origem a quatro áreas distintas:

- «Sports Tourism» – o critério adoptado é que o desporto é a primeira motivação para viajar, sendo que os elementos turísticos contribuem para reforçar a experiência global. Nesta categoria existem duas sub-categorias:
- «hard definiton» – corresponde à participação activa ou passiva num evento de desporto de competição. A existência de competição desportiva é o factor fulcral;
- «soft definiton» – inclui aqueles que viajam com o objectivo primeiro de estar envolvido em práticas desportivas de lazer. Os aspectos da prática desportiva activa na óptica do lazer são o factor de distinção;
- «Tourism Sport» – o critério adoptado é que as férias ou a visita são o primeiro motivo para viajar. Nesta categoria os turistas participam de forma

²² Gammon, S.; Robinson, T. (2003), «Sport and Tourism: a conceptual framework», in *Journal of Sport Tourism*, 8 (1), 21-26.

- passiva ou activa, numa prática desportiva de recreação ou competição como actividade secundária. Os autores apresentam duas sub-categorias:
- «hard definition» – nesta sub-categoria apesar de as férias constituírem o primeiro motivo para viajar, os turistas também pretendem participar em algum desporto, numa perspectiva passiva ou activa, na óptica do lazer ou da competição. Desta forma o desporto actua como um reforço secundário nas férias;
 - «soft definition» – inclui os turistas que como componente minoritária e accidental das suas férias participam numa determinada prática desportiva.

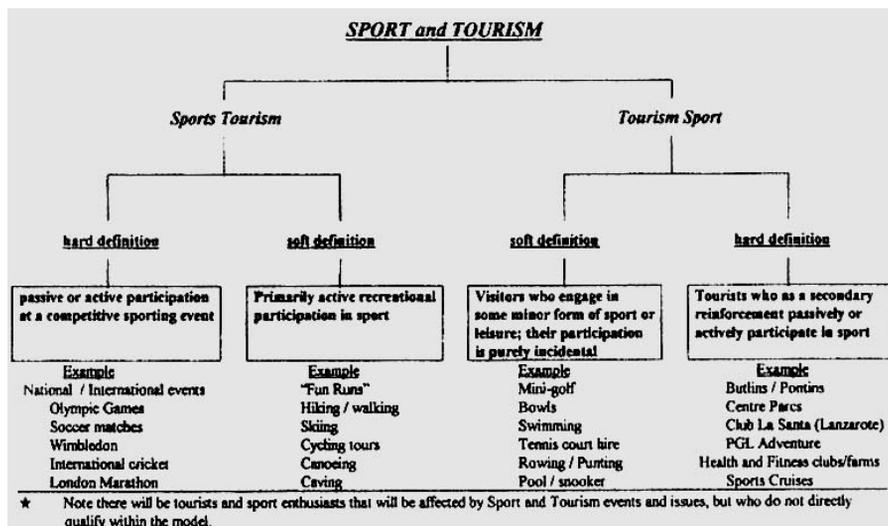


Figura 3. Modelo conceptual de classificação do Desporto e Turismo de Gammon e Robinson (2003).

Weed e Bull (2004)²³ procuram representar as relações entre o Desporto e Turismo através do «Sport Tourism Participation Mode». Este é um modelo dinâmico que pretende desenvolver uma compreensão dos comportamentos dos desportistas-turistas no que se refere ao nível de participação desportiva (que vai aumentando ao longo do eixo horizontal, desde a participação desportiva accidental nas férias às férias desportivas) como também ao nível de importância atribuído à viagem de desporto e turismo pelos indivíduos (eixo vertical). O modelo define ainda a categoria dos «intenders» como aqueles que apesar de não praticarem desporto assistem ao espectáculo desportivo.

²³ Weed, M.; Bull, C. (2004), *Sports Tourism: participants, policy and providers*, UK, Elsevier.

