

O NOVO PARADIGMA PARA O TURISMO

O turismo, não sendo, no sentido rigoroso do termo, uma indústria, uma vez que não cria armazenagem de produto, ocupa, no entanto, um lugar ao lado da importância das duas indústrias, os automóveis e o petróleo, que no mundo só são ultrapassadas pela da guerra na dimensão e na influência sobre as condições de vida das comunidades.

Da mesma maneira que os automóveis, por exemplo, actuam nas sociedades muito para além da sua função de meio de transporte e vão tão longe que são determinantes estruturais na forma de organizar e viver as cidades, também o turismo tem hoje um papel que há muito ultrapassou as suas origens.

Começou por ser um capricho só acessível a sectores privilegiados, no que foi a época dos Hotel Palace, Grande Hotel, Casinos exclusivos, corpos estranhos nas comunidades onde se instalavam e onde criavam vida própria sazonal. Com a democratização das sociedades, sectores sociais cada vez mais amplos passaram a ter acesso ao turismo de lazer, mas mantendo-se dentro do paradigma de vilegiatura.

Nasceu então o turismo de massas e, com ele, a transformação do uso dum direito social, num filão lucrativo para investimentos privados, a que as administrações públicas ou se aliaram, ou só tardiamente começaram a controlar no sentido do interesse público.

Duma maneira ou doutra, essa foi a época da acelerada expansão mundial dum turismo culturalmente desorientado, buscando e recebendo imagens de tipicismos e exotismos, ou da aparência de bem estar.

Essa dinâmica, levou aos zonamentos de locais turísticos, exteriores às vivências dos locais de destino, com as administrações públicas a perderem referências sociais e culturais e reduzirem o turismo a números, estatísticas e percentagens sob conceitos uniformes e descaracterizadores.

Este esquema primário de gestão do fenómeno turístico, está hoje em queda, subvertido por uma lógica interna não controlável, de nível superior, integradora do turismo nas sociedades de destino, em abandono da cega dicotomia residentes/turistas.

O novo paradigma, já perceptível, mas a que as inércias instaladas resistem, vai determinar e exigir uma nova visão de planeamento e de orientação de investimentos.

Em Lagos, os sistemas de cosmética, que mal cobrem os silenciosos cancro que originam os desastres urbanísticos e culturais, são incapazes de perceber os sintomas dos novos caminhos do turismo e do desenvolvimento.

José Veloso
Abril 2015