



Turismo Mundial, Crise Sanitária e Futuro: novos tempos, novos ritmos

*World Tourism, Health Crisis and Future:
new times, new rhythms*

COORDENAÇÃO

Luís Mota Figueira · Luiz Oosterbeek



Turismo Mundial, Crise Sanitária e Futuro: novos tempos, novos ritmos

*World Tourism, Health Crisis and Future:
new times, new rhythms*

Ficha Técnica

Título

Turismo Mundial, Crise Sanitária e Futuro:

novos tempos, novos ritmos

World Tourism, Health Crisis and Future: new times, new rhythms

Data

Agosto 2021

Editor

Instituto Politécnico de Tomar

Coordenação

Luís Mota Figueira | Luiz Oosterbeek

Autores

Alexandra Silva, Ana Campón-Cerro, Ana Coelho,
Ana Moreno-Lobato, Ana Nata, André Soares, Cecília Baptista,
Consiglia Sardella, Davide Delfino, Elena Makeeva,
Elide Di-Clemente, Francisca Michelin, Filipe Romão,
Fioravante Vignone, Gianluigi Ciamarra, Giovanni Germano,
Giovanni Sardella, Maria Antonia Bove, Maria Graciete Honrado,
João Neto Azevedo, João Tomaz Simões, Jorge Rodrigues,
Jorge Simões, José Barros, José Costa, José Hernández-Mogollón,
Kerley Alves, Luís Mota Figueira, Luiz Oosterbeek, Marisa Simões,
Mike Azevedo, Nélida do Rosário da Luz, Norman Ranellucci,
Oliva Martins, Paolo Discenza, Patrícia Nunes, Ruben Loureiro,
Rui Carvalho, Sérgio Martins, Silvana Bezzi, Susana Domingos

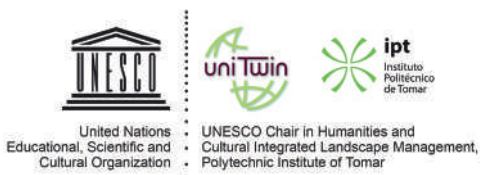
Design

Gabinete de Comunicação e Relações Públicas

Instituto Politécnico de Tomar

ISBN

978-989-8840-57-8



ABERTURA

João Coroado

Presidente do Instituto Politécnico de Tomar

O turismo é um fenómeno social e cultural com crescimento muito acentuado nas últimas décadas que expõe cada vez mais os seus efeitos positivos e negativos. A pandemia COVID-19 veio permitir tempo para repensar esses efeitos.

A experiência fundamental do turismo é viajar, visitar e conhecer, sendo que este conhecimento tem um significado lato que resulta da interação entre culturas e seus patrimónios, seja no âmbito do tradicional turismo de sol e mar ou nas crescentes formas mais específicas de turismo, como o ecoturismo, o enoturismo, o turismo religioso, etc. Porém, se os resultados positivos da experiência do turismo convergem para um processo transformador que concorre e estimula o diálogo e a troca de experiências, mitiga as barreiras culturais e tende a promover os valores de tolerância, respeito e compreensão mútua, existem, no entanto, efeitos que devem ser acautelados, uma vez que o turismo massificado e a pressão económica, social e ambiental impõem impactos sobre sítios e pessoas, nomeadamente de turistificação, que resultam em algumas situações de não retorno.

A pandemia de COVID-19 impôs uma pausa que, por um lado, tem tido efeitos negativos, principalmente económicos, mas por outro, é uma oportunidade, para refletir e planear estrategicamente o setor do turismo e as atividades económicas afins, no sentido de reduzir os seus impactos negativos e dotar o setor de maior sustentabilidade.

Neste contexto de paragem importam reflexões e diferentes perspetivas que concorram para que o setor do turismo seja bem-sucedido e sustentável, evitando a anomia e ofertas pletóricas de fácil sedução. A busca da sustentabilidade não deve ser vista só num prisma económico, ambiental e humano, mas também deve

incorporar a dimensão cultural. É neste cruzamento que a Escola desempenha um papel primordial, de formação dos seus estudantes para uma cidadania ativa, produzindo conhecimento e competências, induzindo práticas de reflexão e análise crítica do conjunto das perspetivas conhecidas, que permitam a sua participação na construção de uma sociedade mais esclarecida e mais interventiva.

PREFÁCIOS

Pedro Manuel Monteiro Machado

Presidente da Turismo Centro Portugal

Vivemos tempos de incerteza, que a todos apanhou de surpresa. Tempos de avanços e recuos, que vão já demasiado longos e que todos os dias testam ao limite a capacidade de adaptação de todos nós, enquanto seres humanos e, no caso particular da atividade turística, enquanto viajantes. Santo Agostinho escreveu que “o mundo é um livro e aqueles que não viajam leem apenas uma página”. Os efeitos dessa falta de “leitura”, a que uma doença nos forçou nos últimos dois anos, ainda não são nesta altura mensuráveis em toda a sua totalidade.

Há sinais que nos indicam que estes tempos poderão ter acelerado uma mudança estrutural na forma como se faz turismo, cujos primeiros sinais eram já visíveis antes da pandemia.

Estudos recentes, a nível nacional e internacional, demonstram que a alteração das prioridades dos turistas acelerou com o vírus – como, aliás, alguns autores referem nas páginas que se seguem. Elementos como a natureza, os espaços abertos, o turismo ativo, a cultura e o património conquistaram nos últimos anos preponderância nas escolhas de destino dos visitantes, em contraponto com as tradicionais tendências de sol e praia. Acresce que o vírus trouxe a necessidade de mais segurança e de distanciamento social. Todos estes são fatores em que o nosso país é particularmente rico. Quer isto dizer que Portugal vai alavancar as mudanças que estão em curso no turismo? Ninguém o poderá responder com certezas absolutas.

Se há motivos para encarar com otimismo os dias que aí vêm, a experiência dos últimos dois anos também nos ensinou a necessidade de moderar as expectativas. Por isso, aqueles que exercem a sua atividade no turismo, direta ou indiretamente, devem estar preparados para todos os cenários.

O que sabemos é que países como Portugal – e, em particular, regiões como o Centro de Portugal – reúnem todas as condições para serem uma escolha preferencial. Os territórios do interior, com pouca densidade populacional, ressurgem nesta altura como terras de oportunidades para quem aposta na atividade turística.

São destinos onde se encontram experiências que vão ao encontro das novas tendências: a paz, a tranquilidade, o bem-estar, a genuinidade das pessoas, o tempo e o espaço de qualidade. Sem turismo de massas e com um conforto que não se encontra noutras paragens.

Sublinhando que não há certezas sobre o que aí vem, esta nova realidade poderá representar um balão de oxigénio para as populações do interior, economicamente mais deprimidas. Esperamos todos que seja um momento de viragem e que o fluxo turístico se desloque para as zonas rurais, que estão tão necessitadas de ser redescobertas.

Termino com uma mensagem de esperança. Se é ilegítimo dizer que tudo vai ficar bem e voltar a ser o que era – não vai –, acredito que poderemos sair desta crise estruturalmente fortalecidos e mais preparados para fazer face a situações imponderáveis. O caminho faz-se caminhando e os caminhos da atividade turística são promissores.

António Campos

Presidente da Comissão Executiva da Nersant

O Turismo tem vindo a ganhar relevo cada vez maior, ao longo das últimas décadas, interrompido com a questão recente da pandemia do COVID_19.

Tenho para mim que as sociedades mais desenvolvidas e estabilizadas, tendem a procurar conhecer outras regiões/países ou fazer um intervalo na grande carga de trabalho que desenvolvem.

Em muitas circunstâncias tem faltado planeamento adequado nos locais de destino, originando desequilíbrios de toda a ordem, pela razão simples de que não estariam preparados para este tipo de atividades, nem tinham preparado as suas populações para esta “invasão”, daí resultando questões de indignação para com quem viaja.

Quem viaja, por norma possui um poder de compra maior ou tomou opções de investir no conhecimento do mundo. É muito usual conhecer turistas que não repetem destinos, em especial os mais distantes. Em contrapartida, é usual que as ditas “escapadinhas” de fim-de-semana ou semanais sejam feitas para territórios mais perto, mas que exercem uma influência muito positiva, por aspetos que até podem ser destintos.

Estou convicto que esta crise é pontual, não se vindo a verificar qualquer disrupção no turismo de massas. Não há nada que assim o indique. Se recordarmos a história das crises, conseguimos compreender que, por norma, no momento posterior tudo volta à normalidade e, em muitas circunstâncias, até mais robusto.

INTRODUÇÃO

O Turismo desenvolveu-se, não apenas em Portugal, com um dos mais importantes setores de criação e empregos e de crescimento económico, nas últimas décadas e, de forma mais acelerada, após a crise de 2008. Pesem embora as reflexões críticas direcionadas para diversas debilidades desse processo (a lógica extrativista, a redução do turismo a um excursionismo pouco reflexivo, a desconsideração dos limites da capacidade de carga dos destinos, a tensão com as populações residentes, a sazonalidade e a vulnerabilidade frente a ocorrências imprevistas), muitas regiões e países apostaram neste setor sem terem acautelado, em tempo de “vacas gordas”, os riscos que poderiam ocorrer.

De um ponto de vista sistémico e porque a atividade económica do turismo suscita questões transversais sobre o uso dos solos com evidentes efeitos das infraestruturas e equipamentos físicos, bem como sobre as culturas locais e suas autenticidades, o saldo entre aspetos tanto positivos quanto negativos é mensurável. De igual modo, o impacto sobre as fileiras da agricultura, indústria e comércio, associado à problemática social em torno deste fenómeno produtivo agindo sobre as comunidades é centro de atenções. A dissuasão de conflitos é minimizada através da gestão integrada que, cada vez mais, se projeta como desafio às administrações públicas. A Agenda 2030, das Nações Unidas e os seus 17 objetivos para o desenvolvimento sustentável, incentivam reflexões teóricas e ações materiais, oportunas e partilhadas.

É por isso sem surpresa que os debates em torno do turismo ocupam um lugar central na reflexão atual das sociedades, e em particular em Portugal. Setores como o das atividades artísticas e patrimoniais (em que as dimensões do conhecimento e da educação foram reduzidas a uma crescente dos fluxos turísticos) e as cadeias de valor de base territorial (que privilegiaram o turismo internacional, que contribui para as exportações, não investindo na mobilidade interna de forma sistemática) sentem hoje os efeitos de um ciclo de imprevisibilidade que, começa a perceber-se de forma clara, não vai passar rapidamente.

Num contexto em que, de forma cada vez mais aberta, se admite a combinação de processo de reindustrialização na Europa, aumento da inflação, crescimento das taxas de juro e desregulação crescente do emprego (e conseqüente acrescida instabilidade e imprevisibilidade), como evoluirá este setor, do qual depende o rendimento de uma percentagem tão elevada da população?

Na sequência de uma nossa anterior publicação, o propósito do presente volume é o de ajudar a organizar o debate, confrontando perspectivas diversas, no pressuposto de que só

um debate aberto e participado poderá ajudar os países e regiões a enfrentar os dilemas que são claramente enunciados no contexto do principal efeito da pandemia de Covid-19: vivemos a era da incerteza.

O presente volume reúne 18 contribuições de pesquisadores, estudantes e empresários, de diferentes países, que naturalmente olham para a realidade que condiciona as perspectivas do turismo. Tal como anteriormente e em linha com o pensamento e ação editorial esta iniciativa CRENT especifica-se por si mesma, porque é um acontecimento tão espontâneo quanto o conjunto de problemas que a pandemia nos colocou. Desta espontaneidade ressalta, muito positivamente, o enlace entre reflexões e modos descritivos académicos combinados com modos descritivos empresariais: a intenção inicial de espontaneidade reflexiva, na ativação desta linha de trabalho partilhado e partilhável, fica cumprida.

Podemos identificar, nesses textos, e para além da riqueza da sua diversidade, três conjuntos de abordagens, ou focos de atenção.

Um primeiro conjunto de contribuições reconhece o efeito devastador da pandemia, sugerindo que seja aproveitado o tempo presente, de redução da atividade, para mitigar esse impacto. A reestruturação do mercado laboral do setor, articulando este com as vertentes do ambiente e da educação (Cecília Baptista et al.) e cuidando da estabilidade laboral (Kerley Alves), inscrevem-se neste conjunto de reflexões mitigadoras, que também incluem soluções de mobilidade em segurança para o que é caracterizado como “novo normal” (Filipe Romão), a minimização da sazonalidade (Patrícia Nunes et al.), o enquadramento da incerteza num contexto de risco global (José Barros), a aposta nas instituições e dinâmicas pré-existentes (Jorge Rodrigues), a identificação de capacidades dinâmicas (Mike Azevedo et al.) ou novas estratégias de marketing (Ana Coelho et al.).

A este conjunto de contribuições, orientadas para uma recuperação dos fluxos e dinâmicas turísticas anteriores à pandemia, existe um segundo conjunto de contribuições que foca contextos que podem indiciar processos de adaptação comportamental, seja no registo de uma procura orientada para destinos não tradicionais e mais vinculados ao conhecimento e não apenas ao lazer (Gianluigi Ciamarra et al.), seja na reflexão sobre o chamado “turismo lento”, mais vinculado às experiências em profundidade do que à quantidade de estímulos (Susana Domingos et al.; José Henández-Mogollón et al) em parte, tentando identificar variáveis dominantes em contextos de baixa densidade demográfica, que seguem como mais apelativos (Alexandra Silva e André Soares; Francia Michellon).

Um último conjunto de contributos tende, a partir de um diagnóstico de irreversível mudança, decorrente dos cenários de incerteza futura, refletindo sobre implicações estruturais num

contexto de transformação global, nas esferas da segurança (Rui Carvalho), da educação (João Azevedo e João Simões), da dinâmica identitária das comunidades residentes (Elena Makeeva), das interações entre saúde e economia (Nélida Luz) ou das dinâmicas territoriais (Luiz Oosterbeek).

Os autores destas contribuições defendem perspectivas diversas, como referimos, incluindo no que diz respeito ao diagnóstico global, que é encarado por uns como crise pontual, ainda que relativamente prolongada, enquanto outros percecionam um momento disruptivo que impedirá o regresso ao turismo de massas pré-existente (qualquer que seja o juízo de valor sobre o mesmo). O culminar deste processo CRENT com a publicação deste volume reveste-se, portanto, como intervenção que se poderá considerar, simultaneamente, de ação de proximidade e de ação global. Nesta duplicidade também integramos a tendência produtiva decorrente do perfil funcional dos designados «nómadas digitais». Os Profissionais de todos os setores que, justamente, cumprem nas suas ações com a irreversível realidade da época de transição de modos produtivos e sociais que experimentamos, são parte muito relevante dos novos tempos e dos novos ritmos.

Aos editores resta o agradecimento por essas contribuições e o desejo de que este volume possa contribuir para um debate aprofundado, participado e criativo.

Luiz Oosterbeek | Luís Mota Figueira

ÍNDICE

Abertura	3
Prefácios	5
Introdução	9
Turismo, Economia, Sociedade – renascimento da atividade e novas realidades na empregabilidade Cecília Baptista, Maria Graciete Honrado, Ana Nata, Sérgio Martins, Luís Mota Figueira	15
Em tempos de pandemia: carga de trabalho e saúde mental dos trabalhadores do Turismo Kerley Santos Alves	41
O Turismo Receptivo no “Novo Normal” – a Perspectiva da HighSun DMC Filipe Miguel da Silva Romão	59
Estratégias para minimizar a Sazonalidade na Hotelaria - Estudo Caso na Cidade de Tomar Patrícia Nunes, Marisa Simões, Ruben Loureiro, Jorge Simões	67
Um olhar sobre a crise pandémica como risco global. Uma oportunidade para pensar global e agir local no turismo português José da Cunha Barros	79
O papel dos GAL (Grupos de Acção Local) no modelo de turismo pós 2020 Jorge Manuel Sousa de Abreu Rodrigues	97
Importância das Capacidades Dinâmicas durante a Pandemia: uma visão qualitativa nas Unidades de Alojamento Local nos Açores Mike Azevedo, Jorge Simões, Ruben Loureiro	109
Inovação em Marketing: uma resposta da BTrust à crise (pandémica) na Gestão de Eventos <i>Marketing Innovation: BTrust's response to the (pandemic) crisis in Event Management</i> Ana Sofia Coelho, José Paulo Costa, Oliva Maria Dourado Martins	125

Tourism, landscape and use of cultural heritage in Molise. Trends before and during Covid-19, prospects and risks for the future Gianluigi Ciamarra, Maria Antonia Bove, Norman Ranellucci, Silvana Bezzi, Fioravante Vignone, Consiglia Sardella, Giovanni Sardella, Paolo Discenza, Giovanni Germano, Davide Delfino	141
The pandemic crisis and its transformation through Slow Tourism: changes in motion Susana Caetano Domingos	165
Mass Tourism vs Slow Tourism: new post-Covid-19 market scenarios José Manuel Hernández-Mogollón, Elide Di-Clemente, Ana María Campón-Cerro, Ana Moreno-Lobato	173
Quais as tendências para o Turismo na Região Central do RS no período Pós-Pandemia do Coronavírus Alexandra Begueristain da Silva, André Luis Ramos Soares	185
Turismo na pandemia de Covid-19: sustentabilidade em roteiros Rurais <i>Tourism in the Covid-19 pandemic: sustainability in rural tours</i> Francisca Ferreira Michelin	201
Segurança e Turismo na Era Pós-COVID 19 <i>Safety and Tourism in the Post-COVID 19 Era</i> Rui Miguel Ferreira Carvalho	219
Turismo e educação: uma reflexão sobre o passado e os desafios da era pós-covid 19 João Neto Azevedo, João Tomaz Simões	245
Restitution of cultural objects Impact on cultural tourism development before and during the Covid-19 pandemic Elena Makeeva	261
As crises sanitárias e o turismo em Cabo Verde: dos primeiros sinais evidenciados pela Dengue ao colapso do setor com a Covid 19 Nélida do Rosário da Luz	275
Acelerando a crise para ir além dela: pandemia, turismo e como algumas coisas tendem a permanecer, para que tudo o resto possa mudar <i>Accelerating the crisis to move beyond it: pandemic, tourism and how some things will tend to remain, so that all the rest may change</i> Luiz Oosterbeek	295

Turismo, Economia, Sociedade – renascimento da atividade e novas realidades na empregabilidade

Cecília Baptista

Unidade Departamental de Engenharias e Centro Techn&Art, Instituto Politécnico de Tomar
cecilia@ipt.pt

Maria Graciete Honrado

Professora Adjunta, Ph.D, Escola Superior de Gestão, Instituto Politécnico de Tomar
graciete.honrado@ipt.pt

Ana Nata

Professora Adjunta e Investigadora - Membro do Grupo de Sustentabilidade e do LIED.IPT,
Instituto Politécnico de Tomar
anata@ipt.pt

Sérgio Martins

Investigador Correspondente e Colaborador do l.tour.ipt, Instituto Politécnico de Tomar
s_martins.l-tour@ipt.pt

Luís Mota Figueira

Unidade Departamental de Ciências Sociais - Diretor do l-tour.ipt, Laboratório de Turismo
Membro: GOVCOPP, Universidade de Aveiro; GEOCIÊNCIAS, Universidade de Coimbra;
Colaborador: TEHCN&ART, Instituto Politécnico de Tomar
lmota@ipt.pt

Resumo

Este artigo integra-se em investigação exploratória que relaciona o território do turismo com a economia, em geral e com a sociedade, aqui representada pela intervenção de empregadores do setor. A espacialidade considerada, sub-região do médio Tejo, é a que nos permite compreender as dinâmicas numa geografia intencionalmente delimitada. Em ambiente de recuperação em curso, desde que em março de 2020 se abateu sobre a economia global um fenómeno pandémico sem precedentes, propõe-se uma reflexão local sobre como as organizações que oferecem bens e serviços de turismo e suas lideranças observam o choque sanitário global. Como método de trabalho a revisão de literatura e a noção de estado da arte posicionaram-se em confronto sobre as formas como os líderes auscultados em inquérito microrregional

(Sub-região do Médio Tejo da Região Centro, de Portugal) responderam a questões importantes com o objetivo de se obterem dados empíricos sustentados na análise a que foram submetidas. De entre as questões colocadas a problemática da relação academia-empresas mereceu-nos especial atenção. O tratamento de dados demonstra, precisamente, o estado que nos foi possível caracterizar neste estudo exploratório. Este também pretende ser um trabalho a continuar numa linha que, impulsionada pela Agenda 2030 e com as intervenções de políticas públicas europeias e nacionais certamente nos concita a continuar.

Palavras-chave

Ambiente; Turismo; Economia; Organizações; Perfil profissional; Liderança.

Introdução

As Pessoas, os Territórios e as Organizações geram dinâmicas que, localizadas e localizáveis em ambientes geográficos específicos se articulam, todavia, com os sistemas naturais e culturais globais Reisinger (2009), Figueira *et al* (2019). O ambiente natural de cada região e a sua cultura originam o sistema turístico local com expansão aos sistemas consequentes, regional, nacional, europeu e internacional, Leiper (1990). Neste contexto e em termos culturais e produtivos, o indivíduo nas Organizações já não é percecionado como o Homem Económico, desprovido de emoções, que ganha “à peça” e faz tarefas rotineiras sem questionar novas formas de se reinventar. Agora o Homem é analisado nas Organizações como ser pensante, envolvido em emoções que potenciam estados de criatividade e empreendedorismo facilitadores da mudança, e potenciadores do verdadeiro fator diferenciador para o qual contribui a essência de cada um.

É neste sentido que a Organização ganha vida como Comunidade, segundo Cunha (2017), em que o indivíduo procura significado e ganha significado na Organização, identificando-se nos pressupostos, valores, alma e cultura da mesma, contribuindo harmoniosamente para um estado psicológico.

E é aqui que se podem destacar os papéis inerentes aos líderes e decisores das Organizações, pelas suas capacidades de mudarem atitudes, gerando quadros motivacionais de atração aos indivíduos e pela satisfação de necessidades inerentes a cada um. No turismo, atividade económica e fenómeno social estas questões são determinantes para o seu sucesso, Goeldner & Ritchie (2000).

De modo a tentar prever e entender o futuro, é importante primeiro entender o estado atual e a evolução das teorias ao longo dos anos. Desde o tempo em que o colaborador não era nada mais do que um recurso para obtenção de capital até agora, onde a preocupação pelo colaborador se deve encontrar no topo das prioridades de qualquer organização, as organizações mudaram e atualizaram a sua forma de comportamento organizacional.

Trata-se de uma verdade incontestável o facto de que a Gestão de Recursos Humanos está a ganhar cada vez mais relevância e, especialmente, considerando o contexto em que o mundo se insere, com a transição para o teletrabalho e necessidade de manter os colaboradores satisfeitos e integrados, mesmo que seja à distância.

Apesar de haver uma panóplia de perspetivas diferentes consoante cada organização, existem certas tendências que se encontram presentes em todas as previsões e cenários hipotéticos elaborados.

Segue-se uma análise de como se encontram os Recursos Humanos em 2020 e o que se espera para a próxima década. O turismo contemporâneo porque é setor transversal e dependente de produtos turísticos diretos e de bens e serviços complementares, tal como foi bem explicitado, requer projetos estruturantes regionais, Costa (2002) e, mais recentemente, no futuro do trabalho em turismo, UNWTO (2019).

Como se compreenderá, nesta lógica e utilizando o método da análise de dados ao inquérito organizado para recolha de informação de operadores do setor, tentou-se obter a consistência possível face às constatações que a literatura apontava e, naturalmente, à observação participante dos membros desta equipa de trabalho. A lição sobre os atrativos dos sistemas turísticos regionais e a validade da sua interpretação foi aplicada nesta conjuntura de pandemia, Leiper (1990).

1. Cenários para a Gestão de Recursos Humanos

Os desafios ultrapassados no decorrer das décadas e as atuais tendências da Gestão de Recursos Humanos permitem traçar facilmente algumas características que, muito provavelmente, se transformarão nas tendências futuras dos recursos humanos. Como se sabe, nas atividades turísticas os comportamentos de todos os que se envolvem na oferta e na procura, na investigação e na administração pública bem como no nível do empreendedorismo necessitam lidar com os comportamentos tanto individuais quanto coletivos, Reisinger (2009).

Neste sentido seguem-se alguns conceitos que se consideram ser os mais relevantes. Em determinados casos, já têm impacto atualmente e, decerto, irão permanecer durante a próxima década:

- A implementação do teletrabalho na era imediata do pós-COVID;
- A utilização da inteligência artificial (IA) no contexto empresarial;
- A implementação da Realidade Virtual (RV) em contextos como áreas de formação e até na seleção de candidatos;
- O foco no bem-estar do colaborador ainda mais acentuado, desde a influência de fatores externos à satisfação no local de trabalho;
- Os Gestores de Recursos Humanos assumem mais responsabilidades, de forma a manterem as equipas de colaboradores coesas e tentarem evitar os conflitos entre os membros das mesmas;
- As *Soft Skills* assumirão um papel fundamental.

