

## *Promoção turística do interior implica imagem de qualidade*

A promoção turística das potencialidades do interior do território nacional passa pela adopção, a nível do poder central e local, de medidas de sensibilização para a preservação do património e do ambiente, que permitam o lançamento de uma imagem de qualidade na diversidade, enquanto conceitos turísticos.

Estas preocupações foram expressas por quase todos os intervenientes no III Encontro Nacional de Turismo de Habitação, promovido no último fim de semana em Ponte de Lima pela Turihab e consubstanciaram-se na conclusão sobre as vantagens promocionais, a nível interno e externo, da aliança entre as Pousadas de Portugal (geridas pela Enatur), os Solares de Portugal (imagem de marca lançada pela Turihab para o conjunto de quase cem casas suas associadas) e as Aldeias de Portugal (conceito lançado no âmbito do Programa de Recuperação de Aldeias Históricas de Portugal e que numa primeira fase vai centrar o seu apoio na recuperação de um conjunto de aldeias do interior centro do país), como formas de vivenciar a tradição.

Esta preocupação passa pela conjugação dos alojamentos (cujo índice de ocupação é ainda relativamente baixo), com a disponibilização generalizada de infraestruturas de lazer e apoio complementares, a criação de itinerários culturais e a sinalização turística, bem como a implementação de medidas diversas de protecção ambiental, em particular no que respeita aos ruídos e ordenamento e tipologia das construções.

### **Portugueses gastaram 250 milhões no estrangeiro**

O secretário de Estado do Turismo, Alexandre Relvas, que presidiu à sessão de abertura do encontro, definiu o âmbito dos apoios futuros ao sector turístico — defendendo a necessidade de «vender produtos turísticos» específicos e únicos e que recorram ao que é «português e autêntico» —, que se centrarão mais em factores de integração e complemento da oferta de alojamento já existente, mais do que no crescimento desta oferta.

Neste sentido, Alexandre Relvas considerou estratégico um posicionamento promocional das unidades turísticas de tradição no mercado interno, com grande potencialidade de crescimento e combatendo a tendência crescente de procura de rotas turísticas em mercados externos por parte dos portugueses, que em 1994 terão gasto no exterior cerca de 250 milhões de contos (recorde-se que, segundo dados oficiais, a média nos três anos anteriores, apontava para a saída de divisas na ordem dos 140 milhões de contos/ano, para fins turísticos).

Para o presidente da Turihab, Francisco Calheiros; o exemplo dos Açores — com o seu cultivo de aspectos de relevância como a paisagem, a limpeza, o cuidado com a natureza, a hospitalidade, o conforto a gastronomia, o património, a tradição — deve servir como guia para a implementação dos cuidados a ter no ordenamento interior do território, que permitam a manutenção de uma imagem de qualidade da envolvente patrimonial e ambiental, sem qual estas valências turísticas assentes na recuperação da tradição não poderão impôr-se. ■