

Concluída a visita à *1ª Motor Home Fair*, ocorrida nos dias 6 e 7 de novembro de 2009, no município de Gramado RS, convidamos para conhecerem as instalações do camping de Gramado o casal de amigos Sidnei e Regina, que motivados com nosso entusiasmo, vieram de Rio Grande RS trazendo o sonho de adquirirem uma Camper.

Enquanto caminhávamos admirando as instalações dos trailers há muito tempo estacionados e já com pouca esperança de voltarem à estrada, eu e minha esposa Madalena, refletimos sobre o que temos visto e decidimos compartilhar nossa visão com os que lutam pela sobrevivência do campismo no Brasil.



Acredito que a atual situação do campismo em nosso país é resultado do desencontro de ações que envolvem; fabricantes, proprietários de campings, governantes, associações e ministério de turismo, que integrados deveriam voltar-se a uma nova realidade de mercado e poder econômico. O foco deveria ser o cliente, o campista é responsável pela existência sobrevivência e crescimento da indústria e dos campings.

Em meu modo de ver a principal causa da queda do Campismo, não foi resultado da mudança na legislação de trânsito, isso contribuiu para estacionar os trailers, como os que vimos no camping de Gramado, que com muito bom gosto tem suas varandas decoradas. Os trailistas ficaram a espera dos congressistas, que em 10 anos alimentaram esperança de ação que não havia interesse tomar, não habilitarem-se e para muitos agora é tarde. Mas em nossas rodovias encontramos a cada dia mais motoristas habilitados na categoria “E”, se



forem motivados, um dia irão rebocar um trailer. **Com certeza outros interesses econômicos sufocaram o campismo no Brasil!** Como ocorreu com nossas estradas de ferro e setor portuário.

Apagaram-se os neons e o campismo deixou de ser divulgado.

Na leitura de revistas como **Viagem e Turismo**, percebe-se o marketing de grupos empresariais, resorts, pousadas e hotéis, e do nosso mundo! **“o campismo”**, o que encontramos?

Existiram revistas voltadas para esse mundo, conservo um exemplar que considero relíquia, **CAMPING PARKING – TRAILER**, editada em 1999 pela editora Guia do Turista. Em consulta a seu editor Romolo Ciuffo, também campista, fiquei sabendo que por falta de informações corretas deixou de circular.





Na revista MOTOR HOME, da qual sou assinante pode ser lido na edição nº 8 de 2008: “*Cai o número de campings para motor-homes no Brasil*” dos 1700 campings catalogados em 2006, apenas 163 continuavam a atender veículos de recreação, alguns haviam fechado outros ainda desconheciam motorhome. Sérgio Silveira diretor da revista há três anos persiste nesta luta.

Faz-se necessário uma nova geração de campistas, turistas voltados à preservação e o culto à natureza, campismo é um estilo de vida.

Acampar deixou de ser a forma mais econômica de se fazer turismo. Em 2008 quando decidimos viajar de São José SC até Salvador utilizando uma barraca canadense, nos tornamos sócios do Camping Clube do Brasil, valores reduzidos de diárias, comparados aos campings particulares compensaram adquirir o título de proprietário.

Acampar ficou mais caro, custos operacionais são divididos por um número cada vez menor de campistas. Nos anos 80, famílias com 4 pessoas tracionando seus reboques, cruzavam estradas rumo aos campings, desfrutavam férias de 30 dias em barracas de 2 e 3 dormitórios, verdadeiras pousadas de lona em meio à natureza.

No Camping Clube do Brasil, encontramos áreas consideradas reservas ecológicas, em algumas se constata instalações carentes de manutenção, acreditamos ser queda no faturamento, por ausência de associados, dificuldade em conquistar novos e inadimplência com a taxa de manutenção, provável causa no atraso de salários de guardas camping e fechamento de áreas como de Navegantes, o último em SC.



Em seu jornal de excelente qualidade “*O Campista*” é divulgado reportagens capazes de despertar o interesse de novos sócios e até resgate de antigos. Para isto precisaria ter circulação externa, dando a oportunidade de sua aquisição em bancas de jornais e revistas.

Na *Motor Home Fair*, constatamos baixa representatividade da indústria. Fomos a Gramado exclusivamente visitar a feira, esperava encontrar muitas novidades em equipamentos, acessórios, peças de reposição e decoração. Embora poucos, os expositores demonstraram com muita propriedade, a excelente qualidade de seus produtos

Acreditamos que 2ª *Motor Home Fair* será melhor, pois seus idealizadores buscarão motivar a participação de novas empresas e aumento do público visitante. Se conciliar a data com o festival de cinema ou pico de visita do Natal Luz, poderá captar clientes com potencial turístico e de consumo, vindos de todos estados brasileiros. Um camping organizado com boas instalações e em harmonia com a natureza, poderia compor o roteiro de visitas motivando novos clientes à prática do campismo e servindo de modelo para muitos proprietários de campings que ainda não sabem como receber veículos de recreação.

Nessa percebemos mais interesse do comércio lojista, garimpendo caravanistas dos grupos Rancho Móvel e Rodamundo, acampados no local, para assistirem seus desfiles de moda, que clientes motivados visitando a *Motor Home Fair*.

Não sou empresário, só apaixonado pelo campismo, mas acredito ser o momento de compor parcerias, indústria, proprietários de camping, associações, secretarias de turismo, governos municipais e de estado, unidos na divulgação e incentivo a prática do campismo, reunindo-se em seminário para traçar a política de campismo brasileiro.



Em julho deste ano quando estivemos em São Paulo ocorria a 4ª edição do Salão do Turismo, marcamos presença e vimos muito pouco sobre campismo, constatamos a presença da Motor Trailer. No discurso que pode ser lido na revista Folha do Turismo Brasil, distribuída no evento o Diretor do Departamento de Promoção e Marketing do Ministério do Turismo, Marcio Nascimento diz: *“O Marketing trabalha alinhado à macropolítica do Ministério e usa as campanhas para estimular o mercado interno, a verba estimada de investimento em publicidade é de R\$ 40 milhões/ano. Marcio explica que para que um produto entre no circuito de comercialização, ele precisa ser visto e desejado pelo público. Finaliza dizendo: “Quanto mais os governos e o trade turístico estiverem afinados e*

trabalharem juntos para decompor esse potencial em emprego e renda, mais perto estará o turismo nacional de se firmar como setor de peso decisivo na economia”.

Vejo o campista, um sonhador, ele nasce, cresce e alimenta seu sonho! ***Comprar uma barraca, possuir um trailer e viajar de motor home.*** Hoje vemos sonhos e poucos sonhadores. Além de estilo de vida o campismo é um segmento de negócio, visto dessa forma precisa desenvolver e oferecer produtos alinhados com a política econômica e tendência de mercado despertando o desejo de consumo através do Marketing.

Palavras constroem ou destroem, as minhas provem de uma reflexão com base em observações e pesquisa. Esperamos estar contribuído para a reconstrução do campismo brasileiro.



Paulo Veiga & Madalena
São José SC novembro de 2009