O modelo demonstra que apesar de existir uma participação meramente accidental, o nível de importância atribuído pode ser bastante elevado. Evidencia também o facto dos participantes no fenómeno Desporto e Turismo poderem participar numa multiplicidade de actividades, apesar do modelo ilustrar duas actividades, pode ser analisado a três dimensões com um número potencial infinito de actividades. Por exemplo um atleta de elite de determinada modalidade em estágio (categoria «driven»), pode participar esporadicamente noutra actividade com o objectivo de relaxação (categoria «ocasional»), e relativamente a outras modalidades não passar de espectador (categoria «intenders»).

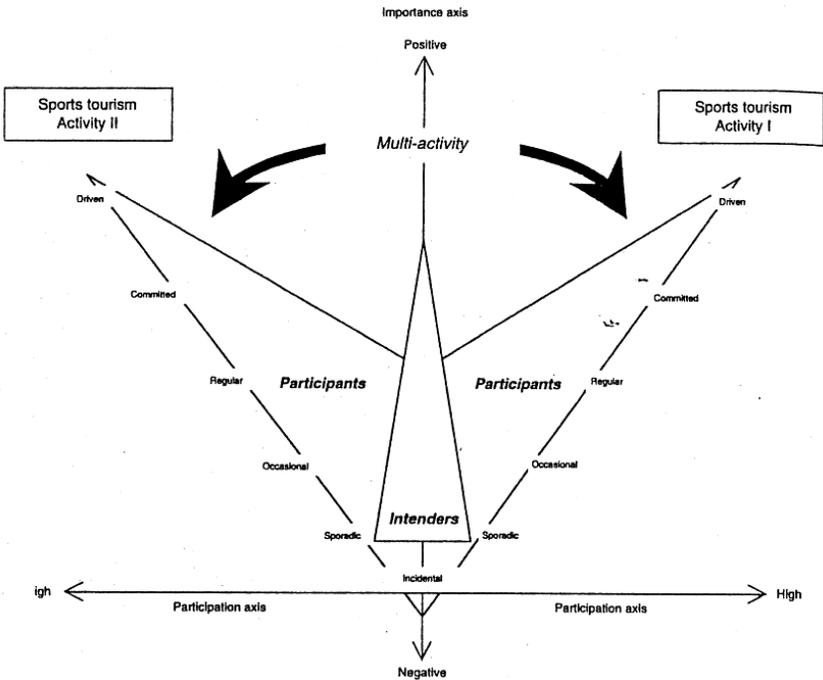


Figura 4. Modelo representativo do tipo de participação em Desporto e Turismo de Weed e Bull (2004)

Em nosso entender, e de acordo com Pereira (1999 e 2001)²⁴, um modelo explicativo do fenómeno do Desporto e Turismo deve ser conceptualizado do

²⁴ Pereira, E. (1999), *Desporto e Turismo: análise estratégica dos meios de alojamento de categoria média e superior da região do Algarve*. Dissertação apresentada com vista à obtenção do grau de Mestre em Gestão do Desporto, Lisboa, FMH/UTL.

Pereira, E. (2001), «Desporto e Turismo: dinâmicas de desenvolvimento», in Racial Clube (Ed.), *Actas do 11.º Congresso do Algarve (717-720)*, Albufeira, Racial Clube.

ponto de vista dos participantes de modo a permitir a definição de diferentes segmentos de mercado para posterior concertação de produtos.

De acordo com o factor que desencadeia a necessidade de viajar, o Desporto e Turismo pode assumir duas vertentes distintas que podem dar origem a diferentes segmentos de mercado:

– *Vertente eminentemente turística*, onde o sistema turístico é o motor deste binómio. A procura de práticas desportivas, por parte dos turistas, centra-se essencialmente na óptica do lazer. Em função das motivações e necessidades dos turistas, pois o que consideramos decisivo é aquilo que o turista pretende. Esta vertente pode integrar dois segmentos diferenciados:

