



Vol 6, Nº 14 (Junio/junho 2013)

## **TERMALISMO E ANIMAÇÃO TERMAL: O CASO DE SÃO PEDRO DO SUL (PORTUGAL)**

**Joana Lopes<sup>1</sup>**

FLUC – Universidade de Coimbra (Portugal)

joana.lopes57@hotmail.com

**Paulo Carvalho<sup>2</sup>**

CEGOT – Universidade de Coimbra (Portugal)

paulo.carvalho@fl.uc.pt

### **RESUMO**

O termalismo assume um papel cada vez mais relevante no contexto do turismo atual.

Para a revitalização das termas muito contribuiu a atividade turística. Reconhecendo diferentes motivações (férias, turismo, lazer, cura), destacam-se hoje dois tipos de termalismo: o clássico, que se mantém fiel aos padrões mais antigos, ou seja, exclusivamente ligados à saúde, e o termalismo de bem-estar, com um nível crescente de procura, devido aos seus benefícios no que diz respeito à prevenção e ao relaxamento através da água.

O interesse crescente pelas estâncias termais, e a sua renovação, com a envolvimento de diversos espectros etários, suscita a reflexão sobre a importância da animação (mecanismo recorrente no turismo que valoriza a realização de atividades lúdicas e educativas) como meio diferenciador e âncora fundamental para fidelizar e atrair mais clientes/utilizadores.

A análise destas temáticas e suas relações decorre no contexto das Termas de São Pedro do Sul (Região Centro), a unidade termal mais importante de Portugal.

**PALAVRAS-CHAVE:** Termalismo, Animação Termal, Termas de São Pedro do Sul.

---

<sup>1</sup> Mestre em Lazer, Património e Desenvolvimento (Universidade de Coimbra).

<sup>2</sup> Doutor em Geografia (Universidade de Coimbra).

## **ABSTRACT**

Thermal activity assumes an increasingly relevant in the context of the current tourism.

For the revitalization of the thermae greatly contributed to tourism activities. Recognizing different reasons (holidays, tourism, leisure, healing), there are today two types of thermal activities: the classic, which remains true to older standards, i.e. exclusively related to health, and the health spa, with a growing level of demand, due to its benefits as regards prevention and relaxation through water.

The growing interest by thermal units, and its renewal, with the surroundings of several age spectra, gives rise to reflection on the importance of animation (recurring mechanism in tourism that values the playful and educational activities) as a differentiator and key anchor to retain and attract more customers/users.

The analysis of these themes and their relationship takes place in the context of the "Thermae of São Pedro do Sul" (Central Region), the most important thermal unit of Portugal.

**KEY-WORDS:** Thermal Activity, Thermal Animation, Thermae of São Pedro do Sul.

## **1. NOVOS CONTEXTOS DO TERMALISMO**

A emergência de novos contextos do termalismo tem levado nos últimos anos a pensar e adotar novos modelos de modo a que as termas não percam o número de utentes anuais. Exemplo disso é a crescente adaptação de antigos centros termais em autênticos SPA's, onde a elegância, a sumptuosidade e o ambiente proporcionam aos clientes um relaxamento autêntico. Esta nova modalidade praticada em grande parte das termas em Portugal, só foi possível em primeiro lugar devido ao Decreto-Lei nº 204/2000, que veio regular o acesso e o exercício da atividade das empresas de animação turística, considerando aqui os balneários termais como elemento turístico. Depois, o Decreto-Lei nº 142/2004 abriu caminho para a entrada do turismo de saúde e bem-estar nas estâncias termais, ao reconhecer que "este setor de atividade (termalismo) apresenta, contudo, outras potencialidades associadas ao bem-estar e lazer das populações, assumindo também um papel fundamental na indústria do turismo".

Se a legislação que vigorou até 2004 era um entrave ao desenvolvimento do turismo de saúde e bem-estar, a crescente procura que se fez sentir nas últimas décadas desta área do turismo, fez com que se mudassem leis e se lhe atribuísse um patamar confortável dentro das estâncias termais. Embora este setor esteja em crescimento "a oferta de saúde e bem-estar existente em Portugal apresenta em regra um significativo atraso, sobretudo em termos de qualidade geral e de grau de sofisticação e variedade dos serviços prestados, relativamente à oferta internacional concorrente" (Cavaco, 2008: 217). Como consequência, "a oferta termal, ao não ter estado à altura de responder às novas tendências da procura durante largos anos, tem tido grandes dificuldades em conseguir captar a procura potencial em expansão, mais jovem,

mais sofisticada e mais abastada que a clientela tradicional, que é ainda dominante entre os clientes de termalismo em Portugal” (Cavaco, 2008: 203).