Estes conceitos, apesar de terem um nível de aplicabilidade maioritariamente transversal, estão sujeitos a alterações de fatores externos que acabam por, na maioria das vezes, estar fora do controlo das organizações. Nos domínios específicos como é o turismo e suas segmentações de procura, Cooper *et al* (2011) predomina a noção de que a estada de um viajante de turismo que procura qualidade requer planeamento e, especificamente, de profissionais atualizados Eusébio *et al* (2008)

Situações radicais como a pandemia mundial, têm um grande impacto nas empresas o que as obriga a terem um grau de adaptação e versatilidade elevada para fazer face a este tipo de mudanças. É uma excelente ocasião para apoiar projetos com duas vertentes quase óbvias: bens e produtos transacionáveis; e bens e serviços tecnológicos de última geração. O turismo está, obviamente, entre os primeiros; a aposta em novas tecnologias energéticas entre os segundos Balula *et al* (2019).

Segundo um estudo de Hauptmann (2020) efetuada na Deloitte, aplicado a cerca de 200 especialistas de Recursos Humanos, é possível concluir que o avanço das tecnologias acaba também por ter bastante influência na forma como os Recursos Humanos deverão agir no futuro. De acordo com este estudo, existe a possibilidade deste avanço nas tecnologias não afetar de uma forma tão crítica a área dos recursos humanos das empresas, dado que cada vez mais se opta por um tipo de serviço personalizado e com um fator humanístico que nenhum computador consegue providenciar.

Também Meister & Brown (2020) publicaram um estudo na Harvard Business Review em que refere que o aparecimento do COVID-19 veio alterar a forma como a economia e a atividade profissional são percebidas, havendo grandes mudanças a nível de como e onde se trabalha, bem como as tecnologias que se utilizam de forma a garantir a produtividade dos colaboradores. Esta mudança veio realçar ainda mais a importância dos gestores de recursos humanos, dado que os colaboradores cada vez mais se apoiam neles como forma de se adaptarem a esta nova realidade. A interação entre seres humanos evidencia-se como base de resposta às alterações referidas.

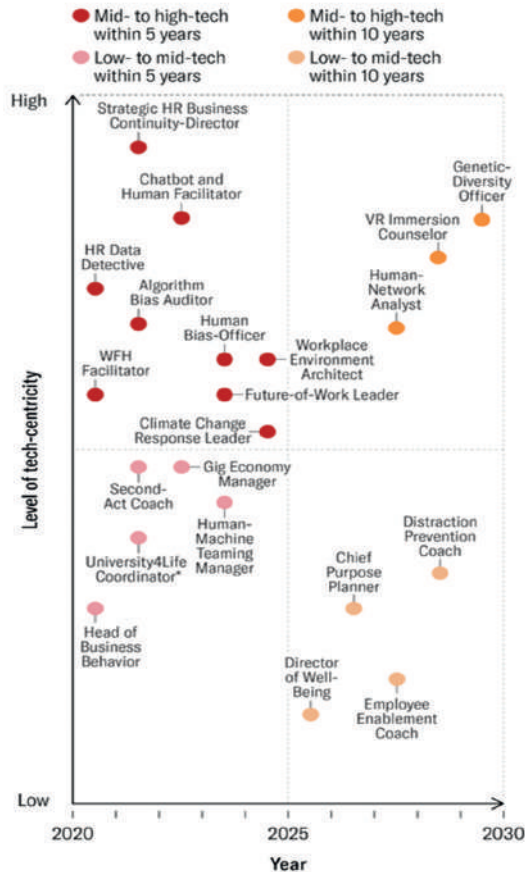
Considerando os fatores inerentes ao avanço do tempo e, conseqüentemente, da economia, foi possível determinar os alicerces sobre quais o futuro dos postos de trabalho no ramo dos Recursos Humanos assentam. De acordo com o estudo publicado por Meister & Brown (2020) na Harvard Business Review, esses alicerces são:

- Resiliência organizacional e individual;
- Segurança e confiança organizacional;
- Criatividade e inovação;
- Gestão de dados;
- Parceria entre o ser humano e a tecnologia.

Neste mesmo estudo, é possível encontrar alguns exemplos de postos de trabalho que poderão existir, sendo que esses mesmos postos de trabalho se encontram inseridos num referencial cartesiano, onde estão divididos por tempo em anos (de 2020 até 2030) e pela importância da tecnologia para desempenhar as atividades (desde uma baixa importância a uma alta importância), como se apresenta na figura 1.

21 HR Jobs of the Future

How nearly 100 CHROs, CLOs, and VPs of talent and workforce transformation envision HR's evolution over the next 10 years.



*Using state of the art AI platforms, this role guides lifelong learners toward the best, most relevant programs for their individual needs.
Source: Cognizant Center for the Future of Work and Future Workplace LLC



Figura 1. 21 HR Jobs of the Future.

Fonte: Meister & Brown (2020). *Harvard Business Review*, August 12.

Neste gráfico, destacam-se certos postos de trabalho que possuem um grande nível de dependência de tecnologia e podem surgir nos próximos anos, como por exemplo “WFH Facilitator” (WFH – Work From Home)”, que em algumas organizações já existe devido aos confinamentos ocorridos e, também, ao intuito das empresas em prevenir situações semelhantes e, por fim, devido ao facto de que muitas organizações terem chegado à conclusão que é mais vantajoso para elas que os colaboradores trabalhem

a partir de casa, poupando em eventuais despesas que poderiam ter nas suas instalações físicas e, em determinados casos, contribuindo, com essa solução mesmo que indiretamente, para a felicidade dos seus colaboradores, por se encontrarem a trabalhar a partir de casa.

Ainda no gráfico acima mencionado, podem-se analisar outros postos de trabalho que não exigem tanta tecnologia, mas apenas irão surgir para lá de 2025, como o *Director of Well-Being*. Este posto de trabalho encontra-se destinado ao bem-estar dos colaboradores dentro da empresa, sendo que o objetivo é aumentar a retenção dos colaboradores na empresa, através da priorização, por exemplo, das melhorias das condições de trabalho. O estudo enfatiza a importância das condições físicas de trabalho, enaltecendo a necessidade de haver as condições certas para garantir que os colaboradores se encontram satisfeitos e motivados para exercerem as suas atividades. De acordo com o estudo, os principais aspetos que influenciam a performance de acordo com os colaboradores são a qualidade do ar, o acesso a luz natural e a personalização do seu espaço de trabalho.

É também importante destacar diversos postos de trabalho como o *VR Immersion Counselor* (Consultor de Imersão de Realidade Virtual) e o *Human Network Analyst* (Analista de Redes Humanas). No primeiro caso, existe uma aposta clara no crescimento da realidade virtual no mundo empresarial, enquanto no segundo caso existe um posto de trabalho criado como forma de apoiar a gestão de relações humanas dentro das empresas.

Torna-se fundamental referir que o gráfico apenas indica alguns postos de trabalho que se podem vir a tornar realidade no futuro, podendo haver grandes divergências dependendo da organização em causa e da evolução conjuntural e sua influência para o futuro do trabalho.

Contudo, o foco vai para a transformação das *soft skills* em *power skills*. Esta tendência defende o conceito da transformação de *thinking skills*, *digital skills* e, maioritariamente, *soft skills* em *power skills* e competências necessárias para se adquirir um emprego. As *thinking* e as *soft skills* abrangem conceitos que têm vindo a ganhar cada vez mais relevância com o passar dos anos, que é a importância do intangível ao invés das *hard skills*. Com o avanço das tecnologias e com o contexto em que o mundo empresarial se encontra inserido devido à pandemia do COVID-19, as *digital skills* tornam-se habilidades fundamentais e cada vez mais necessárias no futuro quotidiano dos colaboradores.

1.1. Cenários para a Gestão de Recursos Humanos no Turismo

Os decisores que exercem funções em diferentes culturas, como líderes do setor do Turismo, necessitam de possuir traços e competências que lhes permitam atuar devidamente em diversos contextos OMT (2001), Goeldner & Ritchie (2000), Ramos e Costa (2017).

Porém, os efeitos da globalização fazem-se sentir, também no seio de uma mesma organização, havendo uma quantidade progressivamente maior de empresas em que a diversidade cultural impera a que não é estranha a linha de Economia da Cultura presente na agenda política da união europeia, European Commission (2006). Aos líderes requer-se que possuam competências apropriadas para que essa diversidade cultural seja corretamente gerida, e aproveitada no benefício do desempenho e da realização pessoal dos colaboradores, Rego & Cunha (2009).

Tabela 1. Competências necessárias para liderar equipas multiculturais

Competências necessárias para liderar equipas multiculturais	
Categorias	Competência
Empatia cultural	Sensibilidade cultural
	Compreensão cultural
	Respeito pelos valores dos outros
	Capacidade para tratar os outros como indivíduos
	Uso de diferentes perspetivas
	Experiência em outras culturas
Aprendizagem no cargo	Adaptação ao contexto/flexibilidade
	Curiosidade
	Vontade de aprender
	Tolerância para a ambiguidade
	Capacidade de ser um bom observador
Competência comunicacional	Capacidade de escuta
	Política de porta aberta (denotar abertura de espírito)
	Clareza na expressão
	Competências na comunicação não-verbal
	Conhecimento de outras línguas

Competência de gestão genéricas	Motivação
	Consulta
	Funções de GRH
	Resolução de conflitos
	Planeamento
	Focalização nas tarefas/objetivos
	Orçamentação
Estilo pessoal	Estabilidade emocional
	Focalização nas afinidades com as outras pessoas
	Franqueza/honestidade
	Sentido de humor

Fonte: Rego & Cunha, 2009.

No setor do turismo, é necessário liderar como em 2019, mas, cumulativamente, de reconquistar a confiança perdida e de reerguer os setores que compõem o turismo. Para esse desiderato é necessário incrementar novas metodologias de abordagem que concretizem uma nova gestão do turismo aliás, numa revisão e atualização sobre o sistema estrutural das atividades diretas e indiretas do setor, Beni (2012), Ramos e Costa (2017), (Turismo de Portugal (2020).

Uma gestão que congregue a riqueza dos ecossistemas e a identidade dos destinos turísticos, que concilie o ordenamento do território com a atividade turística, que incremente as parcerias entre a iniciativa privada e a política pública, e, essencialmente, que desenvolva no turismo interno uma prestação de serviços assente na qualidade, segurança e sustentabilidade, Silva (2013) e acompanhe as campanhas de marketing territorialmente planeado, Deloitte (2019).

Para que se torne possível reescrever as novas linhas de atuação, integrar a oferta turística e reformular as práticas e as políticas organizacionais, são necessários recursos humanos habilitados e empenhados em torno destes desafios adotando os comportamentos mais adequados à satisfação dos consumidores Reisinger (2009), Cunha (2017).

Acredita-se que a chave para esta readaptação reside na motivação, na competência e na resiliência dos profissionais do turismo. Nesse sentido, a aposta na formação académica e profissional assume-se como fundamental para a árdua tarefa que se tem em mãos dada a dimensão técnica das ações especializadas que perfazem a atividade turística, Bernardo (2013).

O conhecimento e o reforço de competências são determinantes para o novo ciclo que o turismo internacional enfrenta adotando visões consolidadas Tribe (2011), Trigo (2012), e novas formas de agir localmente, Turismo de Portugal (2020). A base para o sucesso desta missão passa por um triângulo que une as associações do turismo, o Estado e o ensino/formação. A Agenda 2030, da ONU é uma referência obrigatória. As escolas profissionais, os institutos politécnicos e as universidades estão, mais do que nunca, vinculadas à missão de formar recursos humanos comprometidos com o novo cenário mundial, Turismo de Portugal (2020).

A congregação de sinergias e a atuação concertada das associações representativas do turismo, do Estado e da educação são a chave para o sucesso desta nova gestão do turismo nomeadamente na descoberta e redescoberta de recantos até agora ignorados pelo mercado como se enfatizava em European Institute of Cultural Routes (2013).

Tendo em consideração que as Organizações locais e regionais são as principais protagonistas do ato turístico, ou seja, determinam em ambiente de intermediação dos grandes operadores ou por iniciativa empresarial própria as dinâmicas de visitação e estada dos turistas, decidiu-se questionar um grupo de empresários(as).

Cada um dos autores selecionou uma lista de contactos com o objetivo de se tentar compreender pelas suas respostas como, nas suas organizações, enfrentam as dificuldades e geram ideias e soluções partilháveis no território delimitado da sub-região do Médio Tejo porque cada território requer um tipo de planeamento, Amorim *et al* (2015).

2. Análise dos resultados do Inquérito realizado no Médio Tejo – Região Centro

Esta secção tem como objetivo analisar e interpretar os dados recolhidos através do questionário aplicado *on-line* a um conjunto de Operadores Turísticos selecionados estrategicamente. Portanto, apesar da amostra de respostas válidas ser de pequenas dimensões, a sua análise permitirá, numa primeira instância, compreender a perceção dos Operadores Turísticos da região do Médio Tejo de Portugal em relação à identificação dos eixos estratégicos que irão privilegiar a concretização da retoma do Turismo nessa região a curto e a médio prazo, Turismo de Portugal (2020). As circunstâncias peculiares atuais exigem uma atuação eficaz nessa retoma na qual o planeamento de oportunidades assume um papel fundamental razão pela qual está

assegurada a pertinência das questões colocadas, assim como da análise realizada. Cumpre referir que aos inquiridos foi garantida a total confidencialidade dos dados recolhidos e assegurado o seu anonimato garantido desta forma uma maior fiabilidade. O tratamento estatístico dos dados foi realizado através do *software Statistical Package for Social Science (SPSS)*.

O questionário é composto por cinco perguntas de resposta aberta e cinco perguntas de resposta fechada, sendo neste último caso composto por uma pergunta de resposta única, duas perguntas de escala ordinal tipo Likert com três pontos e duas perguntas dicotómicas do tipo sim/não (cf. Tabela 2). A análise e interpretação subjacente às perguntas de resposta aberta é tipicamente mais complexa, mas a sua inclusão neste questionário é justificada pelo facto de proporcionam resultados mais profundos ao evidenciarem a opinião dos inquiridos.

Tabela 2. Caracterização do questionário

Dados	Dimensões		Tipo de questão	Item do questionário
Quantificáveis	Informação relativa à:	<ul style="list-style-type: none"> • área de Turismo em que exerce funções profissionais 	Identificação (escolha única)	1
		<ul style="list-style-type: none"> • valorização da produção Académica na área de Turismo em que exerce funções profissionais 	Escala ordinal tipo Likert	2
		<ul style="list-style-type: none"> • procura de inovações científicas e técnicas, na área de Turismo em que exerce funções profissionais, para uma melhoria do desempenho profissional 	Escala ordinal tipo Likert	3
		<ul style="list-style-type: none"> • utilização de serviços de consultoria externa na articulação do negócio com o planeamento das atividades 	Dicotómica do tipo sim/não	4
		<ul style="list-style-type: none"> • perceção sobre o aproveitamento adequado do capital humano formado em Turismo pelas Instituições de Ensino Superior 	Dicotómica do tipo sim/não	5

Não Quantificáveis	Identificação:	<ul style="list-style-type: none"> das competências que o capital humano mais precisa de desenvolver atualmente para acompanhar o incremento do Turismo 	Aberta	6
		<ul style="list-style-type: none"> das ações que gostaria de ver desenvolvidas para assegurar o desenvolvimento Turístico 	Aberta	7
		<ul style="list-style-type: none"> das principais oportunidades de desenvolvimento Turístico 	Aberta	8
		<ul style="list-style-type: none"> dos principais obstáculos que condicionam o desenvolvimento das atividades turísticas 	Aberta	9
		<ul style="list-style-type: none"> do cenário para o Turismo em Portugal no futuro 	Aberta	10

2.1. Dados quantificáveis

No que se refere à amostra recolhida, como se verifica no Gráfico 1, os inquiridos distribuem-se equitativamente entre dois grupos: a Hotelaria e o Turismo em Espaço Rural, ambos em menor percentagem com 16,7% dos inquiridos e, em maior percentagem, as Operações Turísticas e as Outras Áreas Turísticas, com 33,3% cada. No entanto, a subdivisão subjacente à opção Outras Áreas Turísticas evidencia a prevalência, na amostra, da Hotelaria em relação às restantes áreas turísticas. Não existem representantes da Restauração, Eventos Turísticos, nem Ecoturismo na amostra recolhida.

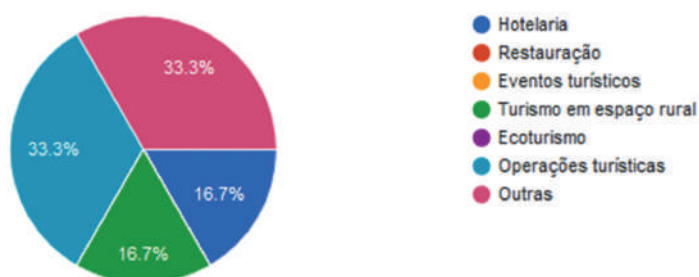


Gráfico 1. Distribuição dos inquiridos por área de Turismo.

No que se refere à valorização da produção Académica na área de Turismo relacionada com a atividade profissional, verifica-se que a maioria dos inquiridos, 66.7%, valoriza muito a produção Académica, sendo que apenas 8.3% dos inquiridos valoriza muito pouco este aspeto (cf. Gráfico 2). Esta distribuição percentual dos dados é bastante representativa do reconhecimento, pelos profissionais de Turismo, do trabalho de investigação desenvolvido pela Academia que, cada vez mais, é percecionado como um motor que tem potencial para contribuir para o desenvolvimento do Turismo em geral e, em particular, na região geográfica em análise: o Médio Tejo.

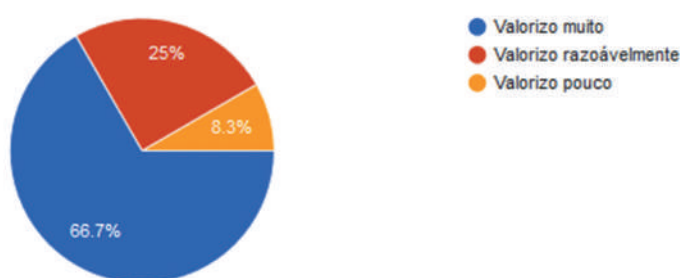


Gráfico 2. Distribuição dos inquiridos de acordo com a valorização da produção Académica.

Observando as percentagens obtidas na Tabela 3, pode-se constatar que de entre as áreas Turísticas representadas na amostra, a opção Outras Áreas Turísticas é a que apresenta uma maior valorização da produção Académica com 37.5% do total de inquiridos que valorizam muito esse aspeto, logo seguida das Operações Turísticas e do Turismo em Espaço Rural que detêm ambos 25% dos inquiridos que muito valorizam a produção Académica. É igualmente importante constatar que com exceção das Outras Áreas Turísticas que apresentam apenas uma resposta relativa à pouca valorização da produção Académica, todas as restantes áreas apresentam 0% de respostas na pouca valorização da produção Académica o que é um indicador bastante positiva da perceção que os profissionais de Turismo têm relativamente à importância da Academia na retoma do sector Turístico no Médio Tejo em Portugal.

Tabela 3. Valorização da produção Acadêmica por área de Turismo

Valorização da produção Acadêmica na área em que exerce funções profissionais	Valorizo	Área de Turismo									
		Hotelaria		Turismo em espaço rural		Operações Turísticas		Outras		Total	
		N	N % (em linha)	N	N % (em linha)	N	N % (em linha)	N	N % (em linha)	N	N % (em linha)
Muito	1	12,5%	2	25,0%	2	25,0%	3	37,5%	8	100%	
Razoavelmente	1	33,3%	0	0,0%	2	66,7%	0	0,0%	3	100%	
Pouco	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	100,0%	1	100%	
Total		2	16,7%	2	16,7%	4	33,3%	4	33,3%	12	100%

No que se refere à procura de inovações científicas e técnicas que permitem uma melhoria no desempenho profissional, o Gráfico 3 revela que mais de metade, 58.3%, dos inquiridos procura, apenas ocasionalmente, inovações científicas e técnicas, sendo esta percentagem de 33.3% no caso dos inquiridos que procuram muito inovações. Portanto, existe lugar a uma melhoria em relação a este aspeto no futuro.

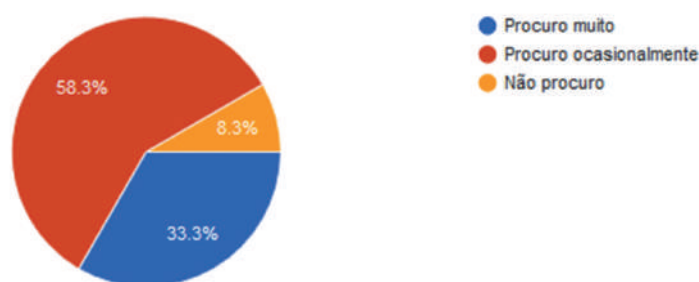


Gráfico 3. Distribuição dos inquiridos de acordo com a procura de inovações.

Relativamente à área turística que mais procura inovações, científicas e técnicas, existe uma predominância na área das Operações Turísticas que detém exatamente metade das respostas, seguida do Turismo em Espaço Rural e das Outras Áreas Turísticas, ambas com 25% das respostas (cf. Tabela 4). Salientar ainda que com exceção da Hotelaria que tem uma única resposta relativa à ausência de procura de inovações científicas e técnicas, em todas as restantes áreas não existe nenhuma resposta relativa à ausência de procura pela inovação, o que indicia que apesar da inovação ainda se concretizar apenas ocasionalmente, existe a noção de que esta tem uma importância significativa no crescimento do setor Turístico.

Tabela 4. Procura de inovações por área de Turismo

		Área de Turismo									
		Hotelaria		Turismo em espaço rural		Operações Turísticas		Outras		Total	
Procura de inovações científicas e técnicas para melhorar o desempenho profissional	Procuo	N	N % (em linha)	N	N % (em linha)	N	N % (em linha)	N	N % (em linha)	N	N % (em linha)
	Muito	0	0,0%	1	25,0%	2	50,0%	1	25,0%	4	100%
	Ocasionalmente	1	14,3%	1	14,3%	2	28,6%	3	42,9%	7	100%
	Nunca	1	100,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	100%
Total		2	16,7%	2	16,7%	4	33,3%	4	33,3%	12	100%

Neste contexto, tratando-se a variável procura de inovações uma variável ordinal, assim como a variável valorização da produção Académica, torna-se pertinente analisar a correlação entre ambas. Para tal, recorreu-se ao coeficiente ρ de Spearman tendo-se verificado a existência de uma associação positiva fraca entre ambas as variáveis, $\rho \approx 0.345$ e $sig \approx 0.272$. No entanto, importa ressaltar a existência de dois *outliers* que, devido ao facto da amostra ser de pequenas dimensões, tornam-se bastante prejudiciais na análise dos resultados. Por essa razão, para ser possível perceber a real correlação entre as variáveis, é necessário excluir esses dois *outliers* e, com esse procedimento, foi possível identificar a existência de evidência estatística para afirmar que a variável valorização da produção Académica e a variável procura de inovações estão significativamente correlacionadas e essa correlação é positiva, uma vez que $\rho \approx 0.651$ e $sig \approx 0.042 < 0.05$ (cf. Tabela 5). Portanto, pode-se afirmar que o aumento na valorização da produção Académica, é acompanhado por um aumento significativo da procura de inovações, e *mutatis mutandis*.

Tabela 5. Correlação de Spearman entre a valorização da produção Académica e a procura de inovações científicas e técnicas

		Valorização da produção Académica na área em que exerce funções profissionais	Procura de inovações científicas e técnicas para melhorar o desempenho profissional
rho de Spearman	Valorização da produção Académica na área em que exerce funções profissionais	Coeficiente de Correlação	1,000
		Sig. (bilateral)	0,042
	Procura de inovações científicas e técnicas para melhorar o desempenho profissional	Coeficiente de Correlação	0,651*
		Sig. (bilateral)	0,042

* A correlação é significativa ao nível .005
N=10

Quanto à articulação do negócio com o planeamento das atividades por recurso à consultoria externa, os dados revelam uma pequena diferença percentual entre as empresas que utilizam, e as que não utilizam, a este tipo de serviço, sendo visível, no entanto, uma superioridade numérica de 16.6% das empresas que utilizam a consultoria externa, conforme se pode constatar no Gráfico 4. Portanto, a primeira conclusão a retirar é que a consultoria externa é um fator pouco diferenciador entre as diversas áreas do sector Turístico no Médio Tejo.

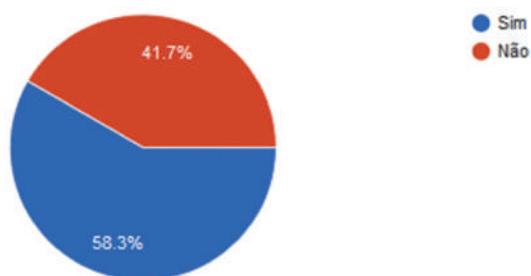


Gráfico 4. Distribuição dos inquiridos de acordo com a procura de consultoria externa.

Relativamente à utilização de consultoria externa, os dados da Tabela 6 permitem ainda concluir que de entre as áreas que utilizam consultoria externa, a área das Operações Turísticas é a que apresenta um maior valor percentual uma vez que detém quase metade das respostas positivas, 42.9% Em seguida surgem a Hotelaria e o Turismo em Espaço Rural ambas com 28.6% das respostas. De salientar que a maioria, 80%, das respostas correspondentes à não utilização de consultoria externa diz respeito às Outras Áreas Turísticas.