– *Turismo activo/desporto integrador* – em que os turistas procuram determinado destino ou unidade de alojamento, devido não só às características gerais que apresentam, mas também à oferta desportiva diversificada, proporcionando a prática de várias modalidades. Nesta categoria o desporto é importante mas também é importante toda a experiência relacionada com as férias ou com a viagem, ou seja o *après* desporto. Neste caso a prática é importante mas integrada nas experiências relacionadas com as pessoas e com os locais. No entanto, em termos globais a participação nas diferentes práticas desportivas não condiciona as motivações ao nível do conhecimento do destino, dos aspectos distintivos e únicos que possam ser interessantes visitar. É característico neste tipo de turistas a eleição de «pacotes integrados» (práticas desportivas+outros produtos associados). Um dos exemplos elucidativos deste tipo de pacotes são as fórmulas *clube*, entre as quais o *Club Med* é um dos mais conhecidos. Existem, também, determinados destinos que estabelecem estratégias concertadas entre entidades públicas e privadas no sentido de dotar a região em que estão inseridos de um aporte significativo ao nível das facilidades para a prática de desportos. A Espanha é um bom exemplo deste tipo de concertação estratégica no que diz respeito à organização das diferentes regiões turísticas;

– *Turismo passivo/desporto complementar* – neste tipo de turismo, a oferta desportiva não é equacionada aquando da selecção do destino ou da unidade de alojamento, ou seja, não determina a decisão do turista, no entanto, condiciona a imagem *a posteriori*, assim como possíveis viagens de retorno ao destino. O desporto pode até surgir como algo accidental ou ocasional, não sendo o objectivo da viagem. Corresponde ao denominado turismo de massas, ou turismo de sol e praia. O perfil destes participantes é na maioria dos casos famílias ou grupos de jovens. Habitualmente designada de animação desportiva e fazendo parte integrante da oferta de animação do destino ou unidade de alojamento, esta, desempenha um papel fundamental como componente do pacote turístico, sendo que a existência de facilidades desportivas começa a ser cada vez mais importante. Neste caso, o ênfase é dado fundamentalmente nas pessoas e nos locais mas tendencialmente as práticas desportivas irão desempenhar um papel

cada vez mais significativo. Mesmo que a participação seja ocasional pode ser um elemento importante na viagem de retorno, no imaginário do turista. A oferta desportiva pode apresentar várias características, como sejam, práticas não formais ou informais, vocacionadas para a terceira idade, para crianças, para famílias, para grupos, para o turismo de negócios, para o turismo de congressos e incentivos, para a melhoria da condição física, para o convívio, para a relaxação, para o contacto com a natureza, etc. Dependendo, fundamentalmente, do tipo de clientes actuais e/ou potenciais de determinado destino ou unidade de alojamento e respectivas motivações, assim deve ser a oferta proporcionada.

– *Vertente eminentemente desportiva*, pois é o sistema desportivo o motor deste binómio. De acordo com as necessidades do sistema desportivo, onde as pessoas se deslocam para determinado destino tendo como principal objectivo o desporto e não o turismo, que serve fundamentalmente de suporte às actividades, podemos diferenciar dois segmentos:

– *Desporto turístico/desporto condicionador* – em que se procura determinado destino turístico ou unidade de alojamento, devido às condições óptimas ou ideais para a prática de determinada modalidade desportiva. As características deste segmento são bastante específicas, pois a natureza da maioria destes desportos faz com que os participantes não as possam realizar na sua área de residência, porque dependem na maioria das vezes de recursos naturais. Assim o viajar é uma parte necessária para a realização das práticas desportivas, sendo o local, e nomeadamente a qualidade de facilidades desportivas para a prática da modalidade uma das componentes principais das suas experiências. Devido ao facto deste segmento não poder participar nas actividades na sua área de residência faz com que realizem este tipo de férias desportivas entre uma vez por mês e 4 vezes por ano. Para muitos destes desportistas-turistas o deslocarem-se para diferentes locais que proporcionem o tipo de práticas que desejam realizar é uma das características do seu comportamento. Dirigem-se a um destino fundamentalmente para prática de uma determinada modalidade desportiva na óptica do lazer. Podemos dividir em subcategorias distintas de acordo com o tipo de desporto que os turistas procuram e temos como principais, o turismo do golfe, o turismo náutico, o turismo de aventura, o turismo de contacto com a natureza, o turismo do esquí, o turismo do fitness/Spa, etc.;