A par desta tendência do turismo de saúde e bem-estar outras têm surgido de modo a tentar captar novos turistas e especialmente termalistas. Hoje, “as termas definem-se no universo dos aqúistas como um hospital de prazer, por oposição aos hospitais convencionais e aos seus ícones associados à dor e à doença, para além de permitirem outras mais-valias inerentes, como quebrar a rotina diária, conviver com espaços conotados com lazer e estabelecer novas redes de sociabilidade, as quais são extremamente relevantes para as populações com médias etárias elevadas” (Gustavo, 2005: 141). Neste contexto a animação termal encontra um fio condutor para se poder desenvolver.

A importância de encontrar lugares que nos deem capacidade para nos libertarmos das dores do corpo e da alma, estão hoje mais em voga do que nunca, numa sociedade que anseia o relaxamento e procura a fuga do quotidiano. Embora as termas tenham sido conotadas como lugar de descanso, hoje encontramos motivações diferentes entre os termalistas. Já na antiguidade se apreciava a cultura e o lazer nas estâncias termais “alguns complexos termais romanos dispunham de bibliotecas, teatros, parques, avenidas, jardins com estátuas e fontes, recantos frescos, bucólicos, aprazíveis e românticos, mesmo paradisíacos” (Cavaco, 2008: 28). Hoje, tal como nas épocas áureas do termalismo, tentamos também encontrar na animação termal uma espécie de âncora para os termalistas apreciadores da cultura popular e por vezes da erudita.

Se antes as estâncias termais se encontravam ligadas de forma muito íntima ao domínio da cura, hoje são cada vez mais territórios de lazer e verdadeiras âncoras de desenvolvimento local (Lopes, 2010). A saúde assumiu, assim, um papel preponderante na união entre inovação e termalismo, criando um novo segmento de mercado ligado a estas tendências.

## **2. ANIMAÇÃO TERMAL**

Segundo Quintas e Castaño (1998: 32), citados em Lopes (2010: 55), a animação inclui “uma série de atividades programadas que permitem aos indivíduos uma interação de potencialidades, onde se procura um estreitamento de relações que permitam o desenvolvimento pessoal”.

A animação no contexto do turismo é constituída por um conjunto de atividades que têm como finalidade permitir ao turista um desfrute pleno e são de experiências turísticas exercidas num determinado local, e que conseqüentemente vão divulgar e revigorar esse mesmo local.

A componente de animação turística, como hoje a entendemos, derivou da necessidade dos novos paradigmas do turismo face ao turismo tradicional (fordista). Hoje a

procura pela passividade é muito circunscrita, o turista procura alcançar sempre mais durante o seu tempo de férias do que o descanso dantes tão desejado. A animação aparece então dentro do turismo, como um segmento vocacionado para a participação e para a descoberta que substitui o vazio e a inércia, impondo-se como um movimento contínuo em que todos, ou quase todos, querem participar.

Face a esta atitude do novo turista, surgiu então uma necessidade para se adaptarem estas novas tendências. Criaram-se novos ritmos onde a inovação é a chave mestra. Hoje não basta adquirirmos um determinado número de ferramentas e juntá-las a umas quantas técnicas, é preciso, acima de tudo, motivar, promover, e até mesmo impulsionar determinado acontecimento. Numa palavra atrair o turista. Só assim conseguiremos que o nosso trabalho tenha êxito e garantiremos uma participação mais ativa de quem está a desfrutar do tempo de férias. Na animação turística, o turista quer interação, quer comunicar, quer relacionar-se com os outros e guardar uma boa recordação da viagem.

Um dos principais cuidados a que qualquer programa de animação deve obedecer é ser praticável pelo maior número de pessoas possível. Em primeiro lugar garantimos um público mais volumoso, em segundo permitimos que a permuta de experiências seja muito maior, e em terceiro aumentamos a interação das potencialidades de todos. A ter em atenção também, é a dimensão da nossa oferta, ou seja, há que ter cuidado e analisar corretamente o público-alvo e as faixas etárias que abrange, ou podemos cair no erro de só pensarmos em programas para um determinado tipo de público em detrimento de outros que possam existir. Por outro lado, uma análise bem conseguida proporciona a satisfação de todos, o que vai com certeza induzir dinâmicas positivas e quiçá o aparecimento de novos públicos.

Deste modo é importante dar atenção ao caráter de adaptabilidade que a animação revela, uma vez que a procura de experiências autênticas é sem dúvida uma situação emergente na área do turismo. Assim a capacidade de improviso e de imaginação será uma mais-valia no mercado futuro, só assim se conseguirão obter resultados positivos que levarão à satisfação dos turistas e conseqüentemente a uma boa publicidade.

Todo este é um trabalho que leva à adaptação e compreensão do meio em que estamos inseridos, isto é, tem que haver uma interpretação do espaço envolvente para podermos aumentar a satisfação do turista com a realização de atividades físicas e intelectuais que sejam realmente únicas. Só assim marcamos pela diferença. Neste processo nada é mais importante que o animador. Só ele pode, com um estudo e conhecimento prévio, rentabilizar e utilizar todos os recursos locais, e só assim serão dinamizados e desenvolvidos os territórios rurais (no caso das Termas de São Pedro do Sul).