Tabela 6. Procura de serviço de consultoria externa por área de Turismo

		Área de Turismo									
		Hotelaria		Turismo em espaço rural		Operações Turísticas		Outras		Total	
		N	N % (em linha)	N	N % (em linha)	N	N % (em linha)	N	N % (em linha)	N	N % (em linha)
Utiliza a consultoria externa na articulação do negócio com o planeamento das suas atividades?	Sim	2	28,6%	2	28,6%	3	42,9%	0	0,0%	7	100%
	Não	0	0,0%	0	0,0%	1	20,0%	4	80,0%	5	100%
Total		2	16,7%	2	16,7%	4	33,3%	4	33,3%	12	100%

No contexto atual em que é notória a necessidade de concretizar uma articulação eficaz entre as Instituições de Ensino Superior (IES) e as necessidades reais do mercado, é importante analisar se o capital humano formado pelas IES é encarado, em contexto laboral, como um potencial que permite a criação de valor acrescentado contribuindo para o crescimento do mercado Turístico. Observando o Gráfico 5, pode-se constatar que existe uma esmagadora maioria de 75% dos inquiridos que considera que o capital humano formado em Turismo pelas IES não é corretamente aproveitado no mercado laboral. É certo que muitos fatores associados à conjuntura económica peculiar que atravessamos atualmente podem justificar estes resultados, mas uma primeira conclusão a retirar destes resultados é a necessidade urgente em apostar numa comunicação mais eficaz das IES com exterior. Com efeito, apesar das IES já concretizarem uma nova configuração de educação que atribui aos seus formandos conhecimentos científicos e técnicos que permitem potenciar o crescimento económico, esta mudança de paradigma ainda não é reconhecida no mercado empresarial, mais precisamente no caso do sector do Turismo da região do Médio Tejo. Portanto, é urgente continuar a apostar na formação em articulação com o mercado de trabalho por forma a permitir que os empresários locais percecionem que a mão-de-obra qualificada é essencial para o progresso económico num mercado cada vez mais globalizante.

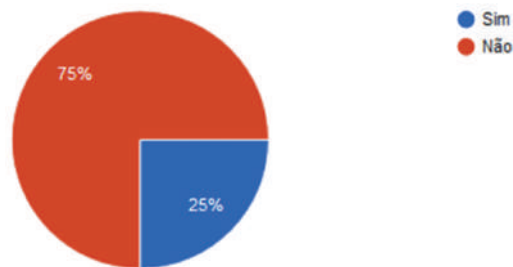


Gráfico 5. Distribuição dos inquiridos de acordo com a percepção que têm relativamente ao correto aproveitamento do capital humano formado em Turismo pelas IES.

De salientar que de acordo com as percentagens da Tabela 7, relativamente ao aproveitamento adequado do capital humano formado em Turismo pelas IES existe uma clara predominância das Outras Áreas de Turismo que detêm mais de metade, 66.6%, das respostas positivas, seguidas da Hotelaria com 33.3% das respostas positivas. Em sentido contrário, a área das Operações Turísticas é a que apresenta um valor

percentual mais elevado no que se refere ao aproveitamento desadequado do capital humano formado pelas IES, uma vez que detém 44.4% das respostas negativas.

Tabela 7. O aproveitamento do capital humano formado em Turismo pelas IES por área de Turismo

		Área de Turismo									
		Hotelaria		Turismo em espaço rural		Operações Turísticas		Outras		Total	
		N	N % (em linha)	N	N % (em linha)	N	N % (em linha)	N	N % (em linha)	N	N % (em linha)
Considera que o capital humano formado em turismo pelas Instituições de Ensino Superior é corretamente aproveitado?	Sim	1	33,3%	0	0,0%	0	0,0%	2	66,7%	3	100%
	Não	1	11,1%	2	22,2%	4	44,4%	2	22,2%	9	100%
Total		2	16,7%	2	16,7%	4	33,3%	4	33,3%	12	100%

Torna-se igualmente pertinente constar que, de acordo com as percentagens obtidas na Tabela 8, a valorização da produção Académica, assim como a procura de inovações, científicas e técnicas, estão diretamente relacionadas com a perceção que os inquiridos têm relativamente ao aproveitamento do capital humano formado em Turismo pelas IES. Com efeito, dos inquiridos que valorizam muito a produção Académica, a maioria, 75%, respondeu que o capital humano não está a ser adequadamente aproveitado no mercado laboral e, em sentido inverso, a totalidade dos inquiridos que valorizam pouco a produção Académica, respondeu que o capital humano está a ser adequadamente aproveitado no mercado laboral. No que se refere à procura de inovações, as conclusões são análogas uma vez que a totalidade dos inquiridos que procuram inovações com muita frequência, respondeu que o capital humano não está a ser adequadamente aproveitado no mercado laboral e, em sentido inverso, a totalidade dos inquiridos que nunca procuram inovações, respondeu que o capital humano está a ser adequadamente aproveitado no mercado laboral. Portanto, é notório que os inquiridos que mais valorizam a produção Académica são também os que maioritariamente percecionam que o capital humano não está a ser adequadamente aproveitado e, a mesma constatação aplica-se, *mutatis mutandis*, ao caso da procura de inovações.

Tabela 8. Valorização da produção Acadêmica e procura de inovações segundo o aproveitamento do capital humano formado em Turismo pelas IES

		Considera que o capital humano formado em turismo pelas Instituições de Ensino Superior é corretamente aproveitado?					
		Sim		Não		Total	
		N	N % (em linha)	N	N % (em linha)	N	N % (em linha)
Valorização da produção Acadêmica na área em que exerce funções profissionais	Valoriza						
	Muito	2	25,0%	6	75,0%	8	100%
	Razoavelmente	0	0,0%	3	100,0%	3	100%
	Pouco	1	100,0%	0	0,0%	1	100%
Total		3	25,0%	9	75,0%	12	100%
Procura de inovações científicas e técnicas para melhorar o desempenho profissional	Procurou						
	Muito	0	0,0%	4	100,0%	4	100%
	Ocasionalmente	2	28,6%	5	71,4%	1	100%
	Nunca	1	100,0%	0	0,0%	1	100%
Total		3	25,0%	9	75,0%	12	100%

1.2. Dados não quantificáveis

Conforme especificado na Tabela 2, as últimas cinco perguntas do questionário são perguntas de resposta aberta permitindo que o inquirido exprima livremente a sua opinião sem ficar restringido às opções de resposta. Claro que este tipo de perguntas requer uma análise mais complexa que permita identificar padrões de respostas, mas simultaneamente permite recolher informações mais detalhadas que valorizam o estudo.

Relativamente à primeira pergunta de resposta aberta na qual se pede a especificação das competências que o capital humano mais precisa de desenvolver atualmente para acompanhar o incremento do Turismo, a análise de conteúdo individual de cada resposta permitiu identificar as palavras padrão que constam na nuvem de palavras ilustrada na Figura 2. De entre as respostas, destaca-se a importância relevante dada às competências linguísticas, seguida das competências culturais e do conhecimento, em geral, e em específico sobre História. Foram igualmente referidas, embora com menor frequência, as competências digitais, a capacidade de comunicação, a resiliência, criatividade, versatilidade, compromisso e capacidade de antecipação. Também foi possível identificar a importância da imagem, das relações humanas, assim como da formação profissional e da aprendizagem académica que de acordo com as respostas obtidas deverá privilegiar a praxis com uma maior proximidade entre as IES e as empresas.

de conhecimento científico e técnico das empresas se torne um objetivo comum (que ainda não é) no tecido empresarial que os dados do inquérito demonstram. A continuidade desta abordagem pretenderá, num futuro muito breve, suscitar maior participação dos interessados nesta temática e no que isso significará de valorização e qualificação do turismo e de cada ato turístico que, por isso mesmo, reclamam um espaço com identidade patrimonial natural e cultural, mas, neste novo ambiente, sob preocupações que ditam atitudes, comportamentos e intervenções pessoais e coletivas. O trabalho agora realizado irá continuar e prevê-se que, sob o tema geral “*Renascimento do turismo, desenvolvimento social e crescimento económico 20-23*”, suscitado pelo documento do Turismo de Portugal, “*Turismo + Sustentável 20-23*” possamos desenvolver um objeto de estudo que, naquela temática, aproveite e potencie o trabalho de grupo agora editado.

Referências

- Amorim, E., Figueira, L. M., Soares, C. (2015), *Planejamento e Organização do Turismo*, Curitiba: InterSaberes Editora
- Balula, A., Moreira, G., Moreira, A., Kastenholz, E., Eusébio, C., Breda, Z. (2019), *Digital Transformation in Tourism Education*, ToSEE – Tourism in Southern and Eastern Europe, Vol. 5, pp. 61-72, https://www.researchgate.net/publication/335804249_DIGITAL_TRANSFORMATION_IN_TOURISM_EDUCATION (14.11.2019)
- Beni, M. C. (Coord.). (2012). *Turismo – Planejamento Estratégico e Capacidade de Gestão. Desenvolvimento Regional, Rede de Produção e Clusters*. São Paulo: Editora Manole.
- Bernardo, E. (2013), *Abordagens Teóricas ao Turismo*, Lisboa: CIES e-Working nº 172/2013, Centro de Investigação e Estudos de Sociologia, Instituto Universitário de Lisboa, https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/9860/1/CIES-WP172_Bernardo.pdf (11.6.2017)
- Camargo, L. O. L. (2003), Os Domínios da Hospitalidade, in Dencker, Ada de Freitas Maneti; Bueno, Marielys Siqueira, (Org), *Hospitalidade: Cenários e Oportunidades*, São Paulo: Aleph, pp.7-27
- Carvalho, R.; Ferreira, A. M.; Figueira, L. M. (2016). *Cultural and Creative tourism in Portugal. Pasos – Revista de Turismo y Património Cultural*, Vol. 14, Nº5, pp. 1075-1082.
- Cooper, C., Hall, C. M., & Trigo, L. G. G. (2011). *Turismo Contemporâneo*. Rio de Janeiro: Elsevier.

Costa, C. M. M. (2002). *O papel dos sectores público e privado na implementação de projectos estruturantes regionais (PITER). Uma proposta de metodologia*. In Ministério da Economia-Instituto de Financiamento e Apoio ao Turismo (Eds.), *Património e Turismo: Ciclo de Debates 1999* (pp. 143-163). Lisboa: Ministério da Economia.

Cunha, L. (2017), *Turismo e Desenvolvimento – Realidades e Perspetivas*, Lisboa: Lidel – Edições Técnicas, Lda

Deloitte Consultores, SA, (2019) *Turismo Centro de Portugal – Plano Regional de Desenvolvimento Turístico*, (Lisboa: apresentação powerpoint-30 diapositivos), <https://cister.fm/cister/wp-content/uploads/2019/12/Turismo-Centro-de-Portugal-Apresenta%C3%A7%C3%A3o-Plano-2020-2030.pdf> (10.12.2019)

European Commission (2006). *The Economy of Culture – Study prepared for the European Commission - Directorate-General for Education and Culture, KEA-European Affairs*. Acedido em 25 de junho de 2013, em http://www.keanet.eu/ecoculture/executive_summary_en.pdf

European Institute of Cultural Routes (2013). *Atlas of cultural routes*. Acedido em 26 de junho de 2013, em http://www.culture-routes.lu/php/fo_index.php?lng=en&dest=bd_pa_det&unv=ic

Eusébio, C; Castro, E.A.; Costa, C. (2008). Determinantes de duração da estada – uma análise *cross-section* dos visitantes da Região Centro de Portugal, in. Matias, Á.; Sardinha. *Avanços em Economia e Gestão do Turismo – Novas Tendências, Sustentabilidade e Desenvolvimento Regional*. Lisboa: Instituto Piaget

Figueira, L. M. (2013). *Manual para Elaboração de Roteiros de Turismo Cultural*, Instituto Politécnico de Tomar. Acedido em www.cespoga.ipt.pt

Figueira, L. M., Baptista, C., Honrado, G. (2019), *Turismo e Cultura Turística: A função promocional dos Postos de Turismo*, Tomar: Instituto Politécnico de Tomar, Centro de Arquivo e Documentação, <http://www.cda.ipt.pt/> (18.12.2019)

Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. B (2000). *Tourism – Principles, Practices, Philosophies*, 8th ed. New York: John Wiley & Sons.

Hauptmann, V. R. (2020). *Monitor Deloitte - The future of Human Resources: A glimpse into the future*. Disponível em: Deloitte: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/de/Documents/strategy/Future-of-Human-Resources-2030-Deloitte-Glimpse-Paper.PDF>, acedido em 3 de março de 2021.

Leiper, N. (1990). *Tourism attraction systems*. *Annals of Tourism Research*, 17(3), 367-384.

Meister, J. C. & Brown, J. C. (2020). *21 HR Jobs of the Future*. Disponível em: Harvard Business Review: <https://hbr.org/2020/08/21-hr-jobs-of-the-future>, acedido em 15 de março de 2021.

OMT - Organização Mundial do Turismo & Sancho, A. (2001). *Introdução ao Turismo*. São Paulo: Editora Roca.

Ramos, D. M.; Costa, C. M. (2017). "Turismo: tendências de evolução", *PRACS: Revista Eletrônica de Humanidades do Curso de Ciências Sociais da UNIFAP*, Vol. 10, Nº 1, pp. 21-33. Disponível em: **<https://periodicos.unifap.br/index.php/pracs/article/view/2843/dinav10n1>**

Rego, A. & Cunha, M. P. (2009). *Manual de Gestão Transcultural de Recursos Humanos*. Editora RH, Lisboa.

Reisinger, I. (2009). *International Tourism – Cultures and Behaviour*. New York: Elsevier.

Silva, S. (2013). *Turismo Interno – uma visão integrada*. Lisboa: Lidel – Edições Técnicas.

Tribe, J. (2011). *The Economics of Recreation, Leisure, and Tourism*, 4th ed. Oxford: Elsevier.

Trigo, L. G. G. (2012). Os novos clusters abertos de entretenimento. In M. C. Beni (Coord.), *Turismo – Planejamento Estratégico e Capacidade de Gestão. Desenvolvimento Regional, Rede de Produção e Clusters* (pp. 345-364). São Paulo: Editora Manole.

Turismo de Portugal, I.P. (2020) *Plano Turismo + Sustentável 20-23*. Acedido em 28.10.2020, em **<https://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Paginas/plano-turismo-sustentavel-20-23.aspx>**

UNWTO - World Tourism Organization (2019), *The Future of Work and Skills Development in Tourism – Policy Paper*, Madrid: UNWTO, DOI: **<http://doi.org/10.18111/9789284421213>** (16.12.2019)

Em tempos de pandemia: carga de trabalho e saúde mental dos trabalhadores do Turismo

Kerley Santos Alves

Universidade Federal de Ouro Preto

kerleysantos@yahoo.com.br

Resumo

Esta comunicação tem como objetivo compreender a percepção dos trabalhadores do Turismo sobre o sofrimento psíquico e sua relação com a carga de trabalho no contexto da pandemia causada pelo vírus. Como suporte teórico foram priorizados os estudos de Christophe Dejour na Psicodinâmica do trabalho e os estudos de Mendes e Ferreira com a aplicação do questionário Inventário sobre o Trabalho e Risco de Adoecimento (ITRA). A abordagem metodológica é de caráter descritivo e para a coleta de dados utilizou-se o questionário ITRA à 150 trabalhadores de cada uma das áreas estudadas, agentes de viagem e trabalhadores dos meios de hospedagem. Além da realização de 10 entrevistas com participantes selecionados à partir da aplicação do questionário. A técnica de interpretação dos resultados foi a escala Likert. Pôde-se constatar que os trabalhadores do turismo estão inseridos em um contexto de demasiados desafios, múltiplas exigências cognitivas e aspectos de sofrimento físico e psíquico. Com a situação de pandemia ficou evidenciada ainda mais, a precariedade estrutural do trabalho no turismo. Trabalhadores que são predominantemente mal pagos, pouco qualificados e cada vez mais sobrecarregados. As descobertas desta pesquisa permitem o planejamento estratégico para o aumento do prazer dentro do ambiente de trabalho já que compreende os efeitos de prazer e sofrimento desses profissionais. A análise de como se processam é determinante para a prevenção do adoecimento, nesse momento deve ser secundária e terciária a fim de desenvolver estratégias de enfrentamento. Contudo, a pouca visibilidade desse aspecto implica sua pouca valorização no âmbito das empresas e nas políticas públicas no novo cenário mundial que se apresenta.

Palavras-chave

Pandemia COVID-19, turismo, saúde mental, trabalhadores.

Abstract

This communication aims to understand the perception of tourism workers about psychological suffering and its relationship with the workload in the context of the pandemic caused by the virus. Theoretical support was given to studies by Christophe Dejour in Psychodynamics at work and studies by Mendes and Ferreira with the application of the Inventory on Work and Illness Risk (ITRA) questionnaire. The methodological approach is descriptive and for data collection, the ITRA questionnaire was used with 150 workers from each of the areas studied, travel agents and workers from the lodging facilities. In addition to conducting 10 interviews with participants selected from the application of the questionnaire. The technique for interpreting the results was the Likert scale. It was found that tourism workers are inserted in a context of too many challenges, multiple cognitive demands and aspects of physical and psychological suffering. With the pandemic situation, the structural precariousness of work in tourism became even more evident. Workers who are predominantly underpaid, low skilled and increasingly overworked. The findings of this research allow strategic planning to increase pleasure within the work environment as it understands the effects of pleasure and suffering of these professionals. The analysis of how they are processed is decisive for the prevention of illness, at that moment it must be secondary and tertiary in order to develop coping strategies. However, the low visibility of this aspect implies its low valuation in the scope of companies and public policies in the new world scenario that is presented.

Keyword

Pandemic COVID-19, tourism, mental health, workers.

Introdução

“Quando o trabalho é um prazer, a vida é uma alegria. Quando o trabalho é um dever, a vida é uma escravidão”. (Makim Gorki)

O mundo do trabalho no Turismo e na Hospitalidade está sendo profundamente afetado pela pandemia de uma doença infecciosa, a COVID-19¹, traz consigo uma série de mudanças espaço-temporal à exposição do sujeito. Alguns setores sofrem, drasticamente, os efeitos da crise e da dinâmica social adotada para a contenção da doença no país, os segmentos de serviços, comércio e turismo são os mais afetados de imediato. De acordo com a Organização Internacional do Trabalho (OIT,2020), 1,25 bilhão de trabalhadores, dois quintos do total de 3,3 bilhões, estão em setores muito atingidos pela pandemia, como comércio, turismo, gastronomia e serviços em geral. Essa situação de instabilidade sem precedentes emerge como motivo para cortes e medidas excepcionais efetivadas pelas empresas, com reduções devastadoras. A despeito disso, está o enfrentamento por parte de trabalhadores quanto a possível perda de emprego, aumento da carga horária de trabalho, redução da renda e intensificação da desproteção dos direitos trabalhistas. Neste cenário, esses trabalhadores e trabalhadoras, estão susceptíveis a experimentar ansiedade e um sentimento generalizado de insegurança, relativamente à sua situação laboral.

Esta comunicação tem como objetivo compreender a percepção dos trabalhadores do Turismo sobre o sofrimento psíquico e sua relação com a carga de trabalho no contexto da pandemia.

Trata-se de uma pesquisa descritiva de abordagem quanti- qualitativa que teve como arcabouço alguns dos métodos que têm orientação epistemológica: a Enquete Operária de Marx, as contribuições do Modelo Operário Italiano de luta pela saúde² e os pressupostos da Psicodinâmica do trabalho os estudos de Christophe Dejours (1992) . A despeito disso, não se ignoram outras opções metodológicas e técnicas

¹ Doença causada pelo coronavírus SARS-CoV-2, que apresenta um quadro clínico que varia de infecções assintomáticas a quadros respiratórios graves. A maioria dos pacientes com COVID-19 (cerca de 80%) podem ser assintomáticos e cerca de 20% dos casos podem requerer atendimento hospitalar por apresentarem dificuldade respiratória e desses casos aproximadamente 5% podem necessitar de suporte para o tratamento de insuficiência respiratória (suporte ventilatório). Organização Mundial de Saúde (OMS, 2020).

² Modelo Operário Italiano (MOI), cujo principal autor foi Ivar Oddone. Sua ênfase estava em redescobrir a experiência dos trabalhadores para a compreensão e mudança das nocividades do ambiente laboral. É uma psicologia que convoca os trabalhadores como agentes de transformação e dá centralidade à sua subjetividade no processo de avaliação dos riscos do trabalho.

disponíveis, com algumas das quais há, inclusive, interfaces. Trata-se, portanto, de uma análise pautada tanto nos enfoques teóricos e psicossociológicos identificados nas respostas dos participantes da pesquisa, agentes de viagem e trabalhadores dos meios de hospedagem. Para tanto, foram realizadas: pesquisa bibliográfica e aplicação de questionários via Google forms do Inventário de Trabalho e Riscos de Adoecimento” (ITRA) à 150 trabalhadores de cada uma das áreas estudadas totalizando 300 questionários. Posteriormente, foi feito o convite a esses respondentes, de modo espontâneo, aportaram 10 entrevistas em profundidade. Desse modo, a investigação contempla trabalhadores das áreas do chamado núcleo das Áreas Características do Turismo (ACT’s) nas dimensões e relações entre o contexto do trabalho, os processos de trabalho, o sofrimento, o prazer e também os danos físicos, psíquicos e sociais acarretados pelo mesmo. Estas dimensões fazem parte do Inventário de Trabalho e Riscos de Adoecimento – ITRA, proposto por Mendes (2007) e adotado no âmbito deste estudo.

Turismo, Trabalho e a Pandemia

Sabe-se que setor mundial do turismo e da hospitalidade é muito afetado pelas pandemias, devido à natureza dos negócios, relacionada às viagens e ao deslocamento das pessoas.

A história evidencia que epidemias e pandemias têm um impacto imediato nos meios de hospedagem, restaurantes, empresas aéreas, agências de viagens etc., devido às restrições internacionais de viagens e medidas governamentais. A velocidade com que tudo aconteceu durante a pandemia de Covid-19 é contrastada pelas severas medidas que paralisaram as viagens. Isso deu origem a um aumento no número de empresas que foram obrigadas a “fechar as portas”. Esses impactos são distintos a depender dos setores. A OIT (2020), fixou uma classificação dos segmentos por riscos; no topo, com maior potencial de perda estão atividades relacionadas à alojamento, alimentação, comércio em geral e serviços administrativos e de apoio. Assim, meios de hospedagem, restaurantes, operadores turísticos, companhias aéreas e cruzeiros navios suspenderam suas operações. De outro modo, empresas sobreviventes, trabalham com equipes reduzidas e continuarão a enfrentar os desafios, diante de uma provável recuperação lenta.

Sob este ponto de vista, é a própria relação dialética com o conflito entre mercado, natureza e cultura, na repetição, na elaboração e na superação destes impasses por

meio da ruptura, da estagnação. Os locais turísticos que apenas há alguns meses estavam cheios de visitantes, agora estão assustadoramente desertos, cenário que tem suscitado perguntas sobre o fim do turismo.

Contudo, algo é permanente diante das mudanças e incertezas, as condições de precarização do trabalho no setor do turismo e da hospitalidade; se elas já apresentavam problemas diversos, como alta rotatividade, condições insalubres de trabalho, carga horária extensa e irregular, além de pouco ou nenhum investimento na qualidade de vida dos trabalhadores.

O conceito de precariedade decorre da teoria do trabalho precário desenvolvido por Hardt e Negri e outros como uma ferramenta analítica para explorar a condição de trabalho no desenvolvimento capitalista contemporâneo (Negri e Hardt, 2000; Negri e Hardt, 2005; Lazzaratto, 2006; Standing, 2011). Assim, cabe retomar e descrever de modo mais abrangente o conceito de trabalho, Tittoni (1994), envolvendo as seguintes perspectivas:

- a) a mitológica, segundo o qual o trabalho era considerado um castigo ou um ato de bravura como, respectivamente, no caso do Mito de Sísifo e na lenda dos doze trabalhos de Hércules.
- b) a lexicográfica, em que a diversidade de sentidos adquire diferentes matizes, o trabalho implica uma relação do homem com a natureza nas diversas situações cotidianas
- c) a marxista, em que, através do conceito de trabalho alienado, este adquire função vital que coloca ao mesmo tempo a transformação da natureza e do próprio ser humano enquanto ser genérico. Esta ideia de atividade vital é a base para a formulação do trabalho alienado, posto que este seja a separação da força de trabalho do produto do trabalho pelo capitalista.
- d) a freudiana, segundo a qual o trabalho representa um meio de relação do indivíduo com a natureza, de forma a constituir-se através de um processo de busca de prazer e evitação do sofrimento.

De acordo com Figaro (2008) o mundo do trabalho é constituído por uma categoria ampla, difusa, com certa complexidade e se caracteriza e tem fundamento na sociedade, uma vez que esta é um local privilegiado que acomoda grande parte da atividade humana. Portanto, a organização do trabalho implica também o enfoque nos trabalhadores:

[...] fatores que englobam e colocam em relação à atividade humana de trabalho, o meio ambiente em que se dá a atividade, as prescrições e as normas que regulam tais relações, os produtos dela advindos, os discursos que são intercambiados nesse processo, as técnicas e tecnologias que facilitam e dão base para que a atividade humana do trabalho se desenvolva [...]. Ou seja, é um mundo que passa a existir a partir das relações que nascem motivadas pela atividade humana de trabalho e simultaneamente conformam e regulam tais atividades (FIGARO, 2008, p. 92).

