

Vítor Rodrigues

Reseña de Publicaciones

Baldacchino, G. (2015); Archipelago tourism: policies and practices. London: Routledge.

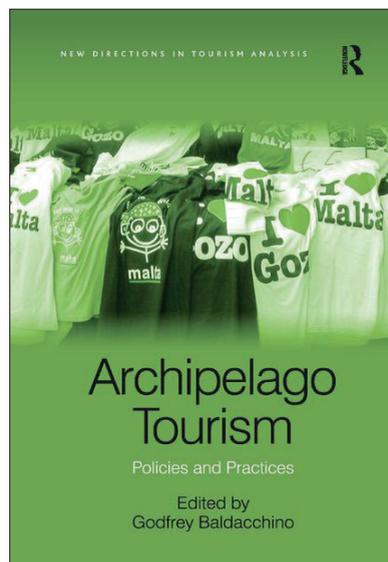
ISBN 978-1472424303

Vítor Rodrigues*

Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (Portugal)

Em *Archipelago Tourism: policies and practices* encontramos diversos artigos baseados em estudos de caso e desenvolvidos por investigadores de disciplinas distintas, mas cujo foco se centra essencialmente nas políticas e práticas em torno do turismo insular, em especial sobre os arquipélagos. O livro encontra-se dividido em quatro partes, sendo que cada uma reúne trabalhos sobre casos em localizações específicas, nomeadamente, mar Mediterrâneo e oceanos Atlântico, Pacífico e Índico. A obra é iniciada com um breve contributo de Richard Butler, que apresenta, para reflexão, uma questão centrada no turismo em arquipélagos ou ilhas e a sua pertinência, uma vez que à parte desse particularismo geográfico, os destinos são idênticos a tantos outros localizados em zonas costeiras/litorais. O autor acaba por inferir que, em última instância, o particularismo dos arquipélagos, enquanto destinos turísticos, depende dos próprios turistas, das suas perceções e constructos, que perfazem um imaginário que os motiva a procurar estes lugares. A ideia é corroborada pelo editor do número, Godfrey Baldacchino, citando, como exemplo, os imaginários idílicos do paraíso da tradição judaico-cristã-muçulmana e a respetiva influência exercida nas motivações de viagem individuais a destinos que se aproximam da imagem mental criada.

Para Baldacchino, as ilhas não são apenas pedaços físicos de terra que se encontram separadas de uma parte continental. Constituem-se, igualmente, como lugares que isolam simbolicamente os turistas dos lugares comuns diários, afastando-os das rotinas quotidianas. Royle, o primeiro de vários autores que contribuíram para este número, reflete como as ilhas são tidas ainda hoje como algo menor e menos importante, porque se olha para estas desde as grandes massas terrestres. No entanto, pela sua experiência pessoal em várias centenas de ilhas ele encontra, nestas, características únicas que as unem e as distinguem umas das outras. Este número especial aborda, simultaneamente, os 5 atributos específicos do turismo em arquipélagos - visibilidade, representação ajustada, dominação, liminaridade e a diferenciação natural e expressiva entre as ilhas - destacados pelo seu editor, focando nas políticas e práticas em vários estudos de caso, que aqui sintetizamos, destacando as suas contribuições e conclusões, antes de refletirmos sobre esta compilação.



* E-mail: vitoragr@utad.pt

No primeiro dos 3 casos apresentados no mediterrâneo, Karampela, Kizos e Papatheodorou, abordam o arquipélago Egeu na Grécia, centrando-se sobre os padrões de transporte entre as ilhas que o compõem. Padrões estes que tendem a refletir maiores dificuldades de transporte entre ilhas do que entre as mesmas e o continente, em especial quando estão em causa as ilhas de menor dimensão. Nessa linha, os autores demonstram que as comunicações, tanto de ferry como aéreas, são mais frequentes de e para as principais ilhas turísticas, em particular, aquelas exploradas pelas empresas de maior dimensão, ao passo que as comunicações de e para as ilhas mais pequenas são tendencialmente exploradas por pequenos empresários locais. Conclui-se que as ilhas de menor dimensão retiram um proveito mínimo dos fluxos turísticos das maiores, algo que é agravado pelo facto de não existir uma estratégia promocional, e muito menos uma marca agregadora e reconhecida, como acontece, a título de exemplo, nas ilhas de Santorini ou Lesbos. Desta forma, o estudo aponta para a necessidade de uma governança concreta, com competências reguladoras, em contraposição com um sistema financeiramente dependente do Governo Central.