A noção da identidade, do autêntico e do experiencial são elementos primordiais da animação turística, e embora o animador possa ser um profissional, um voluntário, trabalhar em eventos ocasionalmente ou estar “só de passagem”, tem que ter sempre presente a importância que estes elementos podem transmitir aos seus usufruidores, assim como os recursos que a comunidade que habita um determinado local tem para nos oferecer.

Em síntese, a animação turística deve abarcar consigo um número o mais abrangente possível de características. Características essas, que deverão ser o mais reais, autênticas e genuínas possível a fim de se concretizar um evento dentro desta área o mais fiel possível à imaginação dos seus usufruidores.

Deste modo, as atividades de animação podem configurar um meio de desenvolvimento importante ao nível da melhoria da qualidade de vida das populações e afluxo de turistas.

No âmbito do termalismo, a animação é uma atividade fundamental uma vez que “a oferta turística de uma estância termal não se deve esgotar no alojamento, balneário, restauração e comércio, com todos os elementos tangíveis e intangíveis que os compõem. Devem integrar o produto turístico aspetos relacionados com a forma de ocupação dos tempos livres, de fruição dos espaços naturais envolventes, de contacto com as tradições e cultura da região ou de contacto com o património histórico, monumental e arquitetónico da envolvente, por exemplo” (Medeiros e Cavaco, 2008: 193).

Importa ainda salientar o facto do termalismo se encontrar ainda hoje muito associado aos idosos e, assim, quando pensamos em termas e animação é necessário considerar e integrar essa componente, pois como refere Jacob (2007: 31), “o trabalho como idosos requer uma adaptação destas ações no que concerne à velocidade, à duração, aos locais e às suas preferências culturais e sociais (por exemplo, a criança corre, enquanto o idoso anda)”.

Considerando a realização de inquéritos por questionário uma ferramenta metodológica de grande alcance que permite avaliar a importância da animação em contexto termal, apresentamos de seguida os principais resultados da aplicação desta técnica aos utilizadores/frequentedores das Termas de São Pedro do Sul (Centro de Portugal).

### **3. PRÁTICAS DE ANIMAÇÃO TERMAL: O EXEMPLO DE SÃO PEDRO DO SUL**

#### **3.1 Tradição e modernidade**

No coração de Lafões (Centro de Portugal), à beira do Rio Vouga, situam-se uma das mais importantes estâncias termais portuguesas, as Termas de São Pedro do Sul, notáveis pela sua história e pelas virtudes curativas das suas águas quentes (brotam a 68,7°C e possuem um pH de 8,89, e têm uma reação alcalina) e sulfurosas, foram sendo procuradas, ao longo dos séculos por pessoas de todas as condições sociais.

“Vila do Banho”, “Caldas de Lafonenses”, “Termas Rainha Dona Amélia”, “Termas de São Pedro do Sul” foram algumas das designações por que estas foram passando.

Foi com os romanos que as águas do Banho passaram a ter um uso intensivo, com finalidade terapêutica e como local de prazer, luxo e vida social. Conhecedores das propriedades curativas das águas minero-medicinais, iniciaram a construção do *Balneum*

Romano, constituído por quatro estruturas designadas por *Tepidarium* (banho de transição), *Sudatarium* (banho de vapor), *Caldarium* (banho de água quente) e *Laconicum* (estufa seca).

Com a queda e desmembramento do Império Romano seguiu-se um interregno na vida das Caldas Lafonenses, denominadas deste modo a partir do século XII. Sabe-se que, depois desta data, foram frequentadas por ilustres figuras da corte portuguesa, de entre as quais se destaca D. Afonso Henriques, que em 1152 concedeu foral à Vila do Banho, elevando-a desta forma a concelho, mais tarde a “Couto do Reino” e, posteriormente, a “Couto de Honra”. O concelho do Banho foi um dos mais antigos do reino e, sendo a terra mais antiga de Lafões, podemos deduzir que tenha sido, durante muito tempo, a sua capital. Depois da vinda de D. Afonso Henriques e do êxito que as águas haviam produzido aos seus males, aumentou o número de nobres e plebeus, de ricos e pobres, que procuravam a cura para os seus achaques na água termal da “Vila do Banho” (Oliveira, 2002).

Com D. Manuel I, as Caldas do Banho sofreram várias alterações e ao conjunto passa a chamar-se “Hospital Real das Caldas de Lafões”, devido à edificação de um Hospício, construído a mando do Rei Venturoso. Em 1515 foi dado, pelo monarca, um importante foral à Vila do Banho.