Quanto aos aspectos relativos aos processos de saúde-doença no trabalho de acordo com Alves (2016) foram destacadas as pesquisas de Wisner (1994), Schwartz (1996), Codo (2002), Borsoi (2002), Blanch (2003, 2009), Gaulejac (2005), Araújo (2008, 2010, 2012), Cunha (2014). Esses trabalhos apresentam abordagens críticas sobre os efeitos da relação trabalho e saúde e contribuem para o entendimento do sofrimento das pessoas no trabalho. Essas pesquisas mostram, todavia, que esse sofrimento existe exatamente pela centralidade que o trabalho ocupa na organização da identidade e na construção dos sujeitos contemporâneos. Guerin LaVille, Daniellou, Duraffourg e Kerguelen (2001), consideram que devido a complexidade das relações entre trabalho e saúde, o estado de saúde de um trabalhador não deve ser considerado independente de sua atividade profissional. Especificamente, o trabalho no turismo para Alves (2018), reflete a individualização ou isolamento, condições inadequadas de trabalho, falta de investimento na carreira e baixa remuneração, passando pelo controle do tempo ou da organização do trabalho, além de evidentemente, expor o trabalhador a risco psicológico decorrentes das frustrações físicas e psicológicas na profissão, quando se percebem impotentes para superar tais fatores. Em estudo realizado por Martoni e Alves (2019), envolvendo as áreas características do turismo (ACT's) [hospedagem ou alojamento; agenciamento; guiamento], os autores destacam que o desgaste físico e mental, causado tanto pelas condições de trabalho como por sua organização, se reflete de modo significativo na vida, na satisfação e no desempenho dos trabalhadores estudados, tanto no *front* quanto no *back office*. Mondo (2019) defende que, devido às características do setor de serviços (intangibilidade, inseparabilidade entre produção e o consumo, heterogeneidade e perecibilidade), “prestar o serviço de maneira a buscar a satisfação do cliente tornou-se algo obrigatório dentro do mercado e o foco no cliente tem sido cada vez mais essencial para a busca do diferencial competitivo” (Mondo, 2019, p.16). Alves (2016) afirma que a nova morfologia social do trabalho implica a “captura” da subjetividade do trabalhador assalariado, a redução do trabalho vivo

à força de trabalho como mercadoria e também na dessubjetivação de classe. Dessa feita, Alves (2016) enfatiza o desafio aos trabalhadores do turismo e a necessidade de extrapolar a ideologia de que o turismo atua apenas como fonte de divisas, que gera emprego e renda para o lugar, e para isso é necessário que os trabalhadores sejam hospitaleiros, leia-se, em situações cotidianas, “servilismo, submissão e controle”. O próximo tópico traz reflexões sobre a atividade do trabalho no turismo diante da pandemia, bem como seus desdobramentos para trabalhadoras e trabalhadores.

A saúde dos trabalhadores do turismo no exercício das atividades laborais e a exposição ao Coronavírus

A carga de trabalho é a relação entre as exigências do trabalho e os recursos que se pode lançar mão, individualmente e coletivamente, é possível fazer amplo mapa de ações que podem impactar a saúde mental dos trabalhadores de Turismo nesses tempos difíceis de Coronavírus. Face às modificações do próprio trabalho, em especial com efeitos diretos no setor de serviços e com o amplo emprego das tecnologias no cenário pandêmico, o trabalho se abre à proeminência dos componentes cognitivos, psíquicos e afetivos da carga de trabalho. Nesse contexto de incerteza que aparece o desgaste físico e psíquico, o sofrimento ou mesmo alguns sintomas de adoecimento que têm nexos claros, também, com a organização da atividade, seja nas relações e nas condições de trabalho. Em suas atividades, o trabalhador engaja continuamente sua inteligência, seu corpo e seu psiquismo. Estas três instâncias são ameaçadas, também, no exercício das atividades do turismo e da hospitalidade.

Em tempos de COVID-19, o medo é muito presente as informações sobre como se proteger e como evitar transmitir o vírus são fundamentais. Traduzir noções de biossegurança no nível mais simples para as pessoas com baixa escolaridade; fornecer as condições objetivas de segurança com Equipamentos de Proteção Individual para todos os grupos de trabalhadores da segurança, da limpeza, médicos, são exemplos de ações que podem minimizar o medo. Para entender as repercussões psicológicas e psiquiátricas de uma pandemia, as emoções envolvidas, como medo e raiva, devem ser consideradas pois pode representar um componente primordial para desencadear distúrbios psiquiátricos. No contexto da pandemia, o medo aumenta os níveis de ansiedade e estresse em sujeitos saudáveis, conforme explicitado em alguns relatos de agentes da viagem e meios de hospedagem aqui apresentado respectivamente, pelas siglas A e MH:

MH1: O pior de tudo é a insegurança, eu tenho tido palpitação, vivo em total ansiedade imaginando o dia que o gerente vai convocar uma reunião com todos para comunicar a demissão em massa.

MH2: Eu estou na rua, toda a empresa foi desligada. Previamente, não se falava em demissão alguma, até porque, falaram que a ideia não era demitir ninguém.

MH3: Estamos sobrecarregados, a pressão é muito grande de todos os lados, tenho insônia desde o início disso tudo (pandemia).

MH4: A equipe está reduzida e ao contrário do que podem pensar, aqui houve um aumento da ocupação, o trabalho aumentou.

MH5: Temos os protocolos mas o tempo todo há situações inesperadas que surgem e ficamos tensos, “é se virar nos 30’.

A1: Dor na coluna fico o dia todo no computador , abstinência de sono, stress.

A2: Sintomas de depressão.

A3: Não acreditava que pudesse chegar a esse ponto, sem trabalho e sem esperança, só consigo chorar.

A4: Estou em casa, trabalhando remotamente e sem esperança.

A5: A criatividade ainda precisa ser usada por nós, vejo algumas possibilidades de venda, a questão é a incerteza de tudo mas existe demanda.

Tais fragmentos, além da relação trabalho e saúde no contexto da pandemia, ressaltam aspectos relativos aos custos cognitivo, físico e psíquico do trabalho, o esgotamento profissional na rotina laboral no contexto da pandemia. Mais adiante mostraremos como esses experimentam ansiedade e um sentimento generalizado de insegurança, relativamente à sua situação laboral à partir de dados coletados por meio da aplicação do “Inventário de Trabalho e Riscos de Adoecimento” (ITRA). O ITRA é um instrumento auxiliar de diagnóstico de indicadores críticos no trabalho e tem como objetivo mensurar distintas e interdependentes modalidades de representações dos respondentes, relativas ao mundo do trabalho. Essas representações se estruturam em quatro categorias que são avaliadas por quatro escalas conforme descrito por (Mendes, 2007, p.114-123). Para este mesmo autor os resultados de análise dos fatores são obtidos por meio da média:

- a) **Escala de Avaliação do Contexto de Trabalho (EACT) e Escala de Custo Humano no Trabalho (ECHT):** Avaliação negativa e grave (Acima de 3,7); Avaliação moderada, crítica Entre 2,3 e 3,7); Avaliação mais positiva, satisfatório (Abaixo de 2,3).
- b) **A escala de Indicadores de Prazer e Sofrimento no Trabalho (EIPST):** Avaliação mais positiva e satisfatória (Acima de 4); Avaliação mais moderada, crítica (entre 3,9 e 2,1); Avaliação raramente é grave (Abaixo de 2,0). Nesta categoria quanto mais altos mais positivos serão os valores, diferentemente do sofrimento, menores os valores mais positivos são os resultados.
- c) **Escala de Avaliação dos Danos Relacionados ao Trabalho (EADRT)** são escalas de sete pontos: Avaliação mais negativa, presença de doenças ocupacionais (Acima de 4,1); Avaliação moderada para frequente, grave (Entre 3,1 e 4,0); Avaliação moderado, crítico (Entre 2,0 e 3,0); Avaliação mais positiva, suportável (Abaixo de 1,9).

A técnica de interpretação dos resultados foi a escala Likert. A escala é de 5 pontos, onde 1=nunca, 2=raramente, 3=às vezes, 4=frequentemente, 5=sempre. É construída com itens negativos, devendo sua análise ser feita por fator e com base em três níveis diferentes, considerando um desvio padrão em relação ao ponto médio

Com relação aos perfis dos participantes observa-se que a maior parte da pesquisa foi respondida por indivíduos do sexo feminino nas duas áreas, agências de viagem e meios de hospedagem apresentados nos gráficos 1 e 2.

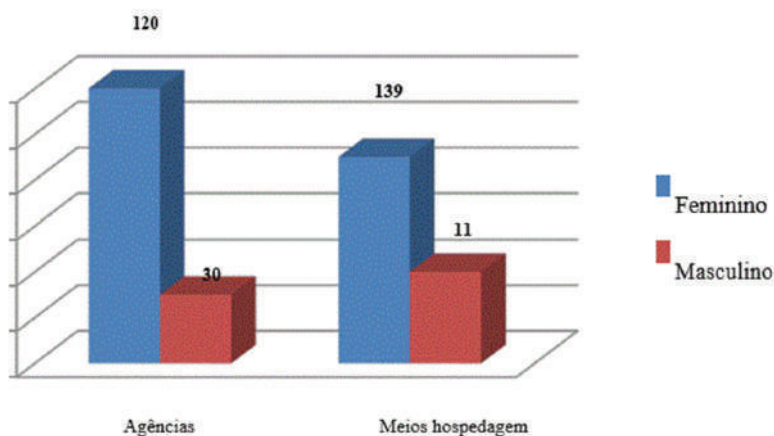


Gráfico 1. Distribuição por gênero - n (150). **Fonte:** dados da pesquisa 2020/2021.

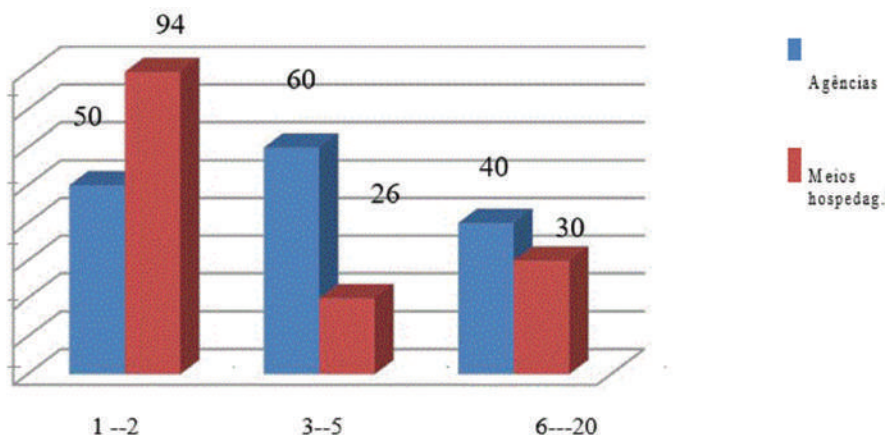


Gráfico 2. Distribuição por tempo de serviço (anos) - n (150) . **Fonte:** dados da pesquisa 2020/2021.

O perfil demográfico ocupacional foi caracterizado em: faixa etária predominante de 31 a 35 anos; composto por gênero feminino; a graduação é a escolaridade mais prevalente; o estado civil mais constante é solteiro nas duas áreas estudadas. Contudo, o tempo no cargo com maior constante nas agências de viagem é entre 3 a 5 anos e nos meios de hospedagem é entre 1 a 2 anos com base nas respostas dos participantes. Os resultados encontrados permitiram que fossem sistematizados em uma tabela comparativa os dados obtidos pelo ITRA respondidos por trabalhadores das duas áreas agências de viagem e meios de hospedagem. A Tabela 1 apresenta um comparativo das duas áreas estudadas, (agências de viagem e meios de hospedagem) baseando-se nas 4 escalas apresentadas no tópico metodologia.

- Escala de Avaliação do Contexto de Trabalho (EACT);
- Escala de Custo Humano no Trabalho (ECHT);
- Escala de Indicadores de Prazer-sofrimento no Trabalho (EIPST);
- Escala de Avaliação dos Danos Relacionados ao Trabalho (EADRT).

Tabela 1. Resultado do ITRA em relação ao comparativo dos quesitos avaliados por trabalhadores das duas áreas agências de viagem e meios de hospedagem, 2020/2021.

Escala de Avaliação do Contexto de Trabalho	Classificações		Médias	
	Agências	Meios de hospedagem		
Organização	Crítico	Crítico	2,8	3,3
Relações Socioprofissionais	Crítico	Crítico	2,4	2,9
Condições de trabalho	Crítico	Grave	3,0	3,8
Escala de Custo Humano do Trabalho				
Custo emocional	Satisfatório	Satisfatório	2,0	2,1
Custo Cognitivo	Crítico	Crítico	3,4	3,5
Custo físico	Satisfatório	Suportável	1,7	1,8
Escalas de Indicadores de Prazer e Sofrimento no Trabalho				
Liberdade de Expressão	Satisfatório	Satisfatório	4,8	4,6
Realização	Satisfatório	Crítico	4,1	3,7
Esgotamento emocional	Grave	Grave	2,4	3,7
Reconhecimento	Satisfatório	Satisfatório	2,0	1,9
Escala de Avaliação de Danos relacionados ao Trabalho				
Danos físicos	Suportável	Crítico	1,9	2,4
Danos sociais	Suportável	Suportável	1,2	1,6
Danos psíquicos	Crítico	Grave	2,3	3,6

Fonte: dados da pesquisa 2020/2021.

A primeira escala avaliada é: Contexto de Trabalho (EACT); De acordo com os dados analisados, o contexto de trabalho no turismo no decorrer da pandemia é preocupante, composto por: Organização, Relação socioprofissionais e Condições de trabalho, os quesitos da análise vão de crítico a grave conforme dados dos gráficos 3, 4 e 5.

Cabe destacar que sobre Organização do trabalho foi identificado que o ritmo de trabalho é excessivo, as tarefas são cumpridas sob pressão de prazos, existe forte cobrança por resultados, as normas para execução das tarefas são rígidas, existe fiscalização do desempenho, o número de pessoas é insuficiente para realizar as tarefas, Ademais existe divisão entre quem planeja e quem executa, as tarefas são repetitivas, falta tempo para realizar pausas de descanso no trabalho, as tarefas executadas sofrem descontinuidade.

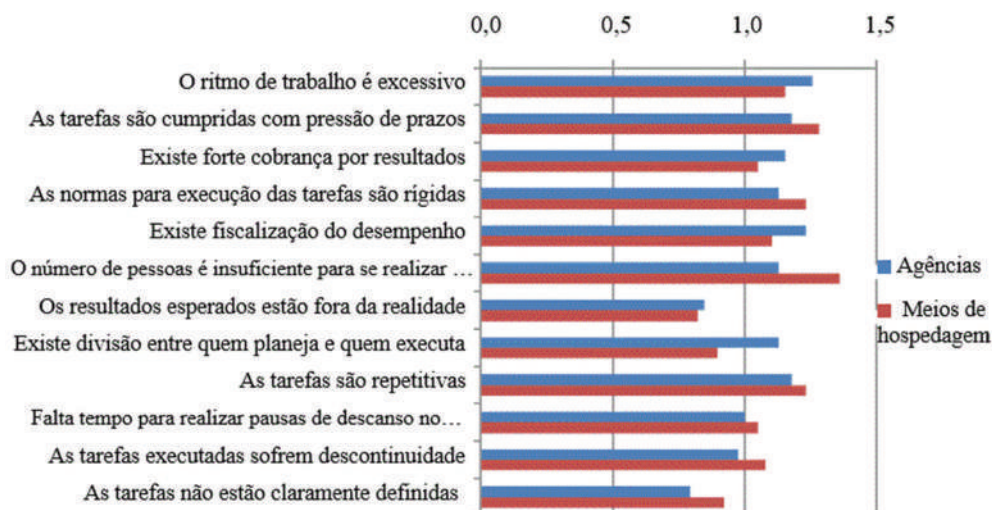


Gráfico 3. Organização do Trabalho - n (150)
 (A média analisada por item é >3,7 grave, 2,3 a 3,7 Crítico e <2,3 Satisfatório)
 Fonte: dados da pesquisa 2020/2021.

No que tange as relações socioprofissionais os itens analisados foram as tarefas não estão claramente definidas, a autonomia é inexistente, a distribuição das tarefas é injusta, os funcionários são excluídos das decisões.

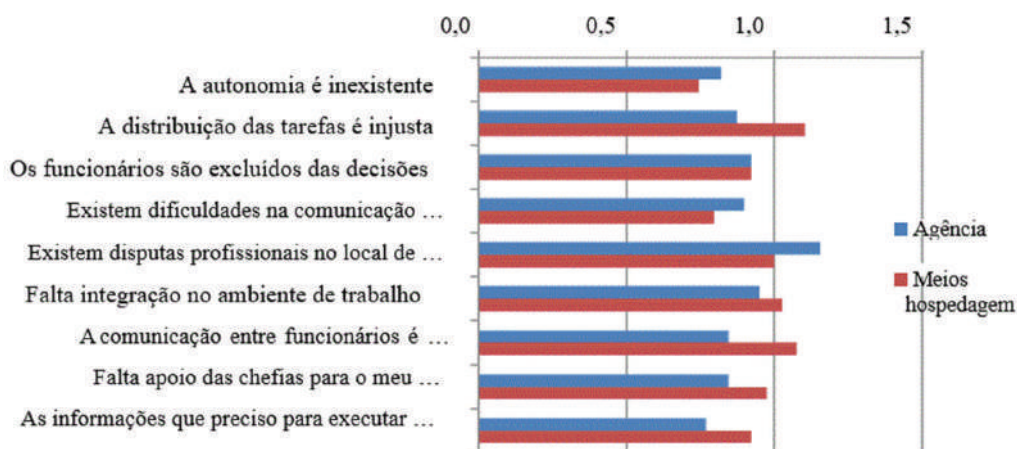


Gráfico 4. Relações Socioprofissionais - n (150)
 (A média analisada por item é >3,7 grave, 2,3 a 3,7 Crítico e <2,3 Satisfatório)
 Fonte: dados da pesquisa 2020/2021.

Ficou evidente as dificuldades na comunicação entre chefia e subordinados, além das disputas profissionais no local de trabalho, falta integração no ambiente de trabalho ou seja, a comunicação entre funcionários é insatisfatória, além da falta apoio das chefias para o desenvolvimento profissional.

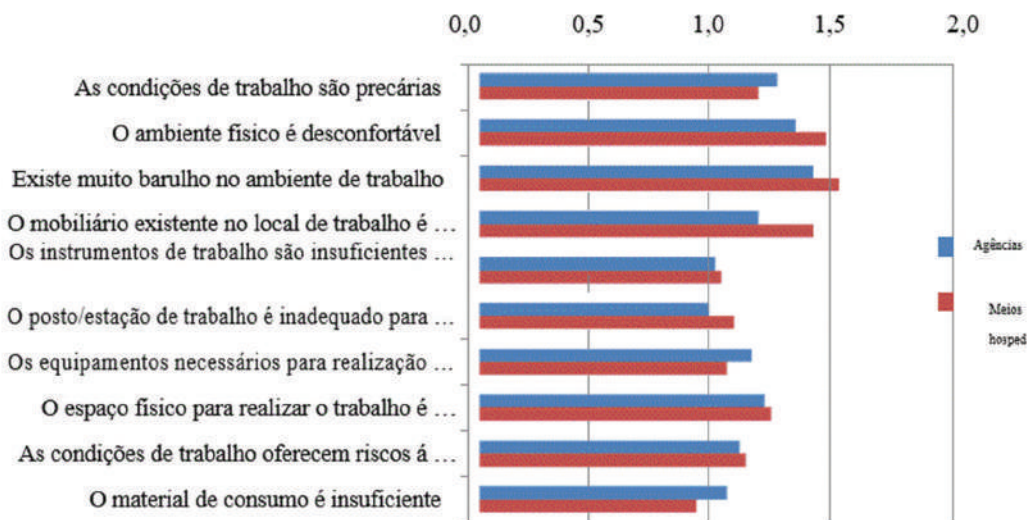


Gráfico 5. Condições de Trabalho - n (150)
 (A média analisada por item é >3,7 grave, 2,3 a 3,7 Crítico e <2,3 Satisfatório)
Fonte: dados da pesquisa 2020/2021.

Os itens avaliados sobre Condições de Trabalho são: condições de trabalho precárias, o ambiente físico é desconfortável, existe muito barulho no ambiente de trabalho, o mobiliário existente no local de trabalho é inadequado, os instrumentos de trabalho são insuficientes para realizar as tarefas, o posto/estação de trabalho é inadequado para realizar as tarefas, os equipamentos necessários para realização das tarefas são precários, o espaço físico para realizar o trabalho é inadequado, as condições do trabalho oferecem riscos à segurança as pessoas, o material de consumo é insuficiente. Dentre esses itens mencionados notamos que são questões básicas para uma pessoa desenvolver de forma segura e confortável seu trabalho. Nas exigências do trabalho que é a segunda escala avaliada composta por 3 itens: Custo Emocional, Custo Cognitivo e Custo Físico observa-se que na percepção dos participantes da pesquisa se destaca o custo cognitivo com média crítica nas duas áreas conforme mostra o gráfico 6.

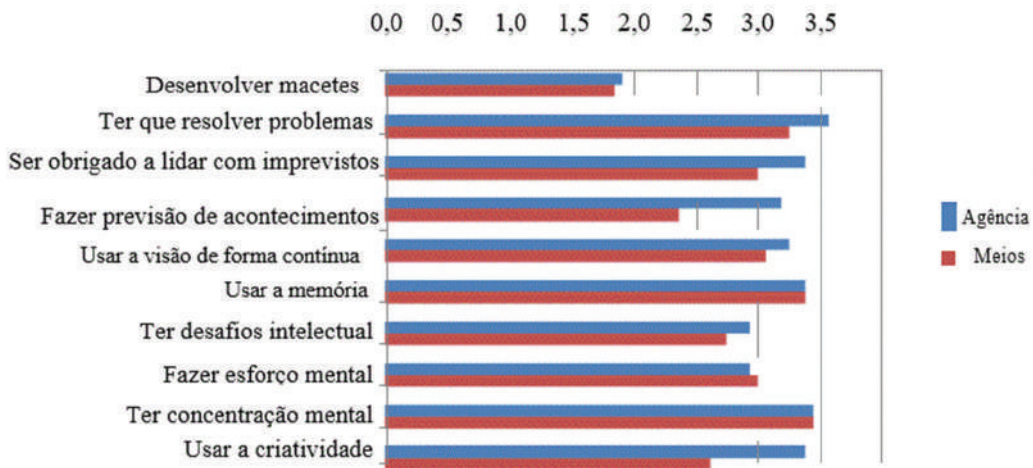


Gráfico 6. Custo Cognitivo - n (150)
 (A média analisada por item é >3,7 grave, 2,3 a 3,7 Crítico e <2,3 Satisfatório)
Fonte: dados da pesquisa 2020/2021.

Sobre o custo cognitivo, os tópicos são: desenvolver macetes, ter que resolver problemas, ser obrigada a lidar com imprevistos, fazer previsão de acontecimentos, usar a visão de forma contínua, usar a memória, ter desafios intelectuais, fazer esforço mental, ter concentração mental, usar a criatividade. O sofrimento no trabalho por meio da noção de “carga psíquica”, se refere aos elementos afetivos e relacionais da carga mental no trabalho, onde a carga mental compreende fenômenos de ordem neurofisiológica e psicológica (Dejours, 1994).

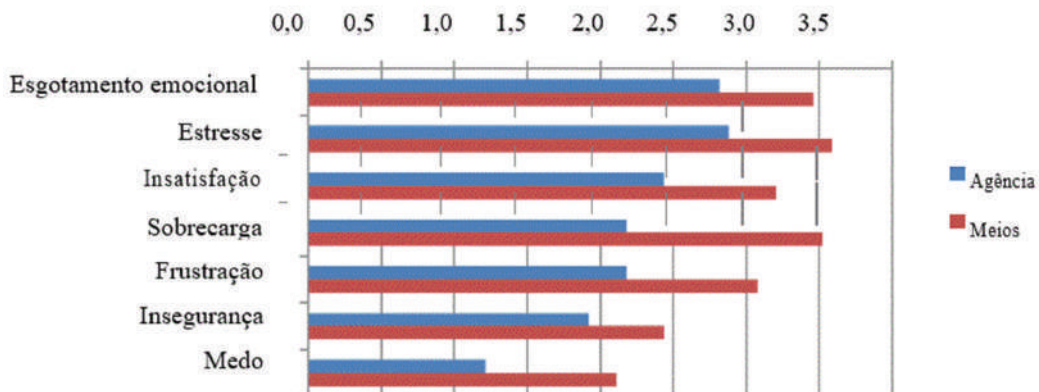


Gráfico 7. Esgotamento Emocional - n (150)
 (A média analisada por item é >3,7 grave, 2,3 a 3,7 Crítico e <2,3 Satisfatório)
Fonte: dados da pesquisa 2020/2021.

Se o trabalho permite o alívio da carga psíquica, é um instrumento de equilíbrio e fonte de prazer para o trabalhador; caso contrário, o trabalho dá origem ao sofrimento e à patologia. O Esgotamento emocional é composto por questões como: estresse, insatisfação, sobrecarga, frustração, inseguranças e medo, conforme gráfico 7. As médias dos quatro fatores mencionados sinalizam para situação crítica, mostrando assim que é preciso investigar em profundidade os motivos e possibilidades de intervenção. Na próxima escala avaliada destaca-se o tópico danos físicos (dores no corpo, dores nos braços, dor de cabeça, distúrbios respiratórios, distúrbios digestivos, dores nas costas, distúrbios auditivos, alterações de apetite, distúrbios na visão, alterações do sono, dores nas pernas, distúrbios circulatórios) e danos psíquicos (amargura, sensação de vazio, sentimento de desamparo, mau-humor, vontade de desistir de tudo, tristeza, irritação com tudo, sensação de abandono, solidão), também com médias crítica e grave, respectivamente, para agentes de viagem e trabalhadores dos meios de hospedagem. Sabe-se que esses itens apresentados tem alta relação com o processo de adoecimento e as especificidades do trabalho desenvolvido, sobretudo no contexto da pandemia.