– *Estágios desportivos* – em que os indivíduos ou equipas, amadores ou profissionais do desporto, se deslocam a determinado destino devido às condições ideais que este proporciona para a prática de determinada modalidade desportiva, na óptica da competição, com o objectivo da manutenção e/ou melhoria da *performance*. Neste caso, é importante a existência de um conjunto de infra-estruturas desportivas de qualidade que dê resposta às necessidades inerentes às modalidades desportivas assim como a possibilidade de haver elevado nível de treino/competição com outros atletas ou equipas. Os desportistas que realizam

este tipo de estágios são normalmente turistas passivos, pois o tempo livre é reduzido e na maioria das vezes utilizado para recuperação/relaxação dos períodos de treino;

– *Eventos desportivos* – nesta categoria integramos tanto as competições desportivas como os espectáculos desportivos, tanto os desportistas, principais actores do fenómeno desportivo, como os espectadores que se deslocam devido ao evento, temos assim:

– *Desportistas profissionais* – o tempo de permanência em determinado destino é exclusivamente dedicado à prática desportiva de alta competição, logo, a componente turística circunscreve-se, essencialmente, à utilização das unidades de alojamento e de restauração, dando origem a uma prática turística de características passivas;

– *Espectadores desportivos* – aqueles que pretendem assistir aos eventos desportivos, são motivados pelo desporto-espectáculo a deslocarem-se a determinado destino. Este tipo de turistas dispõe de algum tempo livre (após ou entre os espectáculos desportivos) para conhecer o destino onde se encontra, no entanto, o tipo de turismo apresenta, ainda, características passivas, pois é condicionado pelos horários do espectáculo desportivo.

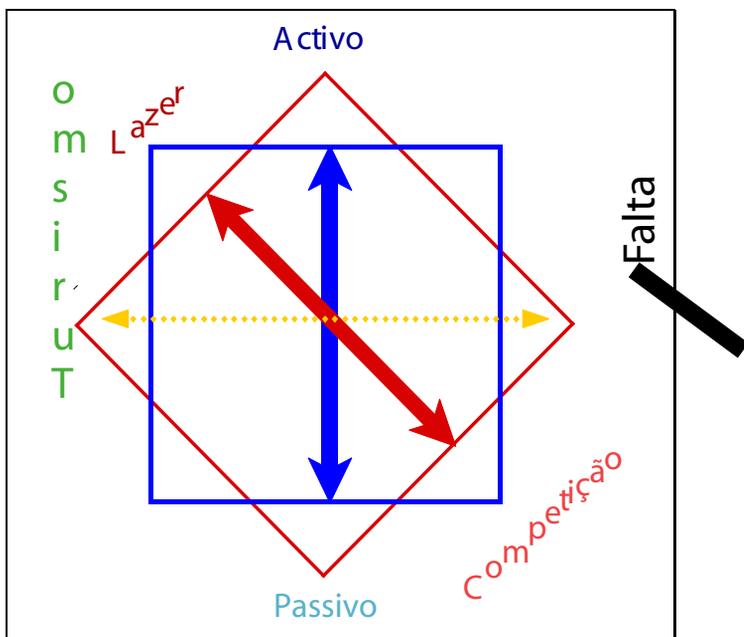


Figura 5. Modelo explicativo do fenómeno Desporto e Turismo de Pereira e Carvalho

Tendências de evolução

De uma maneira geral o Desporto e Turismo demonstra sinais de franca expansão. A população mundial está a crescer exponencialmente, facto que só por si promove o aumento do número de viagens. Prevê-se que em 2020 cerca de 1.6 biliões de pessoas visite outros países, o que representa o triplo do número de pessoas que viajaram internacionalmente em 1996, e gastar-se-á cerca de cinco vezes mais dinheiro (OMT, 1997) ²⁵.