Em 1884, a Câmara Municipal de S. Pedro do Sul deliberou construir um moderno balneário, que sucedeu ao antigo Hospital Real e cujos trabalhos tiveram início nessa mesma data. Em 1894 a Rainha D. Amélia, acompanhada de seus dois filhos, aqui se deslocou com a finalidade de obter também a cura para os seus males. Como forma de assinalar a estadia de tão ilustre visitante, deliberou a Câmara da época colocar no átrio do então recente edifício uma placa com o brasão da soberana, bem como o seu busto em alto-relevo. Em 1895 fora publicado um decreto que determinava que as Caldas de Lafões se passassem a denominar “Caldas da Rainha D. Amélia”. De imediato o nome da soberana foi atribuído ao novo balneário, o qual subsiste até à presente data (Oliveira, 2002).

Com o advento da República, o local passou a ter a denominação atual de Termas de S. Pedro do Sul.

Em 1987 foi inaugurado um novo e amplo Centro Termal e parcialmente encerrado o Balneário Rainha D. Amélia, a fim de serem levadas a cabo importantes obras de restauro. Este último reabriu ao público em 2001 e cinco anos mais tarde encerrou o Centro Termal, a fim de se realizarem obras de ampliação e modernização. Em 2007 abriu então ao público o Balneário D. Afonso Henriques, anterior Centro Termal, tendo sido a sua inauguração oficial a 29 de junho de 2008.

O início do século XX foi sem dúvida um ponto de viragem dentro deste centro termal, como o comprova a modernização das instalações e o cada vez maior afluxo de termalistas. Em 2009, continuaram a liderar o ranking da frequência termal em Portugal com 24% das inscrições ou seja receberam 16650 dos 69735 termalistas, e com larga margem em relação ao segundo lugar, ocupado pelas Caldas de Chaves, com 6389. Importa referir também que o

parque termal português é constituído por quase cinquenta unidades, das quais 38 estiveram em atividade em 2009 (e destas 50% estão localizadas na Região Centro).

Em 2004, a Câmara Municipal de São Pedro do Sul, com a finalidade de garantir uma gestão sustentada alicerçada num pleno desenvolvimento económico, criou a Termalístur E.E.M. – Termas de São Pedro do Sul. Neste modelo a gestão é complementada por um grupo de pessoas dinâmicas e criativas, não se limitando às fronteiras camarárias. Os escritórios, encontram-se no seio da estância, exatamente atrás do Balneário Rainha Dona Amélia.

As Termas de São Pedro do Sul são compostas por dois balneários, completamente distintos. Se por um lado o Balneário D. Afonso Henriques (BDAF) é mais vocacionado para o termalismo clássico, de saúde, o Balneário Rainha Dona Amélia (BRDA) é praticamente voltado para o termalismo moderno, de bem-estar. Há, então, uma segmentação quase direta do tipo de cliente.

Havendo diferenças tão drásticas no cliente-tipo, há também uma atenção especial com os próprios espaços. Por um lado temos um balneário amplo, moderno, massificado e estandardizado (BDAF), por outro temos um espaço mais luxuoso, intimista e reservado, dedicado aos prazeres e ao relaxamento que os tratamentos lá efetuados podem trazer (BRDA).

Da preocupação com os termalistas do futuro, e com as crianças de hoje, surgiram nas termas de São Pedro do Sul duas mascotes que procuram acima de tudo criar laços de afetividade com as crianças, de modo a que os tratamentos se processem de um modo menos penoso. Com crianças sobretudo a partir dos cinco anos, com problemas essencialmente nas vias respiratórias (asma, sinusite, rinite alérgica, otite, bronquite...), a atividade lúdica gerada pela Amelinha (figura 1) e pelo Afonsinho (figura 2), serve essencialmente para lhes explicar a componente ecológica e natural dos tratamentos, usando para isso diversos suportes e materiais. Ao mesmo tempo, é dado às crianças a conhecer o enquadramento da estância termal e a sua importância. Para este fim, e para que o conceito “Termas Para Toda a Família” seja ainda mais realizável, estão prestes a abrir novas salas adaptadas ao termalismo júnior. Esta preocupação começa na decoração e acaba nos aparelhos necessários aos tratamentos.



Fonte: [www.termas-spsul.com](http://www.termas-spsul.com)

**Figura 1. Amelinha**



Fonte: [www.termas-spsul.com](http://www.termas-spsul.com)

**Figura 2. Afonsinho**

Além da preocupação no que concerne às crianças, esta estância está ainda dotada de algumas áreas de lazer como é o caso do Núcleo Museológico, onde se podem apreciar as técnicas mais antigas usadas nos tratamentos termais e fazer visitas-guiadas a grupos de turistas. Uma sala multiusos com exposições variadas que permite um acesso livre e gratuito quer a bibliografia, quer à internet e a jornais diários e um auditório onde frequentemente decorrem palestras, congressos, programas de animação entre outros. Os dois edifícios encontram-se atualmente em funcionamento, sendo as Termas de São Pedro do Sul, as únicas no país que têm os dois balneários abertos e em atividade durante todo o ano.

