

O *surf* na economia do mar: propostas de reconhecimento e institucionalização

O *SURF* ESTÁ A CRESCER EM PORTUGAL, arrastando um conjunto de actividades económicas a um ritmo que não tem muitos paralelos noutros sectores. Esta constatação não nos deve impedir de salientar que esta importância decorre maioritariamente da exploração de uma das suas dimensões, nomeadamente da sua componente desportiva (e mesmo nesta apenas de forma parcial) com impactes significativos de natureza financeira e comercial. O *surf* tem servido apenas de instrumento comercial e de *marketing* com pouca preocupação quanto às suas restantes dimensões. Como qualquer fenómeno multidimensional quando apenas uma das suas dimensões cresce obtém-se, a médio prazo, um esgotamento dessa dimensão e, por outro lado, um desvirtuamento da própria natureza do fenómeno em causa, reduzindo o seu verdadeiro potencial.

Defendendo que o reconhecimento público e colectivo do *surf* só se fará com o aumento da área de influência económica e funcional do *surf*, a questão seguinte é conceptualizar o processo de, institucionalização na sociedade e na economia do mar em particular.

Da monetização do *surf* à sua natureza económica e social

Vários têm sido os trabalhos que internacionalmente têm estudado o impacto económico do *surf*, quer da sua importância enquanto actividade isolada, quer do seu impacto nas economias locais. Só a título de exemplo, podem referir-se estudos focados nos seguintes casos: South Stradbroke Island – Austrália; Bastion Point – Austrália; Ensenada – México; Costa Norte de Oahu – Hawaii; Surfers Paradise – Austrália; Mundaka – País Basco, Espanha; Trestles Beach – Califórnia, USA; Recifes Artificiais – Narrowneck, Cables, Bagarra (Austrália), Boscombe (UK), Mount Maunganui (NZ). As estimativas que se fazem da importância do *surf* enquanto actividade referem-se aos seus efeitos directos e indirectos ao nível do emprego criado, das vendas, dos impostos arrecadados, do impacto no turismo local e dos efeitos multiplicadores

associados, da publicidade, das roupas, do *marketing*, dos campeonatos, pranchas, acessórios, do impacto no PIB regional e local, das escolas de *surf*, dos *surf* camps, dos valores fundiários, da rentabilidade da indústria, etc. Embora se possam apresentar reservas metodológicas sobre algumas dessas estimativas, os valores encontrados são muito significativos, nomeadamente os que dizem respeito ao crescimento relativo desta indústria. A importância monetária e financeira do *surf* é um facto que ninguém pode negar. Ela existe, alarga-se e basta ver como a “ideia de *surf*” é utilizada para vender desde detergentes, viagens, até automóveis. Já daí não se pode concluir que a sua importância económica e social seja igualmente reconhecida. A dimensão económica e social é muito mais do que a sua componente financeira e comercial que, embora importante, não esgota o valor do *surf*.

O argumento que se tem vindo a desenvolver é, precisamente, o de que a importância comercial e financeira do *surf* não é suficiente para alterar o problema que estamos a tratar. A sua componente financeira e comercial não é suficiente para se preservar e desenvolver adequadamente o *surf* em Portugal (ou qualquer outro país). E porque razão não é suficiente?

Em primeiro lugar, olhando para os factos. Mesmo quando o *surf* ganha alguma visibilidade (vejam-se os exemplos de Santo Amaro de Oeiras, Carcavelos, Figueira da Foz, Jardim do Mar...) são sempre excepções pouco sistémicas e sustentáveis que apenas confirmam a regra e não dão quaisquer garantias de sucesso para a próxima “intervenção”. Aliás, podem enumerar-se diversos casos em que estas intervenções não tiveram o sucesso esperado. Por outro lado, as estatísticas ainda não captam directamente o fenómeno do *surf*. Se nos dermos ao trabalho de proceder a uma busca na CAE Rev. 3 (classificação das Actividades Económicas – revisão 3), a única referência à palavra *Surf* aparece apenas como um exemplo da “Fabricação de Artigos de Desporto”. Este facto pode parecer pouco relevante mas não o é de todo. Se consideramos que uma actividade tem uma dimensão financeira e co-

mercial elevada, é de esperar que a sua quantificação se materialize nos principais instrumentos de informação estatística sobre esse fenómeno. Claro que se pode argumentar que o *surf* e as suas actividades se encontram dispersas, são transversais a vários domínios e actividades e que são difíceis de autonomizar. Contudo, este é precisamente o argumento que era utilizado com outras actividades que hoje estão autonomizadas, nomeadamente aquelas que estiveram na base da Rev. 2 para a versão 3 da CAE.