Considerações Finais

O cenário que se desenha não é favorável para o turismo, em especial, para os trabalhadores e trabalhadoras. Os relatos e as respostas de profissionais das agências de viagem e meios de hospedagem ao ITRA consubstanciaram os esforços empreendidos para conhecer as percepções dos trabalhadores do turismo e suas experiências no cotidiano do trabalho e nas situações de saúde e/ou adoecimento. O instrumento traçou um perfil de alguns fatores que podem interferir no processo de adoecimento no trabalho. Esses fatores são representações do contexto de trabalho, exigências (físicas, cognitivas e afetivas) e danos. Com a situação de pandemia ficou evidenciada uma precariedade estrutural para o turismo, trabalhadores que são predominantemente mal pagos, pouco qualificados e cada vez mais sobrecarregados. Com a análise dos dados, foi evidenciada a necessidade de pensar em intervenções nos fatores que se apresentaram críticos/graves entre eles estão organização do trabalho, os custos cognitivo e físico do trabalho, o esgotamento profissional, a falta de reconhecimento e os danos psíquicos da rotina laboral. Pôde-se constatar que os trabalhadores do turismo estão inseridos em um contexto de demasiados desafios, múltiplas exigências cognitivas e aspectos de sofrimento físico e psíquico.

Com a situação de pandemia ficou ainda mais evidenciada a precariedade estrutural do trabalho no turismo e na hospitalidade. Trabalhadores que são predominantemente mal pagos, pouco qualificados e cada vez mais sobrecarregados. As descobertas desta pesquisa permitem o planejamento estratégico para o aumento do prazer no ambiente de trabalho, já que compreende os efeitos de prazer e sofrimento desses profissionais. A análise de como se processam é determinante para a prevenção do adoecimento. Contudo, a pouca visibilidade desse aspecto implica sua pouca valorização no âmbito das empresas e nas políticas públicas.

Neste momento da pandemia, os trabalhadores experimentam mais insegurança no emprego e a percepção de uma carga de trabalho aumentada, com as equipes reduzidas há menor apoio social dos colegas, mesmo com os protocolos há o enfrentamento diário do medo da infecção e de perder o emprego, a solidão e o estigma por estarem na linha de frente com a impossibilidade do distanciamento social ou até mesmo por terem sido desligados das empresas. Com foco na prevenção e na discussão de ações de promoção da saúde do trabalhador no contexto da pandemia e para além disso, as intervenções nas empresas podem ser primárias (redução de estressores), secundárias (redução de estresse percebido pelo indivíduo e estratégias de enfrentamento) e terciárias (redução das consequências de longo prazo relativas ao adoecimento e a reinserção dos trabalhadores). No caso da pesquisa com trabalhadores de agências de viagem e meios de hospedagem, a maior atuação nesse momento deve ser na prevenção secundária e terciária, a fim de desenvolver estratégias de enfrentamento e preparar as empresas e os trabalhadores para esse novo cenário mundial que se apresenta. Como indicações para futuros estudos poderiam ser ampliadas as pesquisas com um maior número de participantes e também expandir para outras áreas características do Turismo.

Referências Bibliográficas

Alves, K. S. (2018). Trabalhar no turismo: entre afetos e (in)potências de agir. *Ateliê do turismo*, v. 1, p. 16-30, 2018.

Alves, K. S.; Araujo, J. N. G. (2016). *The Interface Between Work and Health in the Craft of Tour Guides*. Journal of tourism management research.

Araújo, J. N. G. (2008). de. *Entre servidão e sedução do trabalhador: uma secular insistência do capital*. In: MENDES, A. M.(Org.). Trabalho e saúde: o sujeito entre emancipação e servidão. Curitiba: Juruá.

Blanch, J. M. (2003) *Trabajar em la modernidad industrial*. In: Blanch, J. M.; Durán, C. Gala. Teoría de las relaciones laborales: Fundamentos. Barcelona: Editorial UOC.

Blanch, J. M.; Stecher, (2009) A. *La empresarización de servicios públicos y sus efectos colaterales. Implicaciones psicosociales de la colonización de universidades y hospitales por la cultura del nuevo* 132. *Cadernos de Psicología Social do Trabalho*, 2013, v. 16, n. 1, p. 119-133, capitalismo. In: Wittke, T.; melogno, P. (Eds.). *Psicología y organización del trabajo: producción de subjetividad en la organización del trabajo*. Montevideú: Psicolibros.

Borsoi, I. C. F. (1943). *Os sentidos do trabalho na construção civil: o esforço alegre, sem a alegria do esforço*. In: Jacques, M. G.; Canguilhem G. *Le normal et le pathologique*. Paris: Presses Universitaires de France.

Cunha, D. M. (2014). Ergologia e psicossociologia do trabalho: desconforto intelectual, interseções conceituais e trabalho em comum. *Cad. Psicol. Soc. Trab.*, São Paulo.

Dejours, C. (1992). *A loucura do trabalho: estudo de psicopatologia do trabalho*. São Paulo: Cortez-Oboré.

Figaro, R. (2008) *Atividade de Comunicação e de Trabalho* Ver. Trabalho, Educação e Saúde.

Guérin F., Laville, A., Daniellou, F., Duraffourg, J., & Kerguelen, A. (2001). *Comprender o trabalho para transformá-lo. A prática da Ergonomia*. São Paulo: Edgard Blücher

Lazzarato, M. (1993). *Le concept de travail immatériel; la grande entreprise*. Future Antérieur Paris: L'Harmattan.

Martoni, R.M. & Alves, K. dos S. (2019) *As condições da classe trabalhadora em atividades características do turismo: especificidades e tendências socioproductivas*. *Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade*, 11(1), pp. 211-223, jan-mar, 2019,

Mendes, A. M. (2007). *Pesquisa em psicodinâmica do trabalho: a clínica do trabalho*. In *Psicodinâmica do trabalho: teoria, método e pesquisas*. São Paulo: Casa do Psicólogo.

Negri, A., Hardt, M. *Labour of Dionysus*. University of Minnesota Press, (1984).

Negri, A (1991). *Valeur-travail: crise et problèmes de reconstruction dans le post-moderne*. Future Antérieur n° 10. Paris: L'Harmattan.

Schwartz, Y. (2000): *Travail et gestion niveaux, critères, instances*. *Revue Performances Humaines et Technique*, hors-série. Paris: Octares.

Shultz JM, Cooper JL, Baingana F, Oquendo MA, Espinel Z, Althouse BM, et al. (2016). *O papel dos comportamentos relacionados ao medo no surto da doença do vírus ebola da África Ocidental em 2013-2016*. *Curr Psychiatry Rep*.

Tittoni, J. (1994). *Subjetividade e trabalho*. Porto Alegre: Ortiz.

Wang Y, McKee M, Torbica A, Stuckler D. (2019). *Revisão sistemática da literatura sobre a disseminação da desinformação relacionada à saúde nas mídias sociais*. Soc Sci Med.

Wang C, Pan R, Wan X, Tan Y, Xu L, Ho CS, et al. (2020) *Respostas psicológicas imediatas e fatores associados durante o estágio inicial da epidemia de doença por coronavírus em 2019 (covid-19) entre a população em geral na China*. *Int J Environ Res Saúde Pública*.

Wisner, A. (1994). *A Inteligência no Trabalho*. São Paulo: Fundacentro/Unesp.

O Turismo Receptivo no “Novo Normal” – a Perspectiva da HighSun DMC

Filipe Miguel da Silva Romão

HighSun

filipe.romao@highsun.pt

Resumo

Cerca de 12 meses após a entrada em Portugal do primeiro caso de Covid19, após a 2ª e 3ª vagas de infecção na Europa, importa fazer um balanço do que sucedeu e das perspectivas para a indústria do turismo no nosso país. A transição para o novo normal só será possível quando toda a logística de vacinação (cadeias de transporte em frio, centros de vacinação, profissionais de saúde, etc.) atingir cerca de 70% da população e for recuperada a confiança dos viajantes nos destinos. Até lá, os passaportes de vacinação poderão ajudar a mitigar a falta de confiança de emissores e receptores, permitindo um reinício da actividade turística ainda no de 2021. Mas os níveis de 2019 só regressarão em 2022 ou mesmo 2023. Juntos ultrapassaremos tudo isto.

Palavras-chave

Turismo Receptivo; DMC; Portugal; Covid-19; recuperação; Novo Normal.

Abstract

About 12 months after the entrance of the first case of Covid19 in Portugal, after the 2nd and 3rd wave of infection in Europe, it is now important to make an update on what are the perspectives for the tourism industry in our country. The transition to the new normal will only be possible when all the vaccination logistics (cold transport chains, vaccination centers, health professionals, etc.) reach around 70% of the population and the confidence of travellers in the destinations is recovered. Until then, vaccination passports can help to mitigate the lack of confidence of senders and recipients, allowing a restart of tourism activity even in 2021. But the levels of 2019 will only return in 2022 or even 2023. Together we will overcome all of this.

Keywords

Incoming Tourism; DMC; Portugal; Covid-19; recovery; New Normal; crisis.

O Turismo Receptivo no “Novo Normal” – a Perspectiva da HighSun DMC

Uma pergunta assola as mentes de todos nós por estes dias: “Quando é que a nossa vida vai voltar ao normal?”

A realidade é que ninguém sabe uma data ou mesmo se voltará ao normal ou a um novo normal¹.

“Novo normal” é uma expressão utilizada após um evento de grande impacto, que não deixa a sociedade igual ao período que o antecedeu. Terá sido utilizado, pela primeira vez, para o período pós-I Guerra Mundial, mas também para o pós-“dot com” ou o pós-11 de Setembro, entre outros. Está, agora, associado ao período pós-covid19, numa tentativa de prever o que será a recuperação económica e social do nosso planeta após um evento desta magnitude.

No geral, segundo estudos do Sistema de Saúde da Universidade de Kansas², viveremos um “Novo Normal” durante algum tempo – e mesmo depois de atingida a imunidade de grupo. Prevê-se neste estudo que alterações que se verificaram, como distanciamento social, regras sanitárias como a desinfeção frequente das mãos, o cumprimento, ou mesmo o teletrabalho irão permanecer como uma tendência forte e não apenas como uma alteração circunstancial de comportamentos.

Novas Infecções e Imunidade de Grupo

Numa fase em que continuamos a ter globalmente níveis de infecção crescentes – que atingem já um impressionante número de cerca de 120.000.000 de infecções) e que as principais economias do ocidente foram as mais afectadas, é fundamental estabilizar a componente sanitária para que, depois, (ou no limite ao mesmo tempo), possamos falar em recuperação económica.

¹ https://en.wikipedia.org/wiki/New_normal

² <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:tQi8C0ZfAbcJ:https://www.ksn.com/news/capitol-bureau/the-new-normal-after-coronavirus/+&cd=1&hl=en&ct=clnk&gl=pt&client=firefox-b-d>

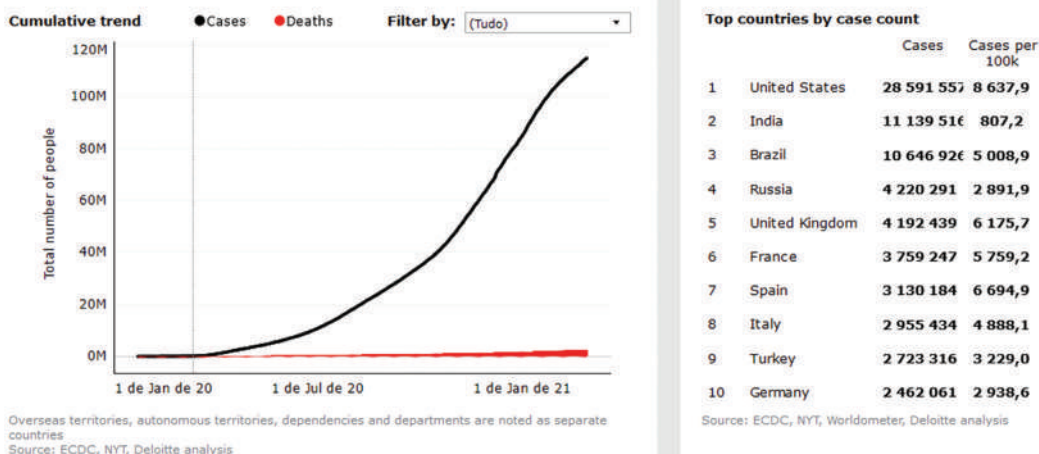


Figura 1. Número de novas infecções e mortes a nível global³

Também o número de novas infecções tem vindo a baixar no continente europeu, conforme a ECDC (Figura 2 – Novas infecções na Europa).

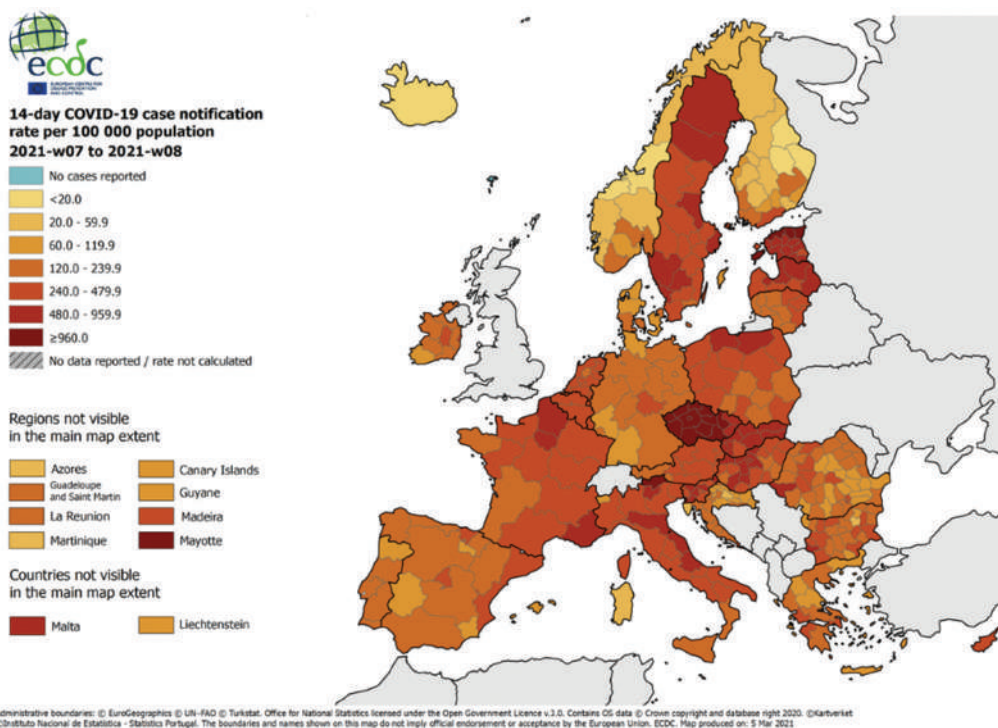


Figura 2. Novas infecções na Europa⁴

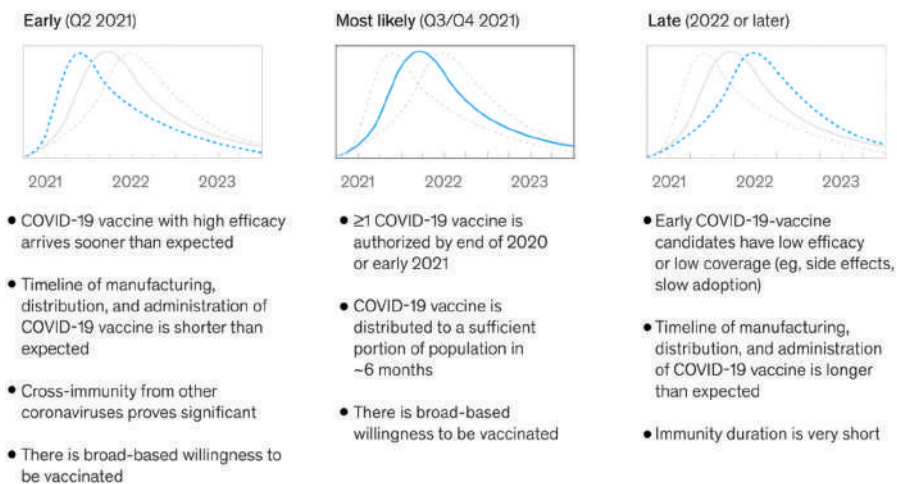
³ <https://www2.deloitte.com/ao/pt/services/consulting/monitorizacao-de-sinais-de-recuperacao-economica---deloitte-port.html>

⁴ <https://www.ecdc.europa.eu/en/cases-2019-ncov-eueea>

Importa, então, entender as previsões internacionais para a tão almejada imunidade de grupo, que permitirá o levantamento das restrições pelos Governos e, consequentemente o regresso da actividade turística internacional. Um importante estudo da empresa McKinsey indica que a imunidade nos EUA (e de forma semelhante na Europa) será atingida quando à imunidade natural de uma percentagem da população (que se estima no estudo em 60 a 80% da população). Foram analisados 3 cenários para a probabilidade de atingir este objectivo, conforme a imagem abaixo.

The probability of reaching COVID-19 herd immunity in the United States is highest in the third or fourth quarter of 2021 but could shift.

Probability of functional end¹ to COVID-19 pandemic in US by quarter (illustrative)



¹Timeline to functional end is likely to vary somewhat based on geography. Source: Expert interviews; press search; McKinsey analysis



Figura 3. Cenários e Probabilidade de Atingimento da Imunidade de Grupo

Assim, o mais provável é atingir-se a imunidade de grupo entre o 3º e o 4º trimestre de 2021, podendo num cenário mais pessimista resvalar para 2022 ou mesmo depois. Vamos assumir que a hipótese mais provável é a melhor previsão possível e trabalhar com base nessa premissa.

A Recuperação do Turismo Internacional

Como explorámos no artigo anterior⁵, esperava-se que o sector do turismo internacional recuperasse no final de 2020.

Há 1 ano, na HighSun estávamos com uma perspectiva muito positiva acerca da recuperação da economia no 4º trimestre de 2020, com consequências directas no turismo. Mas tal não se veio a verificar. Devido ao aumento significativo de taxas de infecção em diversas regiões, ocorreram uma 2ª e 3ª vagas, com novos confinamentos parciais e gerais um pouco por todo o Mundo.

Neste contexto também, o Governo de Portugal decidiu prolongar, a interdição até 17 de abril de 2021, do tráfego aéreo com destino e a partir de Portugal, de todos os voos de e para países que não integram a União Europeia (com poucas excepções, nomeadamente para viagens inadiáveis, mas não para turismo).

As economias funcionam com base na confiança. Confiança dos compradores e vendedores e lidam mal com a incerteza. Logo, não é de estranhar que a maioria das actividades económicas esteja, hoje, a passar por momentos muito difíceis, que não serão possíveis de ultrapassar sem a reposição dos sentimentos de segurança e confiança.

Em especial, no turismo, esta falta de confiança fez-se sentir nas chegadas de turistas, que apenas tiveram uma melhoria pontual na época alta (Verão), mas que logo regressou a níveis mínimos, onde continuam hoje em dia (Figura 4 – Chegada de Turistas a Portugal).

⁵ FIGUEIRA, Luís Mota, OOSTERBEEK, Luiz et al (2020), *Turismo Mundial, Crise Sanitária e Futuro: visões globais partilhadas* (p.60) <http://www.cda.ipt.pt/download/ebooks/CRENT-ebook-17.6.2020-turismo-crise-global-.pdf>

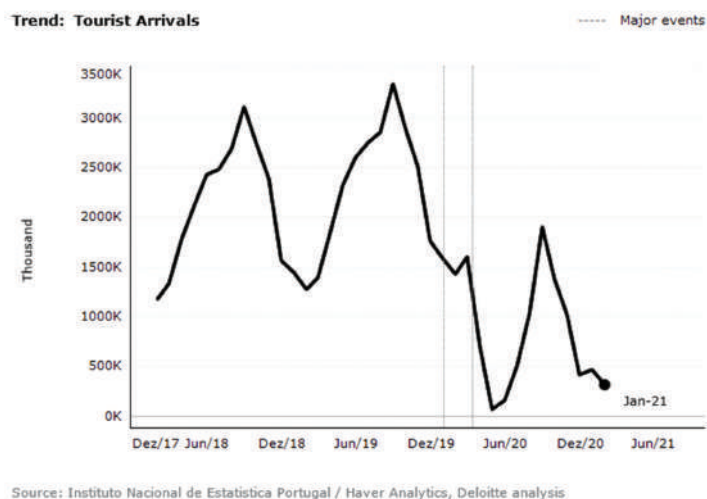


Figura 4. Chegada de Turistas a Portugal⁶

Uma recuperação a diferentes velocidades

Em 2020 o turismo em Portugal “recuou 10 anos”, pelas palavras da Senhora Secretária de Estado do Turismo, Eng^a Rita Marques em declarações ao Expresso no final do ano passado⁷.

Prevê-se que a recuperação será feita, primeiro, a nível nacional e com uma presença pequena dos mercados emissores mais próximos, como Espanha, França e UK (dependendo da evolução da reabertura de cada um destes mercados).

O levantamento das restrições deverá ser gradual e muito localizado. Começando ao nível nacional, terá uma evolução natural para o nível regional, sendo espectável que – também devido à diminuição do número de novas infecções na Europa já mencionado – durante o ano corrente apenas funcionem com alguma normalidade as viagens de curto e médio-curso (no nosso caso, dentro da Europa).

Só mais tarde se espera a reabertura nível global, com uma recuperação mais lenta do turismo de longo-curso. Por isso, acreditamos que os mercados emissores asiáticos ou da Oceânia serão dos últimos a recuperar, em Portugal.

⁶ <https://www2.deloitte.com/ao/pt/services/consulting/monitorizacao-de-sinais-de-recuperacao-economica---deloitte-port.html>

⁷ <https://expresso.pt/iniciativaseprodutos/projetos-expresso/2020-12-28-O-turismo-em-Portugal-recuou-dez-anos>

Mas a retoma do turismo não depende só da reabertura de fronteiras e aeroportos. Está, acima de tudo, dependente da confiança dos viajantes nos destinos e nos *hubs* internacionais de passagem para chegar ao destino. Uma peça fundamental para o curto prazo será a implementação dos passaportes de vacinação, generalizando o que já é feito com alguns destinos exóticos para os quais é necessário tomar as vacinas da malária, febre amarela, etc. Apesar da polémica gerada pela discriminação de alguns viajantes, o certo é que no curto prazo esta é a única forma de garantir a segurança nas viagens e restabelecer a confiança nos mercados de forma gradual.

Conclusão

A transição para o novo normal só será possível quando toda a logística de vacinação (cadeias de transporte em frio, centros de vacinação, profissionais de saúde, etc.) atingir cerca de 70% da população e for recuperada a confiança dos viajantes nos destinos. Até lá, os passaportes de vacinação poderão ajudar a mitigar a falta de confiança de emissores e receptores, permitindo um reinício da actividade turística ainda no de 2021.

Mas não deverá ser linear, a retoma que toda a indústria turística deseja. Podem surgir novas variantes do vírus, podem existir atrasos na logística extremamente complexa da vacinação, podemos ter surtos em algumas regiões do globo ou mesmo serem detectados efeitos adversos nas vacinas hoje administradas a curto prazo que comprometam a perspectiva de retoma da economia no geral ou do nosso sector em particular.

Enquanto tentamos resolver estas questões, vamos recolhendo mais dados sobre novas estirpes e respectivo impacto, eficácia da vacinação no mundo real, validade da inoculação (quer por via de infecção ou por vacinação), etc. Ainda temos muitas incógnitas na equação, mas à medida que vamos sabendo mais, vamos conseguindo reduzir a incerteza e caminhar no sentido da solução!

A única certeza que temos, hoje, é que vivemos num mundo de incertezas em que tentamos mitigar as dúvidas com cada vez mais e melhor informação, mas também com variáveis exógenas que, por natureza, não controlamos. A utilização de um passaporte sanitário pode vir a possibilitar a reabertura do mercado na Europa, num primeiro momento, e gradualmente a reabertura global.

Estamos juntos e temos que nos manter positivos, com maior concertação por parte dos governantes a nível local, regional, nacional e supranacional de forma a mitigarmos uma ameaça que, toda junta, caberia hoje numa lata de Coca-Cola®!⁸

⁸ https://www.youtube.com/watch?v=w2y5WsYyAA4&feature=emb_imp_woyt

Estratégias para minimizar a Sazonalidade na Hotelaria - Estudo Caso na Cidade de Tomar

Patrícia Nunes

Master student at Polytechnic Institute of Tomar
palexandra.pn92@gmail.com

Marisa Simões

Master student at Polytechnic Institute of Tomar
marisasimoes_@hotmail.com

Ruben Loureiro

NECE Research Unit - University of Beira Interior and Polytechnic Institute of Tomar
Departmental Unit Business Sciences
ruben.loureiro@ipt.pt

Jorge Simões

Techn&Art and Polytechnic Institute of Tomar
Departmental Unit Business Sciences
jorgesimoes@ipt.pt

Resumo

A sazonalidade é um fator que afeta o setor do turismo e hoteleiro em todas as regiões do país. No entanto, existem algumas regiões que sofrem mais com a sazonalidade do que outras, nomeadamente a região centro e as regiões interiores do país. A sazonalidade faz com que o setor do turismo sofra um decréscimo de cerca de 50% na época baixa, sendo esta geralmente sempre nos meses de inverno, no entanto, no turismo de neve a época baixa ocorre no verão. É necessário elaborar estratégias que combatam a sazonalidade e que ajudem as atividades a sobreviverem à época baixa, que em algumas zonas é tão rigorosa que os estabelecimentos fecham e só voltam a abrir quando começa a época média, fazendo com que durante a época baixa, muitas das ruas dos centros históricos que vivem do turismo fiquem abandonadas.