Para além destas componentes de lazer integradas nas duas referidas, existem ainda uma série de locais conhecidos pelas suas capacidades e adaptabilidade a diversas situações, nas imediações das Termas de São Pedro do Sul.

Abraçadas pelas Serras da Arada, da Gralheira e de São Macário, as Termas de São Pedro do Sul foram mais que presenteadas com a geodiversidade que as envolve. As suas paisagens únicas, proporcionam ao termalista mais comum uma sensação de bem-estar e de verdadeiro contacto com a natureza no seu estado mais puro, em determinados locais. Percebem-se aqui os movimentos tectónicos que ao seu jeito modelaram estas terras dando-lhes aquilo que as eleva – as suas águas, e entre os rios Vouga, Sul e Paiva surgem caminhos distintos que levam o turista a ter dificuldades na hora de escolher o rumo a seguir.

Foi precisamente neste contexto e a pensar em fazer dele uma experiência enriquecedora e memorável, que o Município de São Pedro do Sul criou sete percursos pedestres (com dificuldades várias e enquadramentos diferentes), a saber: A Rota de Manhouce, a Rota das Bétulas, A Rota da Cárcoda, a Rota do Castro do Banho, o Percurso do Vouga, o Percurso do Pisão e a Rota de S. João de Jerusalém.

Por outro lado, merece atenção o Bioparque de São Pedro do Sul, que se localiza na freguesia de Carvalhais (Serra da Arada), pois além dos seus 17 moinhos de água (já recuperados), que enfatizam as vivências de outrora, possui ainda outras infraestruturas ligadas ao lazer como parque de merendas, piscina natural, campos para diversas práticas desportivas, parque de campismo com bungalows e ainda infraestruturas ligadas aos desportos radicais e de aventura. Uma visita a São Pedro do Sul jamais seria completa sem a visita a este parque que de ano para ano tem vindo a acolher mais turistas. Não poderíamos deixar de mencionar o Festival Andanças (festival internacional de danças populares), que todos anos pelo mês de agosto, leva também a Carvalhais centenas de pessoas e ajuda a que a lotação deste parque se esgote, tornando-o ainda mais cativante e culturalmente atrativo.

Quanto à imagem/*merchandising* é evidente desde a reinauguração do Balneário D. Afonso Henriques uma preocupação acrescida. A imagem de umas termas modernas e com instalações melhoradas não bastava! Emergia um novo conceito, a importância da imagem de quem presta os serviços, a imagem de marca. Isto levou a que José António Tenente, conceituado estilista português, desenhasse os uniformes, o vestuário dos utentes, atalhados

e tenha ainda assinado outros produtos e objetos vendidos na loja oficial das Termas de São Pedro do Sul (canecas, canetas, loiças decorativas, blocos, entre outros).

As ações de *merchandising* são hoje fundamentais em qualquer tipo de empresa, especialmente na área do turismo, pois assumem um papel fulcral: o da projeção da imagem da empresa, que mais tarde irá difundir e consolidar a sua marca através dessas mesmas ações.

É também de ressaltar a importância destas termas estarem certificadas quer ao nível da qualidade, quer do ambiente, através do Sistema de Gestão Integrado da Qualidade e Ambiente segundo as normas europeias (NP EN ISSO 9001:2000 e NP EN ISSO 14001:2004) num processo também reconhecido pelos Serviços Nacionais de Certificação – SGS ICS, tendo sido o Balneário Rainha Dona Amélia pioneiro em Portugal nestes níveis de certificação, que dão aos utentes uma garantia ainda maior ao nível dos serviços.

Por último, e não menos importante, é referir que as Termas de São Pedro do Sul possuem também um Gabinete de Animação Termal. Este está localizado junto ao polo dos escritórios, acima do Balneário Rainha Dona Amélia, e é o local onde se processa e analisa toda a informação respeitante à animação termal (Termas e Utentes). Esta atividade é muito relevante no contexto termal: se as águas curam o corpo, a animação alivia a mente e a alma num processo contínuo e harmonioso que de uma maneira mais direta ou indireta acaba por levar também à fidelização de alguns utentes, e quiçá à atração de novos termalistas.

No que respeita à inovação, as Termas de São Pedro do Sul, têm vindo a desenvolver uma série de projetos. Encontram-se presentemente a tentar uma maior aproximação e facilitação dos serviços aos seus utentes. Exemplo disso é a existência de um sistema de reservas *online* sempre disponível e pronto a ser usado a qualquer hora do dia ou da noite.

Há ainda, e não podia deixar de ser referido, um núcleo de investigação e desenvolvimento que nasceu de uma parceria feita com a Faculdade de Farmácia da Universidade do Porto. Aí são elaboradas experiências, a fim de se desenvolverem produtos na área da cosmética. Embora muitos destes já sejam usados em tratamentos nos dois balneários, não estão ainda à venda.