Finalmente, se o *surf* não alarga a sua área de influência para além da escala financeira e comercial, está, por um lado, muito dependente das conjunturas de moda e de procura e, por outro, nunca fará parte daquele conjunto de recursos cujo valor seja de natureza multidimensional e que ultrapassa a sua natureza comercial e financeira podendo, por isso, fazer parte dos recursos a serem preservados de forma duradoura e sustentável numa lógica de escolha pública e colectiva.

Saúde e bem-estar	Investigação e desenvolvimento	Actividades económicas	Actividades “surf”
Pilates, ioga, meditação, fitness, condição física	Economia, memória, património imaterial, cursos de graduação, ciências do desporto	Publicidade, moda	Escolas de <i>surf</i> , <i>surf</i> camps
Dieta mediterrânea	Recifes artificiais	Viagens e roteiros alternativos	Pranchas, fatos, acessórios
Produtos regionais	Prevenção de lesões, formação de juizes	Turismo, comércio, serviços	Centros de alto rendimento: competição e formação
Medicinas alternativas	Previsão de ondulação e rebentação	Tecnologias	<i>Surf</i> para todos e <i>surf</i> adaptado

O *surf* como foco integrador de valor. Fonte: Sérgio Nunes.

Colocam-se então algumas questões relevantes que importa discutir ou pelo menos enunciar:

- Terá o *surf* conteúdo para ultrapassar essa escala comercial e financeira?
- Como fazê-lo? Quais os processos a desenvolver e quais os agentes a mobilizar?

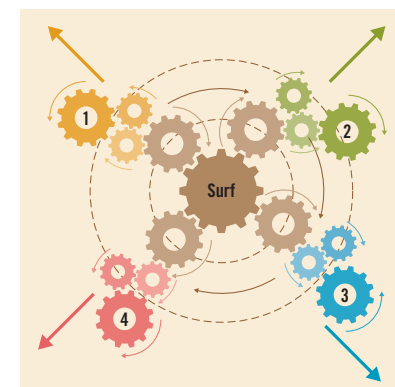
Quanto à primeira questão, parece relativamente simples salientar a natureza multidimensional, multidisciplinar e interdisciplinar do *surf*. É um elemento aglutinador de valor económico e social, recurso que cria e preserva valor (económico, histórico, ambiental, etc.). Tem um conjunto elevado de efeitos multiplicadores de dinamização de actividades que vão para além da “indústria do *surf*”. Pode também, em condições adequadas, servir de estímulo ao desenvolvimento do potencial endógeno dos territórios, levando a acções de compromisso por parte dos agentes. Se pensarmos bem, o *surf*, entendido na

sua multidimensionalidade e nas condições únicas que têm de se reunir para lhe conferir eficácia, é um recurso único de difícil imitação, conferindo vantagens competitivas aos territórios. Quando Portugal não se cansa de se queixar da sua perifericidade e das suas consequências negativas para a nossa economia e qualidade de vida, o *surf* é um dos poucos fenómenos, eu arriscaria o único, em que Portugal é central e não periférico. O *surf* é ainda um recurso multigeracional que está a agregar em si estratos sociais com elevado poder de compra, dispostos a viajar e a procurar as melhores condições para o usufruto deste bem.

Veja-se, a título de exemplo, as diversas actividades que podem ter o *surf* como âncora de criação de valor.

À medida que o *surf* vai integrando outras actividades que parecem separadas numa primeira análise, a sua área de influência vai-se alargando, incorporando mais actividades e níveis mais elevados de valor e de reconhecimento económico e social. Esta é uma estratégia que pretende colocar o *surf* no centro de um conjunto de opções que podem contribuir para:

- Preservação da natureza, acções de educação ambiental e de requalificação e sustentabilidade ambiental;
- Dinamização económica local e regio-



O *surf* como âncora. Fonte: Sérgio Nunes.