Metodologicamente o artigo assenta numa estratégia de análise documental e inquérito por entrevista, aos colaboradores, gestores e utilizadores de um Hotel na Cidade de Tomar. O artigo apresenta aspetos relevantes para a compreensão do impacto da sazonalidade para o desenvolvimento do turismo e para o alcance dos objetivos das

unidades hoteleiras da região de Tomar, assim como propostas de estratégias que permitam as organizações hoteleiras desenvolver a sua atividade na época baixa.

Palavras-chave

Estratégia Hoteleira; Sazonalidade; Turismo.

Abstract

Seasonality is a factor that affects the tourism and hotel sector in all regions of the country. However, there are some regions that suffer more from seasonality than others, namely the central region and the interior regions of the country. Seasonality causes the tourism sector to suffer a decrease of about 50% in the low season, which is usually always in the winter months, however, in snow tourism the low season occurs in the summer. It is necessary to develop strategies to combat seasonality and to help activities survive the low season, which in some areas is so strict that establishments close and only reopen when the mid season begins, making it possible during the low season that many the streets of historic centers that live off tourism are abandoned.

Methodologically the article is based on a strategy of document analysis and interview interview, to employees, managers and users of a Hotel in the City of Tomar. The article presents relevant aspects to understand the impact of seasonality for the development of tourism and to achieve the objectives of the hotels in the region of Tomar, as well as proposals for strategies that allow hotel organizations to develop their activity in the low season.

Keywords

Hotel Strategy; Seasonality; Tourism.

Introdução

A sazonalidade afeta o número de clientes que querem ficar hospedados no hotel durante a época baixa, levando a que a procura decresça consideravelmente, ocorrendo uma descida de mais de 50% da procura comparativamente à época alta. Para a realização do corpo teórico deste artigo realizou-se uma pesquisa bibliográfica em várias bases de dados e artigos disponíveis. O artigo pretende elaborar estratégias

que combatam a sazonalidade e que ajudem as atividades a sobreviverem à época baixa, que em algumas zonas é tão rigorosa que os estabelecimentos fecham e só voltam a abrir quando começa a época média, fazendo com que durante a época baixa, muitas das ruas dos centros históricos que vivem do turismo fiquem abandonadas. Como tal, importa desenvolver um mapa de conceitos recolhidos através de análise documental assim como utilizar o inquérito por entrevista para conhecer a abordagem dos colaboradores, gestores e hóspedes, em relação ao problema mencionado.

O artigo será estruturado da seguinte forma: após a presente introdução, será efetuada uma revisão da literatura sobre a *Estratégia e Sazonalidade no Setor Hoteleiro*, depois será explicada a metodologia adotada no estudo. Serão apresentados os resultados provenientes dos inquéritos por entrevista, assim como a discussão de resultados e conclusão.

Revisão de Literatura

Estratégia e Sazonalidade no Setor Hoteleiro

O setor turístico e hoteleiro são, os setores que mais sofrem oscilações ao longo do ano, podendo o mesmo ser dividido em três temporadas – alta, média e baixa. São a estes padrões de variação do número de turistas e da receita que estes geram que o conceito de sazonalidade se refere (Jang, 2004; Lee *et al.*, 2008 apud Castro, 2013). A procura e a oferta turística, bem como os impactos gerados pelo desenvolvimento do turismo ajudam a compreender a sazonalidade e os seus efeitos.

O turismo pode ser definido através da procura e através da oferta, obtendo assim duas definições diferentes: pelo lado da procura, o turismo é a atividade das pessoas que viajam ou permanecem lugares que não são o seu local normal de residência por um período nunca superior a um ano; pelo lado da oferta, o turismo consiste em todas as empresas e organizações que estão destinadas a servir e atender as necessidades dos turistas. Em 1994, a OMT adotou uma definição que diz que Turismo “(...) é a deslocação das pessoas para fora do seu local habitual de residência por um período superior a 24 horas e inferior a 60 dias, motivado por razões não económicas.” (Nunes, 2019, p.15)

O turismo é uma atividade económica e estratégica que promove o desenvolvimento económico e social do país, contribuindo para o aumento do emprego e para o crescimento das exportações (Fazenda et al, 2017) e que inclui o comportamento

dos indivíduos que é afetado por motivações, necessidades e restrições; a utilização dos recursos existentes; a interação entre indivíduos e efeitos económicos, sociais e ambientais e as deslocações dos indivíduos desde a sua residência habitual.

O turismo tem várias características entre as quais, a intangibilidade, a sua produção e o seu consumo não podem ser separados, o produto turístico é um conjunto de produtos que estão dependentes entre si é perecível, ou seja, não pode ser colocado em stock e, é sazonal (Amorim, 2018).

A estratégia 2020 defende a afirmação da animação turística como eixo central da qualificação do destino e criação, no âmbito do Portugal 2020, de possibilidades de financiamento de projetos com dimensão à escala global que possam servir de âncora e dar visibilidade a toda uma estratégia nacional, complementada com outros projetos de menor dimensão e tem como plano uma melhor adaptação, por parte do Turismo de Portugal, na época baixa, de modo a uma melhor promoção e um uso dos recursos mais eficiente; uma melhor estruturação da oferta e animação da oferta de animação turística já existente no território de um ponto de vista comunicacional, de modo a relacionar a criação de redes e produtos de escala e a dinamização com parceiros privados com boas técnicas promocionais; a estimulação da procura de segmentos alvo específicos, especialmente no turismo acessível; um uso de marketing mais eficiente, de modo a este atingir as várias ofertas específicas do mercado e, o uso de fortes campanhas de divulgação em função dos seus objetivos e públicos-alvo, bem como mercados e meios a selecionar (Ministério da Economia, 2015) desde 2007, de um Plano Estratégico Nacional do Turismo (PENT).

A Sazonalidade é o fenómeno que faz variar o número de turistas numa região, ameaçando consequentemente o desenvolvimento regional. De maior ou menor impacto, a sazonalidade estende-se transversalmente a todas as empresas turísticas, independentemente do ramo de atividade, localização, público-alvo ou qualidade do serviço prestado.

A sazonalidade pode se dividida em três padrões diferentes: A sazonalidade da procura doméstica é mais significativa do que a da procura internacional, ou seja, em Tomar, durante a época baixa é mais frequente encontrar-mos turistas estrangeiros do que turistas nacionais; O período de férias principal coincide com o período do Verão e, como tal, isso origina um pico de procura, enquanto que os restantes períodos de férias contrastam com o padrão sazonal normal; A sazonalidade não é tão acentuada nos estados membros mais ricos, como a Alemanha por exemplo (McEnnif, 1992).

A sazonalidade depende de vários fatores e não apenas das estações do ano. Os vários fatores que influenciam a sazonalidade podem ser naturais e institucionais, relacionados com o destino da viagem. Os fatores naturais implicam os aspetos físicos (clima, horas de sol, temperatura exterior), enquanto que os fatores institucionais têm a ver com preferências individuais, religiosas e sociais (Jang, 2004; Lee *et al.*, 2008; Marcussen, 2011 apud Castro, 2013).

Caracterização do Hotel

O Hotel em estudo, está situado na zona histórica da cidade de Tomar, e é composto por 14 unidades de Alojamento, sendo que destas, 10 são quartos duplos, 3 são quartos duplos superiores e 1 é uma suite. O hotel está dividido por três pisos: o rés do chão, onde se situa a receção com zona de estar e a sala dos pequenos almoços; o primeiro andar, onde são apresentados 6 quartos, uma magnífica sala de estar que é complementada com um honesty bar e, contigua a este espaço surge a biblioteca; o segundo andar é composto apenas por quartos, nele podemos encontrar os 8 quartos restantes.

Para além das 14 unidades de alojamento oferece também a quem o visita, umas magníficas receção e sala de pequenos almoços, uma aprazível sala de estar, biblioteca e um simpático pátio.

Estudo de caso

O estudo de caso é um método qualitativo que analisa uma unidade individual. Serve para responder questões que surgem durante a pesquisa e ás quais não se consegue responder. Ajuda a compreender os fenómenos individuais e os processos organizacionais e políticos da sociedade (Gil, 2002).. O estudo de caso investiga um fenómeno a partir do seu contexto real, com recurso a várias fontes de evidências (Gil, 2002). No presente artigo, utilizou-se análise documental e inquérito por entrevista, tendo por base os trabalhadores e gestores da Unidade Hoteleira em estudo.

O inquérito por entrevista é uma técnica de observação não documental que se apoia numa sequência de perguntas ou interrogações escritas que se dirigem a um conjunto de pessoas, podendo envolver opiniões, representações, crenças e outros factos sobre os inquiridos ou o seu meio (Gil, 2002).

Resultados

Em primeira análise, através da consulta e sintetização da documentação consultada, com o intuito de perceber as razões que levam os turistas a visitar a cidade de Tomar durante todo o ano, mas em especial na época baixa, verifica-se que o turismo surge como um dos sectores de maior crescimento dos últimos anos em praticamente todo mundo. Este facto tem vindo a assumir um papel muito relevante nos países mais pequenos que conseguem cativar mais turistas, como é o caso de Portugal. Os vários governos que vão passando pelo poder têm-se apercebido do poder deste sector e têm vindo a investir continuamente na divulgação do nosso país, bem como numa melhoria das condições oferecidas. A própria entrada na União Europeia com a conseqüente abertura das fronteiras à Europa, fez com que surgisse uma facilidade acrescida à circulação de turistas europeus, tendo em conta que cerca de 90% dos estrangeiros recebidos são oriundos de países abrangidos por este acordo (Serigado, Medeiros, Garcia, Simões, & Nunes, 2018).

O turismo posiciona-se cada vez mais como uma das atividades sustentadoras da economia nacional, ficando com uma fatia de 7% a 8% do PIB nacional. Outro dado a ter em conta relaciona-se com a absorção de emprego deste sector atingindo já cerca de 10% do total nacional. O aumento consecutivo das receitas é também um indicador do crescimento do turismo em Portugal, já que em 2005 as receitas atingiram mais de 6,3 mil milhões de euros (Serigado et al., 2018).

Portugal possui recursos e potencialidades turísticas extraordinárias. Surgimos como um dos países com um legado histórico dos mais ricos do mundo, um agradável clima, a beleza dos 1713 km de costa marítima, uma grande diversidade de paisagens naturais, boas infraestruturas para a prática de desportos, e um bom nível de recursos hoteleiros. A acrescentar a isto está o facto de sermos reconhecidos como um país de gente hospitaleira e acolhedora e de termos um estatuto de reconhecimento de destino turístico (Serigado et al., 2018).

As inovações tecnológicas têm vindo a assumir um papel verdadeiramente importante nas últimas décadas em qualquer sector, não fugindo o turismo a esta regra. Citando Porter: “A tecnologia de Informação é um dos grandes impulsionadores da oportunidade –ou necessidade – de mudanças das empresas uma vez que podem modificar uma ou várias das cinco forças competitivas que determinam a lucratividade de um sector. (...) Por isso os executivos devem acompanhar de perto as tecnologias de informação.” (Porter, 2001). No que diz respeito ao turismo, a tecnologia abraça

o sector de uma forma indireta. Obviamente não é a tecnologia que cria atrações turísticas, mas pode contribuir fortemente para melhorar o seu impacto junto dos visitantes. Um dos papéis fundamentais da tecnologia está relacionado com a velocidade de transmissão de informação sendo esse um fator muito importante na divulgação de destinos turísticos. A utilização de meios audiovisuais (televisão, rádio, Internet) como forma de dar a conhecer um país tem vindo a ser explorada e os resultados inquestionáveis (Porter, 2001; Serigado et al., 2018)

Tendo em conta as Tendências Ambientais, a sustentabilidade é um assunto que está cada vez mais na ordem do dia, o que leva a uma preocupação extra com as alterações climáticas e o meio ambiente. É cada vez mais importante que exista e se pratique turismo sustentável, quer pela parte dos turistas, quer pela parte das empresas que oferecem os serviços e produtos.

Análise SWOT

Pontos Fortes	Pontos Fracos
<p>Localização O hotel encontra-se localizado na zona histórica de Tomar, a cerca de 100 metros da praça principal da cidade;</p> <p>Estacionamento O hotel oferece estacionamento gratuito aos hóspedes;</p> <p>Instalações O edifício onde se encontra o hotel foi em tempos a casa de uma das mais ricas famílias de Tomar, a família Macedo, assim, e após uma grande renovação, podemos encontrar um hotel completamente novo num edifício já antigo, o que lhe confere um estilo sofisticado e ao mesmo tempo rústico;</p> <p>Ambiente O hotel prima por ser uma casa, como tal, todos os hóspedes são tratados como se fossem da família para que se possam sentir em casa;</p> <p>Qualidade A qualidade nos serviços prestados é notória e valorizada por quem visita o hotel;</p> <p>Staff Staff eficiente e polivalente, sempre disponível.</p>	<p>Estacionamento O estacionamento de que o hotel dispõe está situado a cerca de 400 metros de distância do hotel, já na zona nova da cidade;</p> <p>Acesso Para quem não conhece a cidade, torna-se um pouco difícil chegar ao hotel;</p> <p>Preço Preços algo elevados quando comparados com outros hotéis da mesma tipologia;</p> <p>Feedback As avaliações negativas por parte dos hóspedes dão uma má imagem ao hotel;</p> <p>Sazonalidade Diminuição do número de hóspedes e por consequência, diminuição do número de receitas;</p> <p>Staff Poucos funcionários, faz com que seja necessário fazer vários turnos seguidos ou sem folgas.</p>

Oportunidades	Ameaças
<p>Turistas O número de turistas aumenta de dia para dia;</p> <p>Segurança Portugal e, neste caso, Tomar são considerados destinos de férias seguros;</p> <p>Diversidade A cidade de Tomar oferece história, cultura, gastronomia, religião e desporto;</p> <p>“Boom” Turístico O fenómeno ainda não afetou a cidade, o que a torna uma cidade calma e pacata;</p> <p>Acessos Bons acessos à cidade de Tomar;</p> <p>Eventos As empresas procuram o hotel para realização de eventos como reuniões e congressos.</p>	<p>Brexit Possibilidade de descida da libra influenciada pelo Brexit (visto que a grande maioria dos turistas são ingleses);</p> <p>Hotéis Números de hotéis existentes na cidade e na região;</p> <p>Turistas Muitos dos turistas que visita Tomar não pernoitam na cidade, vêm apenas visitar a cidade durante o dia e depois vão dormir a Lisboa, Fátima, Batalha ou Alcobaça;</p> <p>Sazonalidade Diminuição do número de hóspedes e por consequência, diminuição do número de receitas;</p> <p>Clima O mau tempo na época baixa, que compreende os meses mais frios do ano, fazem com que menos pessoas se disponham a visitar a cidade;</p> <p>Câmara Municipal de Tomar A falta de apoio por parte da Câmara Municipal de Tomar, nomeadamente no que diz respeito ao estacionamento faz com muitos turistas preferam outras unidades hoteleiras.</p>

Os inquéritos por entrevista foram todos realizados no Hotel selecionado. O primeiro modelo de entrevista foi direcionado ao proprietário (E1- Entrevistado 1), o segundo modelo de entrevista foi realizado aos funcionários do hotel (E2, E3, E4 e E5- Entrevistados 1, 2, 3, 4 e 5) e por fim, o terceiro modelo de entrevista foi realizado aos hóspedes do hotel (E6- Entrevistado (s) 6).

Relativamente à entrevista realizada ao proprietário do hotel, destaca-se: *Este hotel é divulgado em “Feiras e Eventos” e nas redes sociais da empresa: Web Site, Facebook e Instagram e, o público que mais usufruiu dos serviços deste hotel é o público nacional e dispõe de parcerias com algumas entidades, nomeadamente o restaurante “A Brasinha” e a empresa “Sabores do Ribatejo”, bem como com a Booking, a Expedia e a Agoda e algumas empresas de guias turísticos como a Caminhos da História.*

A razão da visita à cidade de Tomar ao longo do ano, segundo o proprietário, é *maioritariamente a “Cultura / Religião”*; é também o proprietário do hotel que afirma

que são os monumentos da cidade que fazem com mais turistas procurem o hotel, por ser recomendado pelos guias que neles se encontram e afirma que decidiu abrir um hotel em Tomar por achar que é um negócio com “alguma rentabilidade”, mas indica que sofre e vai sofrer de sazonalidade por “a cidade não ser apelativa no inverno”, no entanto, pretende combater essa sazonalidade com a realizações de promoções, por exemplo: duas noites pelo preço de uma ou, na compra de uma estadia para duas noites, oferta de um jantar, mediante a disponibilidade do restaurante.

Relativamente ao funcionários do hotel entrevistados, as principais respostas foram as seguintes: *A equipa do hotel é composta por três elementos do género masculino e três elementos do género feminino, com idades compreendidas entre os 19 e os 44.*

Quatro dos funcionários afirmam que nunca tinham trabalho numa unidade hoteleira, no entanto, já tinham trabalhado em atividades ligadas ao turismo, as restantes duas pessoas, já tinham trabalhado em unidades hoteleiras anteriormente. Todos os funcionários indicam que a sazonalidade é um fator que afeta os hotéis em Tomar e, todos afirmam que a altura do ano mais propícia a esse fator é a altura do Outono/Inverno e no decorrer da época baixa, ou seja, de Outubro a Fevereiro. Ainda assim, quatro dos inquiridos dizem que a sazonalidade pode ser combatida com atividades, no entanto, os outros restantes inquiridos, afirmam que não, porque as pessoas são mais influenciadas pelo clima e fatores pessoais, como o trabalho e a escola das crianças do que pelo hotel e a cidade em si. Os quatro inquiridos que disseram que a sazonalidade poderia ser combatida com atividades, indicam que algumas das atividades que se podem realizar são: concertos variados (jazz, rock), noites temáticas e promoções/ofertas.

Relativamente aos hóspedes do hotel, as principais respostas foram as seguintes: Na entrevista realizada tivemos um total de 30 respostas sendo que 10 foram masculinas, 19 femininas, e 1 pessoa que respondeu como outro. Relativamente às idades, estas estão compreendidas entre os 19 e 70 anos.

Podemos observar que as pessoas que mais responderam ao questionário são de nacionalidade portuguesa, as restantes nacionalidades são: espanhola, brasileira, alemã e inglesa. A razão da visita a Tomar, durante o inverno, a maioria das pessoas responderam que vieram pela cultura e para conhecer as cidades mais pequenas do país, mas também por razões pessoais como visitar familiares e amigos. A maioria das pessoas diz não ter visitado Tomar na época alta devido ao Fluxo Turístico e devido aos preços elevados.

Procurando saber junto dos hóspedes, de que forma podiam combater a sazonalidade, a opinião generalizada foca-se no aumento de atividades para atrair mais algumas pessoas e promover algum tipo de evento ou atração turística juntamente com a Câmara Municipal, com um acordo de quem vem, ficar no hotel.

Considerações finais

Como referido anteriormente o setor turístico e hoteleiro são, os setores que mais sofrem oscilações ao longo do ano, sendo este dividido por três períodos (época baixa, época média e época alta). O presente estudo focou-se na época baixa, mais precisamente entre os meses de outubro e dezembro, na cidade de Tomar, onde é possível ver uma quebra elevada nas reservas devido a sazonalidade. Deste modo com a realização deste estudo podemos concluir que a maioria das pessoas que visitou a cidade de Tomar e ficou hospedada no hotel, decidio-o por sugestão de amigos e familiares ou apenas por curiosidade por ser o hotel mais recente da cidade. Relativamente à altura o ano que escolheram para vir a Tomar, podemos afirmar que não foi uma decisão fundamentada, sendo que algumas das pessoas vêm todos os anos à cidade e não vêm sempre na mesma altura. Dado à época festiva em causa, no entanto, muitos dos inquiridos dizem que sendo Tomar uma cidade turística, optaram por vir nesta altura (época baixa) devido a um menor fluxo turístico nas ruas e a um preço mais acessível. Assim é possível concluir também que, apesar dos inquiridos afirmarem que Tomar é uma cidade que é afetada pela sazonalidade, afirmam que os hotéis talvez devessem fazer alguma coisa para a combater e sugeram a criação de eventos para o efeito. Após a observação e análise das entrevistas recolhidas, foi possível observar que o hotel em questão tem um plano estratégico elaborado a longo prazo, no entanto, um fator que tem vindo a dificultar a implementação de um plano informal a curto prazo é, na opinião dos colaboradores do hotel, a falta de tempo dedicado ao assunto, a falta de formação adequada para o efeito e o elevado custo necessário para obter a ferramenta para o efeito.

A análise do conteúdo teórico apresentado neste estudo confirma que uma ferramenta de planeamento estratégico pode representar uma vantagem competitiva em relação a outras unidades hoteleiras. É de referir também, que a pesquisa apresentou algumas limitações, como por exemplo, a pouca ocupação do hotel na época baixa, nomeadamente nos meses de outubro a dezembro e, a pouca disponibilidade dos hóspedes para responder às questões realizadas na entrevista.

Referências Bibliográficas

- ALLCOCK, J. (1994). Seasonality. In S. Witt e L. Moutinho (Eds.), *Tourism Marketing and Management Handbook* (92-104). London: Prentice-Hall.
- ALMEIDA, A. (2015). *Seasonal Behavior of the Tourist Market*. 425.
- AMORIM, E. (2018). *Marketing Turístico*.
- CASTRO, A. C. (2014). *A importância da análise interna e externa para o sucesso empresarial: o caso da TMG Automotiva*.
- CASTRO, J. L. M. R. e. (2013). *Sazonalidade no Turismo – Novos Desafios à Sustentabilidade – O caso prático do troia resort –*. ISCTE.
- CANNAS, R. 2012. An overview of tourism seasonality: Key concepts and policies. *Alma Tourism*, 5: 40-58.
- CHIAVENATO I.; SAPIRO A. (2010). *Planejamento Estratégico* (2ª; Elsevier Editora & Instituto Chiavenato de Educação, Ed.). Retrieved from http://www.unilago.com.br/download/arquivos/21016/glossario_P.E.PDF
- COELHO, H., & DOMINGUEZ, L. (2016). *Diagnóstico e recomendações estratégicas numa empresa da restauração: contributos da análise de Porter, SWOT e PESTEL*. Retrieved from <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/87173/2/159722.pdf>
- Estudo de Viabilidade Casa dos Ofícios Hotel*. (2017). Leiria.
- FANTONI, B. B., MORESCO, M., COCHMANSKI, L., & ROMANO, C. (2016). APLICAÇÃO DO MODELO DE PORTER E ANÁLISE SWOT NO DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO DE UMA EMPRESA DE CONSTRUÇÃO CIVIL. *Xii Congresso Nacional De Excelência Em Gestão & Iii Inovarse - Responsabilidade Social Aplicada*. Retrieved from http://www.inovarse.org/sites/default/files/T16_271.pdf
- FAZENDA et all. (2017). *Estratégia 2027*. *Estratégia 2027*, 66. Retrieved from http://estrategia.turismodeportugal.pt/sites/default/files/Estrategia_Turismo_Portugal_ET2027.pdf
- GIL, A. C. (2002). Como Elaborar Projetos de Pesquisa/Antonio Carlos Gil. In *Como Elaborar Projetos de Pesquisa*. <https://doi.org/10.1111/j.1438-8677.1994.tb00406.x>
- GUERRA, I. 2002. *Fundamentos e processos de uma sociologia de acção*. Cascais: Principia Editora, Lda.
- KOTLER, P. 1999. *Marketing management: analysis, planning, implementation and control* (9th Ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- KOUMPAROULI, D. N. (2013) PEST Analysis: The case of E-shop, *International Journal of Economy, Management and Social Sciences*, pp: 31-36.

JANG, SooCheong. 2004. Mitigating tourism seasonality – A quantitative approach. *Annals of Tourism Research*, vol. 31, n.º 4: 819-836.

LEE, C., Bergin-Seers, S., Galloway, G., O'Mahony, B., e McMurray, A. 2008. *Seasonality in tourism industry: Impacts and strategies*. Australia: CRC – Sustainable Tourism Pty Ltd.

MARCUSSEN, C. 2011. *Seasonality in tourism – Separating the natural and institutional causes*. Apresentado na 2ª conferência internacional de gestão de turismo sustentável, Tailândia.

Ministério da Economia. (2015). *Turismo 2020 - 5 princípios para uma ambição*. 149. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

NUNES, P. (2019). *Vila Medieval de Ourém*.

OLIVEIRA, M. (2014). *A INFLUÊNCIA DOS EVENTOS NA TAXA DE OCUPAÇÃO HOTELEIRA* (Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril). Retrieved from https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/8757/1/2014.04.005_.pdf

PORTER, M. E. (2001). Strategy and the Internet. *Harvard Business Review*, 79(3). <https://doi.org/10.2469/dig.v31.n4.960>

RICHARDSON, B. e RICHARDSON, R. (1992), *A Gestão estratégica*, Editorial Presença, Lisboa.