A área da geotermia está também a ser explorada nesta estância, mostrando assim uma vertente mais demarcada na área da inovação ao fazerem o aproveitamento das águas termais. O projeto geotérmico alcançou já o Balneário Rainha Dona Amélia, a Pousada da Juventude, o Hotel do Parque, e o Hotel Rural Vila do Banho, a venda da energia elétrica a um preço simbólico tem sido um dos recursos aproveitados por estas unidades hoteleiras.

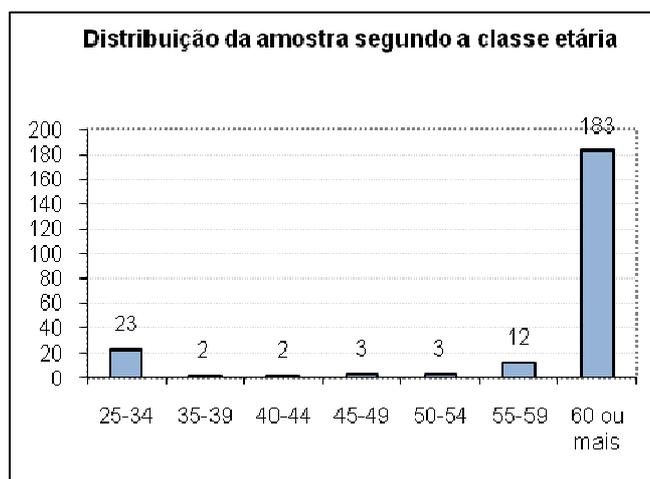
Embora a água brote naturalmente nesta estância sem haver necessidade de captação mecânica, existe nas Termas de S. Pedro do Sul uma perfuração a 500 metros de profundidade para segurança da estância, e um outro na Quinta do Valgode, a escassos quilómetros dali. Embora esta Quinta não seja propriedade da Termalitur, é também lá aproveitada a energia geotérmica para o cultivo em estufas de bananas e abacaxis.

### 3.2 Resultados de uma análise exploratória

Como já referimos, pretendemos analisar o nível de satisfação e as necessidades dos termalistas de São Pedro do Sul no que diz respeito à animação e se a existência desta é um fator importante e se contribui para a fidelização de clientes.

A prossecução destes objetivos teve como suporte metodológico um inquérito por questionário, realizado entre os meses de julho e setembro de 2010, tendo este período sido escolhido pelo facto de coincidir com a maior afluência termal (época alta).

Dos 228 inquéritos realizados (que corresponde a uma amostra de 1% em relação aos dados oficiais da frequência termal em São Pedro do Sul), a percentagem de mulheres inquiridas foi de 70,6% (161). Em contrapartida, os homens estão representados em 29,4% (67) dos inquéritos realizados. Quanto à distribuição da amostra segundo as classes etárias (figura 3), é manifesta a discrepância existente, obtendo a faixa dos 60 ou mais anos um resultado de 80,3%, ou seja, 183 inquiridos possuem uma idade superior a 60 anos.



Fonte: Lopes (2010)

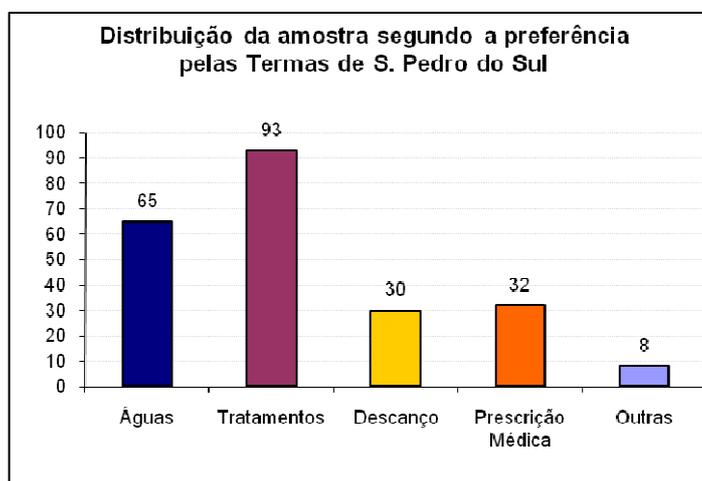
Figura 3: Distribuição da amostra segundo as classes etárias

Em relação à distribuição da amostra segundo as habilitações literárias, e existindo uma classe etária com tanta importância como é a dos idosos, surpreendeu-nos o facto de não terem sido encontrados analfabetos nos nossos inquiridos. No entanto, o ensino básico predomina nos inquiridos, atingindo um total de 55,3% (126). Numa amostra desta dimensão, deixou-nos também surpresos, o facto de 28,9% (66) dos inquiridos, serem detentores do ensino secundário, tendo em conta as classes etárias analisadas. De referir também, é que a maior parte destes inquiridos foram outrora pertencentes à função pública e hoje são aposentados.