Da Grécia para Malta, Chaperon e Theuma apresentam-nos os resultados de um trabalho que também aborda ilhas periféricas, nomeadamente a sua situação de dupla exploração, face aos centros de decisão e face às ilhas maiores. Se a esta relação de periferia-nuclear (*core-periphery*) acrescentarmos as relações de governança em arquipélagos que apresentam dificuldades paralelas, sobretudo a ineficácia em envolver os *stakeholders*, compreendemos porque a logística turística em arquipélagos tende a seguir a tradicional estrutura *top-down*. É então considerado o caso das conexões entre a ilha de Malta e de Gozo como um exemplo deste exercício falhado de governança assente no centro político. De um lado, a vontade expressa pelos decisores políticos de manter Gozo como um lugar periférico pela sua atratividade turística; sob outro prisma, os residentes e empresários de Gozo que pretendem aproximar-se de Malta através de ligações diretas e investimento em infraestruturas e equipamentos de apoio. Contudo, aferiu-se que não dispondo de uma representatividade política capaz de alterar a sua posição, Gozo acaba por permanecer dependente da vontade política oriunda do centro de Malta.

O futuro parece passar pela criação de estruturas de governança e de promoção turística próprias, um caminho que vai ao encontro dos resultados alcançados pela investigação de Cannas e Giudici, referente ao arquipélago menor da Sardenha. Segundo o estudo, o desenvolvimento turístico sustentável depende, em grande medida, da articulação complementar entre todas as ilhas dos respetivos arquipélagos, através de uma estratégia centrada na promoção concertada e integradora.

Orientando o foco para o mar Atlântico, Baldacchino e Ferreira trazem-nos o estudo de caso do arquipélago dos Açores, no qual abordam a falaciosa ideia de arquipélagos como territórios dispersos, mas culturalmente coesos, que giram sob a influência de uma ilha de maior dimensão. A investigação descreve que a promoção turística dos Açores é um exemplo concreto de como as rivalidades entre ilhas, que lutam pela diferenciação simbólica em relação às restantes, é contrária à ideia de promoção turística integrada apresentada pelos governos centrais e regionais. Esta política de coesão procura esconder as rivalidades e as relações históricas, sociais e culturais entre as ilhas, promovendo falaciosamente, um destino único, mas que turisticamente se quer múltiplo, variado e integrado. Afirmam, por último, que é precisamente a diversidade existente que pode complementar a sua unidade e atuar como um atrativo.

A ideia de promoção múltipla e unificada é também trabalhada por Marcelino e Oca González, em Cabo Verde. Após apresentarem as características e a evolução do desenvolvimento turístico, no período de 1990 a 2010, com particular destaque para o caso da Cidade Velha na ilha de Santiago, refletem sobre o modelo de desenvolvimento turístico do país, assente no turismo balnear massificado, e respetivas implicações. Entre estas, as tentativas de gentrificação das ilhas nomeadamente do Sal e da Boa Vista, cujos serviços e arquitetura das infraestruturas hoteleiras se inspiram em grupos étnicos berberes, ou em decorações de praia de outras paragens longínquas. Tentativa que se estende à construção de uma imagem das ilhas do Fogo, S. Vicente e S. Antão, baseado em nichos de turismo de lazer, aventura e desporto. Independentemente da ilha em causa, as transformações e requalificações dos espaços turísticos e espaços públicos no geral, acabam por exigir o realojamento de populações e, necessariamente, criam conflitos sobre o espaço, e os não-lugares.