SERIGADO, I., MEDEIROS, F., GARCIA, M., SIMÕES, M., & NUNES, P. (2018). *Plano de Negócios Estalagem de Santa Iria*. Tomar.

*Um olhar sobre a crise pandémica como risco global.
Uma oportunidade para pensar global e agir local no turismo português*

José da Cunha Barros

Investigador-correspondente do L-tour:ipt

barrosjos99@gmail.com

Resumo

A presente reflexão pretende destacar a importância acrescida que deve ser atribuída ao ambiente e ao equilíbrio dos ecossistemas em tempo de pandemia. No caso do turismo, uma das atividades mais afetadas pela pandemia, procurou-se comprovar os efeitos suscitados, a nível internacional e nacional, como as respostas e ações incrementadas para minimizar os efeitos, impactes e riscos, contribuindo também para um turismo mais amigo do ambiente e sustentável. Foram objeto de atenção as ações promovidas por organizações internacionais, sendo correlacionadas com as ações concretizadas no caso português. Embora Portugal, país que é objeto de atenção particular, tenha uma marcada litoralização, constata-se agora que, no caso do turismo doméstico, tem havido uma maior resistência à pandemia, verificando-se uma procura acrescida por ambientes naturais, onde predomina o turismo em espaço rural e de habitação. Essa tendência, a prosseguir na fase pós-pandémica, associada às medidas existentes para o repovoamento e revitalização das regiões interiores, poderá ter efeitos positivos nos ambientes naturais e culturais, contribuindo para a ativação da atividade económica, social e cultural de regiões portuguesas interiores com população envelhecida e muito despovoada. Considera-se também que mesmo no turismo litoral, massificado, há um conjunto de medidas que a serem mantidas na fase pós Covid-19 poderão contribuir para atenuar a carga existente sobre os equipamentos e os ambientes naturais e culturais.

Palavras-chave

Pandemia; risco global; biodiversidade; turismo sustentável; responsabilidade partilhada; indicadores de turismo sustentável.

Abstract

This reflection aims to highlight the increased importance that should be attributed to the environment and the balance of ecosystems in times of pandemic. In the case

of tourism, one of the activities most affected by the pandemic, we have tried to prove the effects raised, at international and national level, as well as the responses and actions increased to minimise the effects, impacts and risks, also contributing to a more environmentally friendly and sustainable tourism. The actions promoted by international organisations were the object of attention, being correlated with the actions carried out in the Portuguese case. Although Portugal, the country that is the object of particular attention, has a marked coastalisation, it can now be seen that, in the case of domestic tourism, there has been a greater resistance to the pandemic, with an increased demand for natural environments, where tourism in rural and residential areas predominates. This trend, if it continues in the post-pandemic phase, associated with existing measures for repopulation and revitalisation of inland regions, may have positive effects on natural and cultural environments, contributing to the activation of economic, social and cultural activity of inland Portuguese regions with ageing populations and very depopulated. It is also considered that even in coastal tourism, mass tourism, there is a set of measures that if maintained in the post-Covid-19 phase could contribute to mitigate the existing load on equipment and natural and cultural environments.

Keywords

Pandemic; global risk; biodiversity; sustainable tourism; shared responsibility; sustainable tourism indicators.

Introdução

Pode dizer-se que “pensar globalmente e agir localmente” constitui um método de ação associado frequentemente a Ulrich Beck (2002), e corresponde, no caso da presente crise pandémica, ao tipo de resposta considerada como a mais adequada, tanto a nível global como local. Como foi reconhecido pelo “Intergovernmental Science-Policy Platform on Biodiversity and Ecosystem Services” (IPBES)¹, órgão intergovernamental de assessoria dos Estados sobre questões de biodiversidade e ecossistemas, a intervenção humana excessiva sobre o meio ambiente contribui para a perda da diversidade, para as alterações climáticas, assim como para a emergência de pandemias. Essa questão, bem como a ideia da pandemia como oportunidade para

¹ A UNESCO é um dos patrocinador institucional do IPBES, assim como o PNUA, a FAO e o PNUD.

pensar globalmente e agir localmente, foi apresentada e debatida num workshop promovido pelo IPBES em 2020².

Na sequência do acidente de Chernobil em 1986 foi publicada na Alemanha uma obra de referência de Ulrich Beck “A Sociedade de Risco”³ onde desenvolve a ideia do risco global, analisando a forma como as sociedades modernas se confrontam com dificuldades acrescidas para identificar e responder aos riscos globais, questão essa que se considera como essencial para melhor se analisar e contextualizar a questão da presente pandemia, a qual contribui para acentuar os desequilíbrios dos ecossistemas. Parafraseando Flecha, Gómez e Puigvert (2013:103) dir-se-á que “Beck define *la sociedad del riesgo* como una fase de desarrollo de la sociedad moderna donde los riesgos sociales, políticos, económicos e individuales tienden cada vez más a escapar a las instituciones de control y protección de la sociedad industrial”. Noutros termos acrescentam os referidos autores o seguinte:

“si la sociedad industrial implicaba control de la racionalidade instrumental, la sociedad del riesgo, que es imprevisible y está basada en efectos no deseados, implica incertidumbres si responsables y alienación al no seguir los principios éticos, legales y políticos. La consciencia de los riesgos de la modernización se ha impuesto contra la resistencia de la racionalidad científica” (2013:106).

As crises, com particular relevo para as de carácter pandémico, sempre que ocorrem, suscitam preocupações, inquietações, resultantes dos efeitos negativos, diretos e indiretos, da sua imprevisibilidade, provocando impactes em todos os setores de atividade, como o económico, o social e o cultural. No caso da Covid-19, o turismo tem sido um dos principais setores afetados designadamente pelos condicionalismos criados à mobilidade, impedindo ou limitando a circulação de pessoas, para além de muitas outras consequências.

As crises pandémicas permitem também evidenciar as limitações humanas, as suas debilidades e, também, a forma manifestamente agressiva ou descuidada como os seres humanos se têm relacionado com o meio ambiente, tanto no caso do ambiente natural como cultural, pondo em causa o equilíbrio dos ecossistemas.

Embora tenham um carácter repetitivo, as epidemias, como as infecciosas ou virais, sucedem-se ao longo da história, com duração e gravidade muito diversas. No caso,

² O Workshop foi intitulado “IPBES Workshop on Biodiversity and Pandemics” estando o relatório e outra informação pertinente disponíveis em: Preventonweb.net/publicatios/view/74428.

³ Em 1992 Ulrich Beck publicou uma versão inglesa da referida obra sob o título “Risk Society: Towards a New Modernity”, Sage Publications.

Robert Boyer (2020: 32) refere que, desde o século XIV, a humanidade já enfrentou quinze grandes pandemias. A questão relativa aos impactes e às respostas à presente pandemia, COVID-19, constitui o quadro referencial da presente reflexão.

As viagens e o turismo estiveram entre os setores de atividade que sofreram maiores impactes em resultado da pandemia, afetando, em particular, os viajantes que se deslocam para fins turísticos, os negócios, os trabalhadores e as comunidades. Pelo seu carácter transversal o turismo, sobretudo nos países onde tem maior relevância, “atravessa” uma multiplicidade de atividades económicas, sociais, e culturais, direta e indiretamente, a montante e a jusante. Também tem implicações muito significativas nas populações locais, elas próprias participantes no processo turístico. No caso, o turismo será o objeto principal da presente reflexão.

Para além dos impactes negativos, e dos seus múltiplos efeitos perversos, considera-se que as pandemias suscitam também, direta ou indiretamente, paradoxalmente, consequências positivas.

As redes colaborativas têm sido ativadas e, as entidades internacionais com competência nas áreas mais afetadas, têm tido um papel muito relevante pelos programas, orientações e recomendações dimanadas pelos mesmos. É o caso da Organização Mundial da Saúde (OMS/WHO), no que respeita às questões médicas e de saúde pública, e da Organização Mundial do Turismo (OMT/UNWTO) no que respeita ao setor do turismo. Embora ainda não esteja ultrapassada a presente crise pandémica tem a mesma suscitado a produção de uma multiplicidade de trabalhos e reflexões de carácter técnico e científico sob diversas perspetivas⁴. O turismo, objeto da presente reflexão, constitui um setor cuja atividade que tem crescido de forma significativa tanto a nível internacional e, também, em Portugal, com peso muito significativo no Produto Interno Bruto (PIB) de muitos países, e que constitui o principal fator determinante da mobilidade das pessoas. No entanto, em resultados dos impactes da COVID-19, tem-se verificado uma redução na mobilidade e circulação das pessoas, com efeitos económicos muito negativos e, em alguns casos, irreversíveis, pelo encerramento de muitos setores de atividade direta e indiretamente ligados ao turismo, tal como o crescimento do desemprego.

⁴ Para além OMT/UNWTO e da OMS/WHO outras organizações têm dado contributos muito relevantes como é o caso da OCDE, designadamente com o estudo “Mitigating the impact of COVID-19 and preparing for recovery [<https://doi.org/10.1787/47045bae-en>] e a Comissão Europeia com o “European Tourism System of Indicators for Sustainable Management at Destination Level”, instrumento esse publicado em 2013 e revisto em 2016, instrumento concebido para ser usado localmente: <https://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Paginas/european-tourism-system-of-indicators-for-sustainable-management-2016.aspx>

1. Enquadramento e objetivos

A análise da evolução do turismo, dos instrumentos e orientações estratégicas produzidas pelo “Turismo de Portugal” permite comprovar que já foram identificadas e sintetizadas as principais fragilidades, oportunidades e potencialidades do turismo português. No caso, merece destaque a “Estratégia Turismo 2027”, que constitui um referencial estratégico da maior importância que apresenta uma visão de longo prazo combinada com uma ação de curto prazo. Como decorre do texto de apresentação da “Estratégia” não é a mesma “uma estratégia de turismo português” mas antes “uma estratégia para o turismo em Portugal”. No entanto, do mesmo modo, foram estabelecidos objetivos globais a serem concretizados e os meios adequados para o efeito. No entanto, entende-se que a pandemia constitui um fator de perturbação e de imprevisibilidade com impactes imediatos e consequências a longo prazo com incidência nas sociedades.

Em Portugal a pandemia tem suscitado a intervenção por parte de organismos ligados a uma multiplicidade de setores de atividade como no caso do turismo, da cultura, da economia e do ambiente. Entre as entidades com competências setoriais merecem particular referência o Turismo de Portugal, I.P., designadamente na promoção de uma política adequada de ordenamento turístico e de estruturação da oferta a Agência Portuguesa do Ambiente I.P., designadamente na implementação de uma política sustentável do ambiente⁵. As referidas entidades públicas, a pretexto da Covid-19, têm dado contributos importantes que contribuem para evitar os contactos sociais e os contágios mas que, em muitos casos, têm um carácter mais amplo, como a qualificação dos locais turísticos, o incremento de regras úteis para a ocupação dos espaços de uso coletivo, evitando a sua frequente sobrecarga. Pretende-se, em todo o caso, atingir a relação harmoniosa do homem com o meio ambiente, através de instrumentos que podem contribuir para a sustentabilidade dos destinos turísticos⁶. No essencial, importa que, a atividade turística se torne mais criativa, responsável, e sustentável.

Com a presente reflexão pretende-se analisar a realidade portuguesa, com o objetivo de se avaliar, de forma sucinta, os impactes da pandemia, as análises e avaliações

⁵ Veja-se as atribuições dos referidos Institutos públicos através das respetivas leis orgânicas aprovadas pelo Dec.-Lei nº 129/2012. D.R. Série I de 2012-06-220 no caso do TP, IP e, pelo Dec.-Lei nº 51/2012 de 2012-03-12, no caso da APA, I.P.

⁶ Vejam-se os relatórios periódicos de sustentabilidade apresentados pelo TP, I.P., designadamente o relativo a 2018-2019: <https://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Paginas/Relatorio-de-Sustentabilidade-2018-e-2019.aspx>.

feitas, as respostas que suscitou, e as oportunidades surgidas, considerando o caso particular da atividade turística a nível nacional, com referência particular para o turismo interior (doméstico e recetor). Por turismo interior entende-se a atividade turística realizada dentro das fronteiras portuguesas, pelos residentes e não residentes. Como os locais e espaços turísticos são também frequentados por não turistas, ter-se-á também em atenção aqueles que os utilizam como locais e espaços de lazer e, ainda, a população local. Face à complexidade do tema e à diversidade dos impactes, pretende-se fazer uma abordagem numa ótica multidisciplinar, embora se pretenda basear a análise, por opção, na interseção da antropologia com a história e o turismo.

Importa assinalar que a COVID-19 pelo seu carácter pandémico, constitui um “fenómeno” global pelo que as considerações sobre a realidade portuguesa devam ser antecedidas por reflexões de carácter global. No caso português, procurar-se-á analisar o processo evolutivo do turismo português, em período recente, e os impactes suscitados pela pandemia.

2. A globalização como quadro de referência

A globalização e a questão das fronteiras, das redes entre Estados, da criação dos espaços comuns, constitui matéria que se deve assinalar. No caso da Europa comunitária, sem prejuízo do grau de autonomia preservado por cada Estado Membro, a questão da pandemia objeto de uma estratégia comum. A União Europeia é o resultado de um processo evolutivo, que implicou, ao longo do tempo, a adesão de novos países europeus. As migrações e a mobilidade associada do turismo são fatores inerentes ao processo de globalização mas que, face à pandemia, têm sido objeto de restrições mesmo no espaço comum europeu. Entre os autores que trataram da questão da globalização deve-se destacar Néstor Garcia Canclini (1999:53) que, entre outros, analisa a questão da relação entre as migrações maciças e a globalização:

“La metáfora sugiere que las migraciones masivas y la globalización convertirían el mundo actual en un sistema de flujos e interactividad donde se resolverían las diferencias entre las naciones. Los datos demográficos no avalan esta imagen de fluidez total, ni de una movilidad transnacional generalizada”.

Outro autor, este da área da microbiología, René Dubos (2016:78) apresenta algumas críticas ao processo de globalização. Considera ele que o homem, no seu processo evolutivo, com referência às sociedades modernas, se por um lado promoveu o

desenvolvimento tecnológico foi-se afastando do meio ambiente: “El hombre actual siente ansiedad incluso en tempos pacíficos y prósperos, porque el mundo tecnológico constitutivos de su âmbito inmediato deja insatisfechas algunas de sus necesidades inalterables, al apartarle del mundo natural donde se produjo su evolución”.

Na história da humanidade as pandemias têm suscitado reações das diversas sociedades que, com salvaguarda dos contextos em que ocorreram, podem servir de exemplo e que devem ser tidos em conta. Recorda Boaventura Sousa Santos (2000:57) que “as epidemias são uma parte constituinte da história da humanidade e constituem ciclos de ameaça à humanidade”. O referido autor considera também (2000:57) que a análise de crises epidémicas passadas podem ser muito importantes fornecendo informação útil que poderá ajudar a enfrentar a atual pandemia da Covid-19 e daí ter dado destaque à vertente histórica na obra em referência:

“O passado pode ajudar a lidar com as crises epidémicas contemporâneas, sobretudo na prevenção de doenças futuras. Procurando identificar pistas que contribuam para um conhecimento aprofundado da crise da Covid-19, três pandemias que marcaram a história da humanidade são analisadas em maior detalhe: a peste, a varíola e a influenza. Uma análise mais completa teria de incluir a análise da cólera, da malária e da febre amarela, que tiveram grande impacto na economia colonial”.

Portanto, a Covid-19, sendo um “fenómeno” pandémico implica, para além dos efeitos a nível nacional, uma dimensão global, característica essa que tem sido sublinhada por diversos autores que têm tratado desta temática. É o caso de Robert Boyer, economista, que considerou, numa obra sua editada em 2020, em plena pandemia, que a Covid-19 surge como um “facto social total” (177:2020), na ótica de Marcel Mauss, conceito esse apresentado pelo autor em referência em 1950 no “Ensaio Sobre a Dádiva”. No caso, entendemos que a Covid-19, apesar das suas implicações a nível universal, é parte integrante mas não deve ser considerado de forma autónoma como “facto social total”. Na introdução à referida obra de Mauss, da autoria de Claude Lévi-Strauss, é desconstruído o conceito de “facto social total”, que, pela sua relevância, é objeto de citação:

“O facto social total apresenta-se, portanto, com um carácter tridimensional. Tem de fazer coincidir a dimensão propriamente sociológica com os seus múltiplos aspetos sincrónicos; a dimensão histórica, ou diacrónica; e, por fim, a dimensão fisiopsicológica. Ora, é apenas nos indivíduos que esta tripla aproximação pode ter lugar” (cf. ob. cit., 2017 [1950]).

No que respeita ao turismo em particular, pode afirmar-se que as crises e desastres integram os principais fatores externos que podem afetar sua atividade. No caso, Stephen Page (2007:442) considera que *“one of the principal external factors that can affect tourism and is highly unpredictable for organizations and countries is a crisis or disaster (man-made or natural)”*. Entre as respostas às crises Page (2007:443) entende que as organizações do turismo devem potenciar algumas capacidades como: *“think creatively and globally, with an ability to apply international best practice in a local context”*. No caso português, é preponderante o “turismo recetor” (“inbound tourism”) pelo que os obstáculos e limitações nas fronteiras aéreas, terrestres e marítimas, impediram a entradas no país de muitos turistas estrangeiros. De qualquer modo, face à globalização, o turismo sendo uma atividade eminentemente local deve ser pensada globalmente. No caso, Burns e Holden (1995:76) salientam que *“by its very nature tourism is thought of as an international business (even though much of it takes the form of domestic tourism), but bring international is not the same as being global”*.

A emergência da crise pandémica em Portugal está bem localizada no tempo. Está comprovado que foi a partir de Março de 2020 (referente aos primeiros casos identificados de contaminados pela Covid-19), que ocorreu uma redução muito significativa da circulação das pessoas no interior dos concelhos, como na mobilidade para o exterior (“outbound tourism”). Houve efeitos em cadeia, afetando, entre outros, a mobilidade dos cidadãos nacionais, a entrada de turistas estrangeiros, a frequência dos meios de acolhimento e a atividade de restauração. Com referência ao turismo, foram também afetadas todas as entidades e atividades que de forma indireta contribuem para a atividade turística nacional.

A circulação interna dos residentes tem sido muito condicionada, o que tem afetado, de forma muito evidente, o turismo doméstico, e significou um decréscimo acrescido do turismo interior. Considerando as duas componentes do turismo interior, ou seja, o turismo recetor (“inbound tourism”) e o turismo doméstico, dir-se-á que a redução do número de turistas nas duas “categorias” provoca efeitos cumulativos na frequência turística. Para além do declínio da procura observado em tempo de pandemia ter-se-á em atenção a questão da sazonalidade do turismo.

3. Ambiente e sustentabilidade no turismo

A OMT/UNWTO (2003:24) apresenta, desde longa data, um conjunto de princípios com grande relevância para o desenvolvimento sustentável do turismo que merecem, na atual conjuntura, particular atenção sobretudo por parte dos principais

agentes implicados no “fenómeno” turístico. A “*qualidade ambiental geral da área turística*” constitui um princípio genérico que teve acolhimento, sendo preconizado que a referida qualidade deve ser mantida e melhorada quando necessário. Considera-se inclusive que o nível elevado da qualidade ambiental constitui não só um requisito importante para os turistas como para a própria população local. Um dos princípios respeita à questão dos recursos. Considera-se no mesmo que “*Os recursos naturais, históricos, culturais e outros voltados ao turismo são conservados para que continuem a ser utilizados no futuro sem deixar de trazer benefícios para a sociedade atual*”. Entenda-se no caso que a degradação ou destruição dos recursos pode pôr em causa o futuro do turismo.

Embora se faça uma referência particular à preservação dos recursos, importa notar que, para tal, é necessário que os agentes, públicos e privados, com intervenção na atividade turística e patrimonial disponham de condições para que possam desenvolver as suas atividades. Para isso, no caso dos destinos turísticos, é necessário que haja uma frequência (procura) que permita que os meios de acolhimento, de restauração e de lazer, entre tantos outros, possam ter as contrapartidas económicas necessárias para o incremento das atividades em que estejam envolvidos, e para a manutenção ou, principalmente, a melhoria da qualidade da oferta, ou seja, dos equipamentos e dos serviços.

Quanto ao planeamento da atividade turística, tendo como objetivo a sustentabilidade de um destino turístico, considera Valls (2004: 50) que “*sea cual fuere la tipología de destino y el modelo de desarrollo, la planificación deberá fundamentarse en la preservación del equilibrio entre la población residente y la población turística*”. Entende Valls (2004: 18) que “*cada destino deberá decidir cuál es capacidad de carga que quiere aplicar en su territorio*” (Valls, 2004: 18). No entanto, o mesmo autor (2008:50) estabelece um limite para a intensificação da frequência turístico num espaço determinado sem pôr em causa a sustentabilidade. Assim, assinala que “*el número de turistas pueden evolucionar exponencialmente, pero sólo hasta que se alcance la capacidad de carga*”.

A sustentabilidade do turismo, considerando o caso particular dos ambientes rurais, deve constituir um processo muito participado que envolva os agentes direta e indiretamente implicados. Segundo Crosby e Prato (ob. cit. 2009: 41)

“...el turismo no será sostenible si no se garantiza la participación de la comunidad local en el proceso de toma de decisiones, así como en la gestión del entorno (ambiental, económica y sociocultural), acompañado de los demás sectores y actores interesados como son el sector público o gubernamental, el

sector privado y el llamado de las organizaciones no gubernamentales y los diferentes grupos de presión social que existieran en los mismos. De esta manera se garantiza que no sean factores externos los que dominen los criterios para establecer las estrategias de desarrollo local sustentable”.

Para Valls “La interpretación de la naturaleza y patrimoniales se encuentran en el arranque de toda a actividad turística, constituyen el origen de la razón de ser de las experiencias y, por ello, son la materia prima, tanto para el sector como para los turistas” (2004:44).

4. Tendências, impactes e assimetrias regionais no turismo português

A pandemia suscitou impactes muito negativos na atividade turística portuguesa pela redução da atividade hoteleira e da restauração. Uma análise comparativa entre períodos homólogos dos anos de 2019 e 2020 evidenciam a referida redução da atividade turística. Através de um gráfico de barras (figura 1) foi possível comprovar o declínio muito significativo da frequência de turistas (hóspedes) no ano de 2020, comparativamente ao ano de 2019, por regiões (NUTS II) considerando o conjunto dos alojamentos turísticos (meses de janeiro a Outubro). O gráfico permite observar as quebras registadas na frequência turística a partir de Março de 2020 (inclusive).

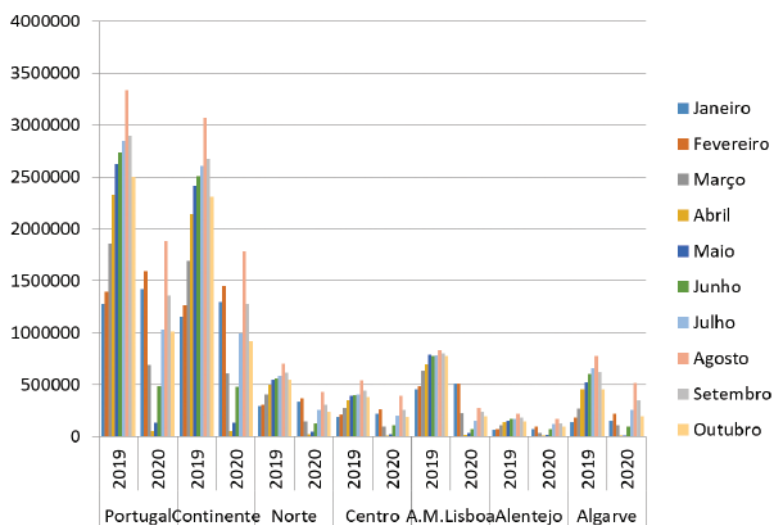


Figura 1. Hóspedes (Nº) nos estabelecimentos de alojamento turístico por Localização geográfica (NUTS 2013) no conjunto dos alojamentos turísticos; Mensal-INE - Período de referência dos dados: Janeiro a Outubro de 2019 e 2020.

Fonte: INE - “Inquérito à permanência de hóspedes na hotelaria e outros estabelecimentos” (elaboração própria)

Notas: (1) Janeiro a Setembro de 2020 - dados provisórios; Outubro de 2020 - dados preliminares;

(2) Alojamento local com 10 ou mais camas

As entidades com responsabilidade na área do turismo têm promovido a produção de documentos, alguns dos quais de diagnóstico, outros com caráter orientador e programático, cuja aplicação tem permitido comprovar a existência de marcadas assimetrias no que respeita à distribuição dos recursos turísticos a nível nacional (considerando apenas a oferta do continente), à procura, e aos rendimentos obtidos. É o caso da “Estratégia Turismo 2027”, referencial estratégico de longo prazo para o turismo em Portugal, editado em 2017⁷ no qual se apresenta não só uma visão a longo prazo como se prevê uma ação a curto prazo. Para além das assimetrias regionais, assinala-se e, em alguns casos, ilustra-se a subutilização dos recursos instalados. O referido documento, cuja década que foi objeto de análise se refere ao período 2005 a 2015, comprova que, para além das assimetrias a nível regional, foram registados alguns indicadores positivos.