No que concerne à situação laboral dos inquiridos, podemos afirmar que 59% são reformados, 16% aposentados e 25% exercem uma atividade ou estão desempregados.

Por outro lado, o nosso inquérito focalizou-se no conhecimento das Termas de São Pedro do Sul. Neste domínio, 81,6% (186) revelou já as conhecer, e 18,4% afirmou ser a primeira vez que as frequenta. De igual modo, foi possível saber que 10,1% (23) dos inquiridos frequentam as Termas há menos de 5 anos, 20,6% (47) entre 5 e 10 anos, 22,8 (52) entre 10 e 15 anos, 18,9 (43) entre 15 e 20 anos e 9,21 (21) há mais de 20 anos.

Quanto aos motivos pela preferência das Termas de São Pedro do Sul, as respostas dividiram-se substancialmente entre dois itens: a qualidade das águas (28,5%) e os tratamentos (40,8%). A escolha das Termas como sinónimo de descanso corresponde a 13,2% de respostas dos inquiridos, e 14,0% pertence aos que vão às Termas de São Pedro do Sul só por terem prescrição médica (figura 4).



Fonte: Lopes (2010)

Figura 4: Distribuição da amostra segundo os motivos de preferência pelas Termas de São Pedro do Sul

Quando questionados acerca das infraestruturas quer mais utilizam, as respostas são praticamente unânimes. Quase 93,0% (212) dos inquiridos afirmou usufruir primeiramente dos balneários, em detrimento de outras infraestruturas. Os restantes 7,02%, maioritariamente acompanhantes de termalistas, ficam-se pela praça, ruas e parques verdes existentes na estância.

Ao serem confrontados com a pergunta que diz respeito ao conhecimento do auditório e da sala multiusos, infraestruturas utilizadas sobretudo pela Animação Termal em São Pedro do Sul, obtemos resultados interessantes. Encontrando-se estes dois locais lado a lado, como se explica que só 20,6% (47) dos inquiridos conheça a sala multiusos (que fornece leitura grátis de jornais diária, acesso à internet, biblioteca e até exposições realizadas esporadicamente)?

Haverá falta de informação? Parece ser a explicação mais coerente, uma vez que em relação ao auditório a discrepância dos valores é muitíssimo diferente. Dos 228 inquiridos, 43,86% (100) dizem conhecer o auditório, certo é que as sessões de cinema e as palestras regulares com o pessoal médico são lá realizadas, logo este local é mais divulgado.

Um outro campo que não poderíamos ter deixado de explorar em relação à animação, é a opinião que os inquiridos têm acerca dela.

Quase 70% dos inquiridos acredita que o facto de as termas oferecerem aos seus utentes programas de animação atraem mais clientes do que se não existisse qualquer atividade. Em relação à fidelização dos utentes, embora admitam que este não é o fator principal de fidelização, pois as águas curativas ganham este patamar, 72,8% (166) afirma que a animação é e pode continuar a ser um elemento de fidelização, até porque: “neste campo, S. Pedro do Sul dispõe de um programa de animação diário, da responsabilidade da Termalstur, (essencialmente) durante a época alta termal. As atividades de animação passam por atuações de artistas nacionais; grupos de cantares tradicionais, da região e de fora; bandas; coros; bailes, cinema; poesia; organização de passeios temáticos pedonais pelo património natural da bacia do Vouga (acompanhados por guias da Termalstur); ou programas de entretenimento para as crianças durante os tempos de tratamentos dos pais e avós” (Medeiros e Cavaco, 2008: 193).

Quanto aos aspetos mais positivos relacionados com a animação foram mencionados: a alegria, a convivialidade, o divertimento, a distração e a presença de um grande número de pessoas. Em relação aos aspetos negativos, os inquiridos foram quase sempre unânimes: ou não encontraram nenhum ou referiram o barulho como sendo o único aspeto negativo. No que diz respeito a sugestões e iniciativas, a maior parte assinalou a necessidade de existir maior variedade nos programas de animação, e ainda o gosto pelo fado e por noites de revista (teatro). Alguns utentes referiram, ainda, o desagrado pela repetição dos mesmos filmes e programas de animação todos os anos.

#### **4. CONCLUSÃO**

Apesar da atividade termal e o termalismo se ter alicerçado durante muitos anos nas suas características distintivas conferidas pelas águas e atividades terapêuticas, o facto é que a evolução do próprio conceito por via das novas exigências dos mercados e sociedades tem levado a uma reformulação de objetivos e da oferta que se posiciona agora na dimensão da saúde e bem-estar assente em conceitos como a prevenção e reabilitação, e associada a novos hábitos de lazer e turismo (Silva e Carvalho, 2011).

O interesse crescente pelas estâncias termais justifica a importância da animação (mecanismo recorrente no turismo que valoriza a realização de atividades lúdicas e educativas) como meio diferenciador e âncora fundamental para fidelizar e atrair mais clientes/utilizadores.