Segundo dados da *Eurostat*, a população europeia com mais de 65 anos passará de 45.6 milhões em 1987 para 57.4 milhões no ano 2000 e a população com idade igual ou superior a 55 anos será de 168 milhões. Neste quadro serão a Alemanha, o Reino Unido e a Itália os países que darão um contributo mais significativo. Estas tendências verificam-se de uma forma generalizada nos países industrializados, como por exemplo o Japão e os Estados Unidos, e têm tendência para continuar a acentuar-se até 2025 (OMT, 1990) ²⁶. O envelhecimento da população terá fortes repercussões ao nível dos produtos e serviços, pois é um segmento do mercado com características específicas.

A globalização actua directamente sobre todas as esferas sociais, padronizando e homogeneizando. De facto podemos actualmente falar de um estilo de vida global, caracterizado por padrões mais activos e que visam uma maior satisfação individual. Estes factores são visíveis nas formas cada vez mais activas de estar no lazer e em particular no Desporto e Turismo, no qual os níveis de participação têm vindo a aumentar.

De acordo com o panorama geral parece-nos razoável sugerir que entre 10 a 20% da população dos países civilizados que faz férias está interessada em ter práticas desportivas nas férias todos os anos. Quando falamos da participação em práticas desportivas em que o desporto não é o principal motor das férias mas que ocorre como algo de accidental, as percentagens sobem entre os 25 e os 80%. Os alemães são dos povos que apresentam participações mais elevadas (80%). Estes factores permitem-nos concluir que o número de pessoas que procura férias mais recreativas, não tão desportivas, é bastante elevado e continua a subir, sendo que a tendência é a prática de várias modalidades, a procura de variedade o que focaliza a importância na animação desportiva (Standeven; De Knop, 1999) ²⁷.

Haverá uma necessidade de pacotes de serviços não estandardizados, em que a procura de férias de aventura, de actividades de contacto com a natureza e «health trips» terão um forte crescimento na quota de mercado (Schwaninger, 1984) ²⁸.

²⁵ www.world-tourism.org-newslett/nov97/travel.htm

²⁶ OMT (1990), *Tourism to the year 2000 : qualitative aspects affecting global growth*, Madrid, OMT.

²⁷ Standeven, J.; De Knop, P. (1999), *Sport Tourism*, USA, Human Kinetics.

²⁸ Schwaninger, M. (1984), «Forecasting Leisure and Tourism: scenario projections for 2000-2010», in *Tourism Management*, 5 (4), 250-257.

O espectro das facilidades e oportunidades educacionais tem-se enriquecido constantemente permitindo um nível cultural base mais elevado. O sistema educacional irá ensinar não só para o trabalho mas também para o lazer. Mais do que a melhoria do nível de vida, a elevação dos níveis de formação explica hoje a intensificação das actividades de lazer, assim como uma gestão diferente das férias, pois o crescimento do nível cultural das novas gerações fará com que as motivações turísticas sejam cada vez menos estandardizadas e se enquadrem, cada vez mais, em ofertas criativas, ao ponto de se inventarem novas formas de lazer e modelos de férias até agora inexistentes, constituídos por conceitos inovadores. Neste âmbito surge a necessidade de novas atracções, novas experiências, e a necessidade de descobrir cenários e locais desconhecidos, prevendo-se mesmo que nos próximos anos haja um aumento crescente da procura de práticas desportivas radicais e que envolvam maior risco. Esta tendência exigirá maior formação e qualificação dos técnicos que enquadrem estas práticas.

Por outro lado a preocupação e a consciencialização ecológica está a crescer e expressa-se na preservação do ambiente, devido a uma série de alterações ambientais, como a destruição da camada do ozono, as chuvas ácidas, a macro poluição, entre outras. Desenvolve-se assim uma consciência ambiental que imporá limites ao crescimento e provocará impacto tanto ao nível do desporto e turismo. O interesse por actividades de ar livre e de contacto com a natureza desenvolverá formas de turismo ecológico, veja-se por exemplo a existência de organizações como *Ecotourism Society*, ou o facto de 275.000 pessoas anualmente decidirem fazer canoagem nos afluentes do rio Arkansas, ou a existência de 9 milhões de donos de BTT nos Estados Unidos (Popcorn e Marigold, 1997) ²⁹.