Na mesma linha, Johnson ao abordar o caso das ilhas britânicas do Canal, também alerta para a ideia de promoção turística, aqui de Guernsey, como um território com duas faces, uma promovida outra esquecida. Estas ilhas procuraram seguir o modelo turístico que pretende atrair os visitantes ao arquipélago de forma a “saltarem de ilha em ilha”. Ainda assim, e na prática, a promoção turística (e.g. websites e logótipos) acaba por destacar e favorecer apenas a ilha de Guernsey, que dispõe de um maior conjunto de infraestruturas. Como consequência, as “ilhas irmãs” são direta ou indiretamente

excluídas dos fluxos turísticos relevantes, em resultado da promoção dispersa e individual, acabando por competir entre si, contrariando assim o objetivo inicial.

Mais a norte, nas ilhas Faroé, Ankre e Nilsson retomam o debate sobre a acessibilidade, detalhando as alterações verificadas após a construção de acessos entre ilhas e a criação de serviços de transporte, bem como os respetivos impactos na experiência turística e no próprio quotidiano dos seus residentes. Os autores sugerem que as transformações implementadas tiverem o dom de aproximar os seus residentes, e de melhorar a oferta e a experiência turística dos visitantes. Realçam ainda, que apesar das rivalidades existentes entre ilhas, as suas ações de promoção não são individuais, facto que se posiciona, entre outros, como garantia de sucesso do marketing turístico, o que em certa medida, vai ao encontro das disposições de outras investigações aqui referenciadas.

A Oeste o enorme arquipélago das Caraíbas é discutido por Roberts, Telesford e Barrow, com claro destaque para a relação entre transporte e turismo, bem como a sua importância para um destino e respetiva competitividade. A metodologia aplicada permitiu concluir que o modo de transporte, a par do custo, são as principais determinantes das escolhas de mobilidade dos residentes. Todavia, foi possível aferir que o monopólio existente, nos modos de transporte, condiciona profundamente as opções destes. Adicionalmente, esta falta de opções retira competitividade ao arquipélago, favorecendo umas ilhas em detrimento de outras, algo que é agravado pelas diferenças sub-regionais, históricas, linguísticas e culturais, e ainda pela fraca parceria pública/privada e intergovernamental.

Por seu turno, Rolle investiga a competitividade individual da promoção turística no arquipélago das Bahamas, como tentativa de escape às forças externas a que o país se encontra exposto. Esta estratégia governativa acabaria por fracassar ao ignorar alguns constrangimentos chave, tais como a ausência de comunicações entre ilhas e a insuficiente oferta de infraestruturas adequadas ao aumento previsto dos fluxos turísticos. O relançamento posterior desta ação, com uma oferta turística e promocional diferenciada, acabaria por se revelar incapaz de implementar o plano de marketing previsto, onde o destaque recaí sobre 6 ilhas e as suas experiências únicas, representativas da “autêntica” Bahamas. A ausência de um acordo, referente aos elementos que deveriam ser representativos dessa autenticidade, em paralelo com os elevados preços praticados, motivaram um novo fracasso da proposta governativa. Rolle proporciona-nos mais um exemplo de um modelo de desenvolvimento turístico que fracassa pela fragilidade das suas infraestruturas e capacidade de resposta, mas sobretudo pela falta de um planeamento e implementação adequada que considere a sustentabilidade dos frágeis territórios insulares, em particular daqueles que se encontram extremamente dependentes da atividade turística.

Centrando-se no Pacífico, Connell realizou uma investigação sobre a competitividade entre ilhas, debruçando-se sobre um estudo de caso dedicado a dois arquipélagos da República das Fiji - Mamanuca e Yasawa. De acordo com o autor, os arquipélagos pretendiam diferenciar-se do resto do país e captar, por si, fluxos turísticos distintos. A seu favor, tanto a proximidade face ao aeroporto internacional como uma eficaz estratégia de marketing, contribuíram para um crescimento acentuado do número de visitantes internacionais. Num sentido inverso, as ilhas mais pequenas viram o isolamento e as escassas comunicações e acessibilidades entre si desempenharem, uma vez mais, um papel negativo, resultando em reduzidos proveitos da atividade turística. Em todo o caso, e contrapondo todas as variáveis, o estudo conclui que ambos os arquipélagos acabaram por registar um crescimento da atividade económica e ver reduzida a taxa de emigração, mostrando tratar-se de uma estratégia viável para a melhoria da qualidade de vida das populações e da economia local e nacional.