No caso das Termas de São Pedro do Sul, a mais importante estância termal de Portugal, é evidente o processo de revitalização (de forma articulada com as novas tendências do lazer e turismo) e a preocupação de encontrar viabilidade através da valorização da vertente de saúde e bem-estar.

Os resultados dos inquéritos realizados aos utilizadores/frequentedores desta estância termal comprovam a importância da animação termal e a sua ligação ao processo de fidelização de clientes. Se as novas infraestruturas e equipamentos propiciaram um novo mercado, os programas de animação termal (em particular a sua vertente mais lúdica) revelam-se decisivos para a competitividade e a afirmação nacional e internacional das Termas de São Pedro do Sul.

Embora seja reconhecido a preponderância dos idosos no termalismo, na perspetiva de complementaridade entre as vertentes curativa, terapêutica, lúdica e turística, importa considerar as perspetivas de crescimento de participação dos jovens no lazer e no turismo, e assim resulta como fundamental planear e definir estratégias para captar esse público mais jovem, incluindo ainda outros serviços e atividades como programas terapêuticos para crianças com necessidades especiais e percursos turístico-educativos.

## **BIBLIOGRAFIA**

- Ander-Egg, E. (2001): "Metodologia y practica de la animacion sociocultural". Madrid, Editorial CCS.
- Cavaco, C. (2005): "A diferenciação regional da função turística". In: Medeiros, C. A. (coord.): *Geografia de Portugal. Atividades Económicas e Espaço Geográfico (vol.3)*. Lisboa, Círculo de Leitores, pp. 385-394.
- Medeiros, C. e Cavaco, C. (2008): "Turismo de Saúde e Bem-Estar: Termas, Spas Termais e Talassoterapia". Coleção Estudos e Documentos, nº 15. Lisboa, Universidade Católica Portuguesa.
- Cunha, L. (2003): "Introdução ao Turismo". Lisboa, Editorial Verbo.
- Didascalou, E. et al. (2009): "Wellness tourism: evaluating destination attributes for tourism planning in a competitive segment market". In revista *Tourismos*, volume 4, nº 4, pp. 113-126.
- Fernandes, J. et. al. (2008): "Spas, Centros Talasso e Termas: turismo de saúde e bem-estar". Lisboa, Gestão Plus Edições.
- Gustavo, N. (2005): "Representações sociais dos aquistas de S. Pedro do Sul". Dissertação de Mestrado em Lazer e Desenvolvimento Local, Universidade de Coimbra, Faculdade de Ciências do Desporto e Educação Física.
- Fonseca, M. A. (2005): "Espaço, políticas de turismo e competitividade". Natal, EDUFRN.
- Jacob, L. (2005): "Animação de idosos: atividades". Ambar.

- Lança, R. (2004): "Animação Desportiva e Tempos Livres. Perspetivas de Organização". Lisboa, Editorial Caminho.
- Lopes, J. (2010): "Os novos contextos do termalismo: práticas de animação termal e fidelização de clientes. O caso de São Pedro do Sul". Dissertação de Mestrado em Lazer, Património e Desenvolvimento, Universidade de Coimbra, Faculdade de Letras.
- Mailloux-Poirie, D. e Berger, L. (1995): "Pessoas Idosas". Lisboa, Lusodidacta.
- Oliveira, A. N. (2002): "Termas de São Pedro do Sul (Antigas Caldas de Lafões)". Viseu, Palimage Editora.
- Pinto, P. (1996): "O termalismo no contexto da atividade turística em Portugal. O caso de São Pedro do Sul". Dissertação de Mestrado em Geografia, Universidade de Coimbra, Faculdade de Letras.
- Ramos, A. (2005): "O Termalismo em Portugal: dos fatores de obstrução à revitalização pela dimensão turística" Tese de Doutoramento, Universidade de Aveiro, Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industria.
- Silva, S. (2010): "O Turismo de Saúde e Bem-Estar. Uma Estratégia de Desenvolvimento para a Região Centro". Dissertação de Mestrado em Geografia (Ordenamento e Desenvolvimento), Universidade de Coimbra, Faculdade de Letras.
- Silva, S. e Carvalho, P. (2011): "Turismo Termal em Portugal: as Perspetivas dos Gestores das Estâncias Termas da Região Centro". In *Atas 5º Congresso Internacional Turismo y Desarrollo*, Eumed.
- Turismo de Portugal (2006): "10 produtos estratégicos para o desenvolvimento do turismo em Portugal – Saúde e Bem-Estar". Lisboa, Turismo de Portugal.
- Turismo de Portugal (2010): "Termas em Portugal – a oferta e a procura em 2009". Direção de Estudos e Planeamento Estratégico/Departamento de Informação Estatística, Lisboa, Turismo de Portugal.