Raynouard (1989) ³⁰ fala-nos da procura da vitalidade e da saúde como uma das principais tendências ao nível dos lazeres. Em França, o *Centre de Communication Avancée* no seu estudo sobre estilos de vida aponta como comportamentos dominantes da sociedade actual a «remise en forme» e a «mise au vert». De acordo com o *Henley Centre for Leisure Forecastings* «Awareness and participation in sports related activities as increased in the last decade [...]» (O'Brien, 1990:26) ³¹. Esta tendência irá também ter repercussões ao nível do turismo. De acordo com Schwaninger (1984) ³² a maior parte dos hotéis tradicionais terão que desenvolver estratégias de novos produtos, para conquistar a crescente procura de férias mais activas. No relatório *Internacional Tourism Forecasts to*

²⁹ Popcorn, F.; Marigold, L. (1997), *Click*. Rio de Janeiro, Editora Campus.

³⁰ Raynouard, Y. (1989), «Les Loisirs de Proximité : nouvelles tendances», in *Espaces*, (96), 38-41.

³¹ O'Brien, K. (1990), «The UK Tourism and Leisure Market: special report n.º 2010», in *The Economist Intelligence Unit Limited*.

³² Schwaninger, M. (1984), «Forecasting Leisure and Tourism: scenario projections for 2000-2010», in *Tourism Management*, 5 (4), 250-257.

2005, as atitudes relacionadas com «healthier living and personal fitness» são apontadas como influenciadoras na escolha das férias (Edwards, 1992) ³³.

Os papéis do homem e mulher estão a mudar significativamente. A importância das mulheres no mercado de trabalho é crescente. Esta mudança permite não só uma independência monetária da mulher, possibilitando-lhe ter ocupações no seu tempo de lazer distintas das tradicionais, como também contribui para um aumento do *per capita* do agregado familiar. Gostaríamos ainda de referir as implicações que acarreta esta alteração dos papéis sociais no que diz respeito ao ciclo de vida familiar, nomeadamente na média da idade do casamento e do nascimento do primeiro filho que se prolonga para mais tarde. Aumentará assim o número de pessoas solteiras e também o número de casais sem filhos.

Estas tendências sociais ganham expressão quando associadas ao factor económico, onde se prevê um aumento do *Personal Discretionary Disposable Income (PDDI)*, que permite uma verba disponível acrescida para os lazeres, entre eles, o turismo, o desporto (Schwaninger, 1984) ³⁴.

As novas tecnologias têm permitido avanços ao nível dos transportes tornando-os mais rápidos, mais baratos e mais acessíveis. A evolução informática e das comunicações permitiu que facilmente tivéssemos acesso à comunicação à escala global, através da *Internet*, seleccionando por exemplo os destinos turísticos que mais nos agradam, os pacotes para esses destinos, as respectivas reservas. Por outro lado, permitiu também o acesso a viagens virtuais, possibilitando viajar sem sair do lugar. As evoluções em termos da comunicações, ao aproximarem os povos e as nações, têm influenciado a expansão das competições desportivas. Novas tecnologias permitem não só que os desportos se tornem cada vez mais seguros como o aparecimento de novos desportos e de novas facilidades desportivas. A título de exemplo veja-se a existência em Tóquio de uma pista de esqui coberta, preparada para receber 9.600 pessoas por hora, ou a existência de piscinas com ondas artificiais que permitem a prática de *surf* e *body-board*.

Os factores apontados, conjuntamente com muitos outros que não referimos, irão obrigar os gestores dos lazeres Desportivo-turísticos a repensarem as premissas de actuação, pois o Desporto e Turismo no futuro caracterizar-se-à por uma dinâmica mais comercial, será mais acessível e fará cada vez mais parte da realidade contemporânea.

³³ Edwards, A. (1992), «International Tourism Forecasts to 2005: special report n.º 2454», in *The Economist Intelligence Unit Limited*.

³⁴ Schwaninger, M. (1984), «Forecasting Leisure and Tourism: scenario projections for 2000-2010», in *Tourism Management*, 5 (4), 250-257.