Olhando para o arquipélago do Havai nos Estados Unidos da América, Minerbi analisa as dinâmicas de viagem nestas ilhas, demonstrando o rápido crescimento do turismo no Havai e os problemas que daí advieram. A título de exemplo, é particularizado o sentimento de turismo-fobia, pelos residentes e nativos, que através dos seus governos regionais têm resistido ao crescimento desmesurado da atividade turística e respetivos impactos sociais, económicos e ambientais. Este caso leva-nos a considerar a importância da distribuição equitativa da riqueza produzida pelo turismo e o seu desenvolvimento sustentável, através da capacidade de gerir dinâmicas sociais e económicas de forma a satisfazer as comunidades residentes, o investimento privado e os próprios turistas. Minerbi conclui que é necessário um planeamento coordenado e simultaneamente descentralizado, capaz de considerar as características e fragilidades individuais de cada ilha, escapando ao facilitismo de um planeamento centralizado, assente no investimento privado, sem consideração pela sustentabilidade do território e das suas comunidades.

Por seu turno, Amira, abordando o caso das Maldivas, procura também demonstrar como as ilhas devem centrar-se na diferenciação da sua oferta de acordo com segmentos de mercado específicos, evitando a competitividade prejudicial entre o arquipélago, e mesmo outros destinos com os quais compete internacionalmente. Ainda no Índico, Wergin mantém o foco na questão política e implementação dos

planos de desenvolvimento turístico ao relatar o caso do arquipélago das Mascarenhas. O autor procura investigar a viabilidade do património cultural crioulo, no mercado turístico, como fator diferenciador entre as 3 ilhas que compõem este território, inferindo que as tensões políticas, históricas e culturais entre cada um destes lugares pode ser usado para benefício da oferta e promoção turística. Como tal, afirma que cabe ao governo considerar essa diferença como algo a desenvolver e não a combater, pela gentrificação dos espaços ou restringindo atividades culturais.

A fechar este número, Ioannides e Petridou refletem sobre os contributos compilados nesta obra e recordam que apesar do intenso desejo e procura que as ilhas, sobretudo o seu imaginário, registam, as suas fragilidades não podem ser contrariadas pela centralização das políticas, planos e consequente implementação. As disparidades regionais, diríamos disparidades multiniveladas, já que existem substanciais diferenças mesmo dentro dos próprios arquipélagos, acabam por acentuar essas dissemelhanças de desenvolvimento, oportunidades e acesso.

Ao longo desta obra é evidente o constante sublinhar do papel das comunidades e da sua autode-terminação, no desenho e implementação de um modelo de desenvolvimento turístico sustentável, capaz de satisfazer visitantes, investidores e residentes. Um desenvolvimento que deve considerar as dinâmicas culturais, históricas e sociais, mas também procurar potenciá-las para a atividade turística e escapar à tentação da gentrificação dos espaços, que acabam por alienar as comunidades, acentuar a sua resistência e oposição a todo o tipo de atividade turística. O livro “Archipelago Tourism – Policies and Practices” navega-nos apenas por quatro oceanos, mas, as suas descrições e explanações sobre o desenvolvimento da atividade turística em cada um dos casos, dão-nos a conhecer uma realidade que se repete por todo o globo. O foco destes trabalhos está, portanto, centrado em várias questões-chaves como acessibilidade, competitividade, cultura, marketing e promoção e, apesar das flutuações na qualidade entre alguns artigos, esta obra revela-se pertinente e esclarecedora das dificuldades e constrangimentos que caracterizam a atividade turística em territórios insulares ou arquipélagos.

Recibido: 07/08/2018
Reenviado: 13/08/2018
Aceptado: 13/08/2018
Sometido a evaluación por pares anónimos