Em 2014, 90,3% das dormidas do país (continente) concentravam-se no litoral (87,2% em 2004). Essa tendência acentuou-se no decurso dos 10 anos do período de referência. Acresce ainda, quanto às assimetrias que, em 2015, as dormidas se concentraram em três regiões (73%). Registou-se também uma tendência para o alargamento da atividade turística a meses com menor procura, como para a diminuição do índice de sazonalidade (de 37 para 35%); o aumento de 14,2% no emprego turístico; o crescimento significativo em todas as regiões sendo (no continente) de 13% no Porto e Norte e de 11% no Alentejo; a diversificação dos mercados; o crescimento de 5% no mercado interno; o crescimento muito significativo do número de empresas de animação turística (mais 1500 empresas); o aumento de 1 milhão e meio de lugares na capacidade aérea.

Os indicadores estatísticos comprovam no essencial que, no que respeita à evolução da atividade turística no continente português, até finais de 2019, se registou uma carga excessiva sobre alguns ambientes, sobretudo no caso dos destinos urbanos e litorais. Agora, em resultado das ações incrementadas em resultado de um fator exógeno perfeitamente identificado, (a pandemia), registou-se uma redução inesperada e muito significativa da atividade turística (caso do turismo recetor e do turismo doméstico) que, mesmo nas regiões de maior afluxo de turistas, tem provocado efeitos muito negativos. Para se avaliar da intensidade da atividade turística no continente português foi considerada a frequência turística por áreas geográficas, considerando a distribuição geográfica dos empreendimentos turísticos, a sua localização por áreas mais e menos urbanizada, urbanas ou rurais, litorais ou interiores.

⁷ A “Estratégia Turismo 2027” (ET27) foi aprovada pela Resolução do Conselho de Ministros nº 134/2017 de 27 de Setembro.

A repartição geográfica dos meios de acolhimento comprova que se regista uma concentração significativa por parte da hotelaria nas zonas litorais (cf. Quadro 1) pelo facto dos meios de acolhimento integrantes da hotelaria estarem situados predominantemente no litoral, de carácter urbano, sejam ou não balneares, ambientes esses que são os de maior procura turística. Acresce ainda o facto do Alojamento Local AL), meio de acolhimento turístico que teve um crescimento significativo nos últimos anos, se concentrar também de forma muito significativa nas zonas litorais (cf. Quadro 1).

Quadro 1. Repartição por áreas costeiras/não costeiras, segundo os segmentos de alojamento, 2019 (valor em percentagem)

	Hotelaria		Turismo Espaço Rural e de Habitação		Alojamento local	
	Zonas costeiras	Zonas não costeiras	Zonas costeiras	Zonas não costeiras	Zonas costeiras	Zonas não costeiras
	%	%	%	%	%	%
Estabelecimentos	68,4	31,6	21,5	78,5	70,5	29,5
Camas	82,2	17,8	21,8	77,2	73,4	26,6
Hóspedes	77,6	22,4	23,7	76,3	77,4	22,6
Dormidas	86,2	13,8	31,7	68,3	82,8	17,2
Proveitos totais	88,3	11,7	33,6	66,4	83,2	18,6
Proveitos de aposento	89,2	10,8	34,0	66,0	86,0	14,0

Fonte: INE – Estatísticas do Turismo, 2019 (elaboração própria)

A concentração predominante da hotelaria em zonas costeiras é reforçada pelo facto de constituir o meio de acolhimento com maior capacidade de ocupação-cama, estando também situado em regiões de maior procura turística (cf. Quadros 2a e 2b).

Em contrapartida, tanto o Turismo em Espaço Rural (TER) como o Turismo de Habitação (TH) se concentram em zonas menos urbanizadas (cf. Quadro 1) que são aquelas que podem proporcionar um contacto mais intenso com o ambiente natural. Para além de estarem localizadas em zonas não costeiras (menos urbanizadas) possuem também capacidades de acolhimento menos significativas, o que comprovar-se através dos Quadros 2a e 2b.

Quadro 2.a. Capacidade (cama) de alojamento, segundo o tipo, por regiões NUTS II 2019 e 2020Unidade: N^o

NUTS45.744	Alojamentos Turísticos	Hotelaria					
		Hotelaria	Hotéis	Hotéis -apart.	Apart. Turísticos	Aldeam. Turísticos	
	total	total	total	total	total	total	
Portugal	2019	443.157	328.577	224.761	45.744	35395	18.432
	2018	423.152	321.010	216.883	44.233	35817	19.968
Continente	2019	389.817	285.468	193.526	...	33.045	...
	2018	366.426	279.674	187.154	...	33.492	...
Norte	2019	73.987	46.141	43.429	934	771	303
	2018	66.501	44.210	41.680	...	749	...
Centro	2019	63.673	41.679	37.739	1.355	597	1.254
	2018	60.646	41.936	37.590	1.473	749	1.385
AM Lisboa	2019	92.174	66.174	58.489	3.876	2.089	1.145
	2018	84.184	63.596	56.644	3.597	1.625	1.169
Alentejo	2019	25941	17.711	8.441	...	1.254	...
	2018	23.852	13.427	8.038	2.464	1.192	1.095
Algarve	2019	134.042	117.763	45.428	29.343	28.334	14.330
	2018	131.243	116.505	43.202	28.120	29.126	15.729

Fonte: INE –Inquérito à Permanência de Hóspedes na Hotelaria e Outros Alojamentos (elaboração própria)

O TER e o TH, localizados principalmente em regiões de baixa densidade populacional, têm não só uma capacidade (cama) de acolhimento bastante (cf. Quadro 2b). As taxas de ocupação são também normalmente muito modestas, situação que, paradoxalmente, foi atenuada após a emergência da pandemia.

Quadro 2.b. Capacidade (cama) de alojamento, segundo o tipo, por regiões NUTS II 2019 e 2020Unidade: N^o

NUTS	Hotelaria		TER e TH total	Turismo no Espaço Rural (TER)				Turismo Habita. (TH) total	Alojam. Local total
	Pousadas e Quintas Madeira total	Agroturismo total		Casas de Campo total	Hotéis rurais total	Outros TER total			
Portugal	2019	4.245	26.583	4.532	12.969	3.939	1.420	3.723	87.997
	2018	4.109	23.987	4.009	11.190	3.748	1.461	3.579	78.155
Continente	2019	3.015	24.166	4.329	11.801	3.492	1.071	3.473	80.183
	2018	2.967	21.710	3.853	10.114	3.255	1.156	3.332	66.042
Norte	2019	704	9.383	1.786	3.963	1.435	523	1.676	18.463
	2018	752	8.456	1.590	3.400	1.350	522	1.594	13.835
Centro	2019	734	6.119	712	3.347	780	206	1.074	15.875
	2018	688	5.549	577	2.888	780	219	1.085	13.161
AM Lisboa	2019	575	318	66	124	0	24	104	25.682
	2018	561	250	...	109	0	...	77	20.338
Alentejo	2019	674	6.459	1.336	3.309	991	258	565	5.771
	2018	638	5.872	1.285	2.874	844	351	518	4.553
Algarve	2019	328	1.887	429	1.058	286	60	54	14.392
	2018	328	1.583	...	843	281	...	58	13.155

Fonte: INE –Inquérito à Permanência de Hóspedes na Hotelaria e Outros Alojamentos (elaboração própria)

Os dados apresentados nos Quadros 2a e 2b, correspondem a um intervalo temporal muito restrito (2018 e 2019), correspondente ao período imediatamente anterior ao da emergência da pandemia⁸. Os dados apresentados permitem comprovar que o Alojamento Local já dispõe de mais do dobro dos meios de acolhimento (camas) relativamente ao TER e ao TH. No entanto, tal capacidade de acolhimento é ainda mais significativa quando sabemos que os dados apresentados pelo INE não contemplam o AL que tenha menos de 10 camas, o que sugere que os meios de acolhimento disponíveis (camas) é muito mais significativo.

Os estudos e diretivas sobre o ordenamento do território tal como os diagnósticos/avaliações sobre o “estado” do turismo em Portugal, permitem comprovar que, apesar das múltiplas medidas e iniciativas, não tem havido mudanças muito significativas

⁸ Não foi analisado um período mais longo por se saber que os dados apresentados vêm na linha de um crescimento “sustentável” da procura turística no continente português.

que tenham permitido contrariar as assimetrias, o despovoamento de algumas regiões, as cargas excessivas sobre o meio ambiente. Na sequência da emergência da pandemia verificou-se uma procura mais intensa por parte dos turistas domésticos, em particular, pelos ambientes naturais evitando-se assim as zonas mais saturadas. Os ambientes rurais, considerando o TER e o TH, no que respeita à taxa líquida de ocupação-cama, com referência aos meses de Janeiro a Outubro de 2020 (comparativamente aos dados homólogos de 2019), tiveram uma ocupação mais significativa na chamada época alta relativamente à hotelaria (vide Quadro 3).

Quadro 3 . Taxa Líquida de ocupação cama (%) nos estabelecimentos de alojamento turístico por Localização geográfica e Tipo (alojamento turístico); Mensal

CONTINENTE

Período de referência dos dados: Janeiro a Outubro de 2019 e 2020

Meios de Acolhim.	Anos	Meses									
		Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Julh.	Ago.	Set.	Out.
Hotelaria	2019	28,1	34,0	40,3	52,1	54,1	59,9	65,7	75,3	63,2	53,3
	2020	30,1	36,8	16,8	5,4	7,4	14,4	26,5	46,9	32,9	20,2
Hotéis apart.	2019	24,2	32,2	36,4	50,2	51,2	60,6	72,1	80,9	62,8	50,3
	2020	25,2	36,1	17,7	5,8	5,3	14,5	28,8	54,2	37,2	17,8
Apart. Turísticos	2019	20,6	28,3	27,8	41,4	42,5	55,5	68,1	75,3	56,4	42,5
	2020	19,6	29,1	17,6	6,5	8,7	15,6	25,8	48,1	32,1	16,2
Aldeam. Turísticos	2019	18,5	24,7	28,8	40,9	38,3	49,0	62,0	72,1	49,7	41,4
	2020	19,6	28,6	17,1	4,2	5,7	15,3	30,1	56,7	33,1	18,0
Alojam. Local.	2019	23,0	26,1	29,1	36,1	37,9	41,2	44,8	51,4	42,6	35,7
	2020	22,7	26,6	14,8	10,2	10,6	14,0	20,5	32,6	24,2	17,8
TER e de Habit.	2019	9,6	11,5	14,2	21,5	21,1	26,8	32,0	46,2	28,4	19,7
	2020	10,5	14,5	7,3	8,4	8,6	19,8	30,4	45,6	26,8	16,7

Fonte: INE, Inquérito à permanência de hóspedes na hotelaria e outros alojamentos (elaboração própria)

Nota(s): (1) Alojamento local com 10 ou mais camas

No caso, muitos empreendimentos turísticos integrantes do TER e do TH, adotaram um conjunto de medidas, algumas das quais promovidas pelo Turismo de Portugal, EP, caso da atribuição do selo “**Estabelecimento Clean & Safe**”, que implica um protocolo Interno pela adoção medidas de higienização e segurança dos equipamentos e superfícies. A resiliência como resposta à pandemia por parte do TER e do TH

podem ter efeitos muito positivos para a revitalização de regiões muito debilitadas como é assinalado por Arturo Crosby et. al. (2009:32):

“El turismo rural tiene vários efectos positivos en el desarrollo económico de las áreas rurales, entre los que podemos destacar, en primer término la presencia de un mercado en expansión y con un crecimiento sostenido para los próximos años, en comparación con otros mercados turísticos tradicionales. Su amplio efecto multiplicador en el resto de los sectores de las economías locales facilita, al mismo tiempo incentivos para fijar la población y evitar o mitigar la migración a las grandes urbes, como tradicionalmente ha ocurrida en las áreas rurales”.

Portanto, o turismo no espaço rural e o turismo de habitação podem contribuir para a revitalização de muitas áreas do interior do país, a manter--se, na fase pós pandemia, o interesse particular na procura de alguns tipos de turismo mais próximos do ambiente, com reforço da procura do TER e do TH. As medidas governamentais de estímulo ao incremento de atividades económicas, ao apoio à tesouraria das empresas afetadas pelo confinamento, e à fixação de pessoas nas áreas do interior mais debilitadas⁹ poderão contribuir para a consolidação dos recurso económicos, sociais e culturais e ir ao encontro da referida procura acrescidas por parte dos turistas às referidas regiões e tipologias turísticas.

Conclusão

Com a pandemia, COVID-19, a questão ambiental passou a estar no centro das agendas políticas e sociais por se saber que o excesso das cargas sobre o meio suscita problemas ambientais, afeta os equilíbrios dos ecossistemas, sendo elementos facilitadores da emergência das pandemias e para a sua proliferação. As pandemias, têm um carácter cíclico e suscitam, a nível internacional e nacional, impactes muito significativos em praticamente todos os setores de atividade a nível económico, social e cultural. Em contrapartida com as pandemias surgem as oportunidades. O turismo foi um dos setores de atividade mais afetado pela atual pandemia. No caso português, a COVID-19 suscitou impactes muito significativos na atividade turística, afetando a hotelaria, a tipologia com maior procura, com efeitos negativos significativos em

⁹ Refira-se a medida “Emprego interior mais - mobilidade apoiada para o Interior Sustentável” inserida no Programa “Trabalhar no interior” (aprovado pela Resolução do CM nº 16/2020 de 27 de Março) e o “Programa Apoiar” este destinado a apoiar a tesouraria de micro e pequenas empresas afetadas pelo confinamento (regulamentado pela Portaria nº 271-A/2020 de 24 de Novembro).

toda atividade econômica e cultural desenvolvida nas zonas litorais. No entanto, em contrapartida observou-se uma procura acrescida pelos ambientes naturais, interiores, pela utilização predominante do TER e do TH, ambientes esses e tipologias de acolhimento turístico que melhor têm resistido ao confinamento. O interesse acrescido para o acesso a regiões naturais para fins turísticos pode constituir um estímulo acrescido para a fixação de novos agentes e atividades econômicas ligadas ao turismo, com consequentes efeitos multiplicadores na atividade desenvolvida nas referidas regiões, e à revitalização daquelas que apresentam baixa densidade populacional, algumas já desabitadas, com habitantes muito envelhecidos.. A nível nacional tem sido incrementadas por parte de entidades com responsabilidades em questões ambientais e de turismo medidas legislativas, regras e orientações que podem ter utilidade não só na gestão sustentável dos espaços públicos como nos privados na “nova normalidade”. Os agentes interessados, direta e indiretamente, no setor turístico têm enfrentado os problemas de forma proactiva, responsável e criativos, dando respostas de forma responsável, criativa, contribuindo em muitos casos, de forma significativa, para a recuperação da atividade turística e para a sustentabilidade ambiental.

Referências Bibliográficas

- Beck, Ulrich (2002). *La sociedad del Riesgo Global*. Madrid: Siglo Veintiuno
- Boyer, Robert (2020). *Les capitalismes à l'épreuve de la pandémie*. Paris: La Découverte
- Burns, P. e Holden, A. (1995). *Tourism a new perspective*. Prentice Hall International
- Canclini, Néstor Garcia (1999). *La Globalización Imaginada*. Madrid: Paidós
- Careto, H. e Lima, J. (cords.) (2006). *Turismo e Desenvolvimento Sustentável 1*. Lisboa: GEOTA
- Crosby, Arturo (ed.) (2009). *Re-inventando el turismo rural: Gestión y desarrollo* 2 nd. ed. [1ª ed. 2007]., Barcelona: Laertes
- Dubos, René (2016). *Pensar Globalmente, Actuar Localmente*. Clássicos do Pensamento Crítico. Madrid: Catarata
- Diário da República Eletrónico (2020). Decreto-Lei n.º 24/2020 de 25 de maio. **<https://dre.pt/application/conteudo/134394010>**
- Flecha, R.; Gómez, J.; Puigvert, L (2013). *Teoria Sociológica Contemporânea*. [1ª ed. 2001]. Barcelona: Paidós

Mauss, Marcel (2017). *Ensaio Sobre a Dádiva*. Lisboa: Edições 70, [1ª Ed. 1950] OMT/WTO (2003). *Guia de desenvolvimento do Turismo Sustentável*. Porto Alegre: Bookman

Page, S. J. (2007). *Tourism Management: Managing for Change*. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2 nd. ed. [1ª ed. 2003]

Rojo, Maravillas Rojo e Marin, Pedro M. Arcebillo (2019). *Aprender com Las Ciudades: Estrategias para ganar el future*. Barcelona: Octaedro

Santos, Boaventura de Sousa (2020). *O Futuro Começa Agora: Da Pandemia à Utopia*. Lisboa: Edições 70

Turismo de Portugal, EP (2017). *Estratégia Turismo 2027: Liderar o Turismo do Futuro*: **<https://www.turismodeportugal.pt/SiteCollectionDocuments/estrategia/estrategia-turismo-2027.pdf>**

O papel dos GAL (Grupos de Acção Local) no modelo de turismo pós 2020

Jorge Manuel Sousa de Abreu Rodrigues

coordenador@adirn.pt

Resumo

O Objetivo deste documento é uma abordagem sobre o Impacto do COVID-19 no turismo, e em especial nos territórios de interior, rurais e de baixa densidade bem como no tecido económico baseado nas microempresas.

Com base num breve diagnóstico, pretende-se dar um contributo para o que poderá ser o papel da intervenção dos GAL (Grupos de Acção Local), gestores do Desenvolvimento Local de Base Comunitária para os novos desafios do novo modelo de turismo pós 2020.

Abstract

The objective of this document is an approach of COVID – 19 Impact in the tourism, and especially in low density, rural, inland territories as well as on the economic fabric based on microenterprises.

Based on a brief diagnosis, we intend to make a contribution to what may be the role of the intervention of the LAGs (Local Action Groups), managers of Community Based Local Development for the new challenges of the new post 2020 tourism model.

Palavras-chave

Novo turista; Segurança sanitária; Micro destinos; Capacidade de carga do “Território Turístico”; Experiências não turísticas.

Keywords

New tourist; Health security; Micro destinations; Load capacity of the “Tourist Territory”; Non-tourist experiences.

Introdução

Considerando o momento extraordinário que se vive mundialmente, devido á crise pandémica associada ao COVID 19, todos os sectores de actividade estão a viver momentos de grande contenção, destacando o turismo como o sector mais afetado e aquele onde o impacto financeiro será maior. Importa por isso, que todos aqueles que participam e trabalham na área do turismo, contribuam na procura de soluções para "reinventar" e reerguer este sector.

O documento agora apresentado, pretende ser mais um desses contributos, focado nos territórios de interior, rurais e de baixa densidade bem como no tecido económico baseado nas microempresas, baseado num breve diagnóstico da situação a esta data e no papel dos GAL/DL no apoio à economia local.

1. Breve diagnóstico da situação à data

A indústria do "Turismo" é relativamente recente e a sua massificação ainda mais recente.

No início, nem todos os indivíduos tinham direito a férias. E para os que tinham, fazer turismo, uma simples viagem, era um luxo. Mais tarde, com o aparecimento das companhias low cost, com a subida dos rendimentos, com a globalização em que o mundo se torna mais pequeno, o turismo e as férias passaram a ser um direito acessível a todos.

O tráfego aéreo passou a apresentar constantes congestionamentos, os aeroportos mostram-se insuficientes, a explosão de hotéis e outras formas de alojamento ocuparam todo o território com o apelidado "potencial turístico".

A orla costeira ficou em muitos locais com uma muralha de betão, as ilhas paradisíacas atoladas de resorts, as cidades com mais ou menos história foram invadidas pelos que queriam fugir à praia, até o campo se tornou moda e como ultimo refúgio de um turismo de experiencias e de vivências menos massificadas.

Este cenário que vivíamos apenas há uns escassos meses, faz parte da história, não sabemos se alguma vez voltará a existir. De repente o mundo parou e o turismo foi o primeiro a sentir!

Pretende-se com esta reflexão perspetivar o impacto nas microempresas, principalmente nas zonas de interior. Como sobreviver e como o Desenvolvimento de Base Local pode contribuir.

Naturalmente que estamos a escrever este breve texto, em Março de 2020 e ninguém sabe o que se vai passar em Junho de 2020. Pode acontecer que tudo passe e que tudo fique na mesma. Acreditamos, para esta reflexão que o impacto do COVID 19 será duradouro.

O que está a acontecer aos diversos “players” do turismo?

Aviação

Até agora verificava-se que as companhias aéreas operavam com preços esmagados pela concorrência, viabilidade assente em elevado número de passageiros e mínimo tempo das aeronaves no solo. Mesmo assim, muitas com resultados negativos. A paragem de atividade de pelo menos três meses resultará em certo nalgumas falências ou fusões.

Após Junho de 2020, necessariamente, existirá menos vontade de viajar, menos vontade de partilhar o espaço limitado dos aviões. Espera-se uma redução da oferta e da procura. Provavelmente, iremos voltar aos preços altos e voar será uma coisa mais exclusiva e restrita. Numa primeira fase, serão só os voos de negócios ou estritamente necessários. Serão evitados voos de longa duração, só após o ganho de confiança de novo se voltará as “viagens de férias”. O Mundo vai deixar de ser pequeno. Por esta via teremos menos turistas externos mas com mais poder de compra. Talvez nem seja mais necessário um novo aeroporto em Lisboa.

Agências de Viagem

Já se debatiam com momentos difíceis, sem comissões das companhias aéreas, cada vez mais a assistir à venda direta dos hotéis onde com a facilidade que hoje todos os consumidores podem organizar o seu programa de férias na internet. Acrescido de uma legislação europeia que as obriga a assumirem a responsabilidade de tudo o que possa correr mal e com operadores que cada vez mais se posicionam também como retalhistas. Atualmente, como pode sobreviver uma empresa que vive de comissões pelos seus serviços de marcação de viagens, sendo que ninguém se desloca entre países e continentes?

E a organização de grupos? De excursões? Nos próximos tempos, irão existir clientes para compartilhar o espaço de um autocarro de 50 lugares? Realizar visitas de grupo, quando todos ainda pensam no isolamento social?

Os agentes de viagens desde há algum tempo, com a entrada das vendas online, se posicionam mais como consultores de viagens do que como vendedores comissionistas. Parece-me que no futuro breve, tudo se vai passar online!

Mesmo assim, será o fim das agências tradicionais? Conseguem os agentes de viagens posicionar-se como produtores de conteúdos personalizados?

Hotéis

Até esta data foram registados cancelamentos numa média de 70% das reservas. Alguns casos houve, em que a opção foi pelo encerramento provisório das unidades. Não se sabe como vai ser o próximo Verão. No entanto parece-nos que a maioria das pessoas vão tentar evitar espaços compartilhado por muita gente. Ou seja, serão privilegiados os hotéis de menor dimensão e cujos conceito ou espaço comum seja reajustado para que não se verifiquem aglomerados de pessoas.

Em Portugal nos últimos anos verificou-se o surgimento de inúmeras novas unidades, principalmente em Lisboa e Porto, mas também um pouco por todo o país. Muitas destas unidades ainda estavam no arranque sem atingirem o ponto de equilíbrio financeiro, na expectativa do contínuo crescimento do turismo. Alavancadas por apoios reembolsáveis do Turismo de Portugal e/ ou crédito bancário, estão agora numa situação que poderá ser complexa. A oferta vai exceder a procura, prevê-se grande quebra no mercado externo, e a solução passará por tentar cativar o mercado interno.

Alojamento Local e Hostéis

A situação do AL e Hosteis será muito diversa nas unidades localizadas em cidade e nas que estão localizadas fora dos grandes centros urbanos. Verificando-se a quebra dos voos low cost e chegada de turistas às cidades em geral, é previsível que o excesso de oferta hoteleira faça baixar os preços nas unidades de 3, 4 e 5 estrelas. Então a oferta do Alojamento Local, pode sofrer quebras assinaláveis. Nos Hosteis certamente se irá assistir a uma redução da procura dos quartos partilhados. O fenómeno que surgiu como resposta à grande procura de alojamento em Lisboa e no Porto, em especial nos centros e edifícios históricos, pode sofrer uma reversão, voltando a ser apenas um complemento à oferta hoteleira. Os proprietários dos AL's, rapidamente os transformarão em locais para habitação permanente.

Nos AL's e Hosteis fora dos centros urbanos a realidade é outra. Normalmente são unidades mais pequenas, com muita qualidade e diferenciadas. Vão naturalmente atravessar um ano difícil, mas pela sua menor dimensão espera-se uma maior resiliência.

Esta análise também é válida para o Turismo em Espaço Rural.

Animação Turística e Eventos

Eventos cooperativos cancelados, espetáculos cancelados, museus e monumentos fechados, eventos desportivos cancelados, dezenas de microempresas e empresários em nome individual em graves constrangimentos financeiros, onde a recuperação será difícil para muitos.

Restauração

O encerramento obrigatório dos restaurantes, autorizando apenas o serviço de take away, permitiu a manutenção da atividade para algumas unidades de restauração. Sendo espaços por excelência de encontro e de convívio, não será fácil o retorno à atividade normal, sem o controle da pandemia. Alguns registam perdas só no mês de março de montantes significativos, cancelamentos de grupos mas também individuais. Sem restauração dificilmente conseguiremos voltar a ter turistas.

Em Portugal, até esta data, o turismo representava cerca de 15 % do PIB, 300.000 postos de trabalho e liderava a recuperação económica do país. Como será esta conta no final do ano?

Hoje as previsões são de uma recessão em 2020 que pode chegar a 10%. O cenário macro económico não é muito animador.

2. E agora?

Agora, acreditamos que vai surgir um “novo turista”. Depois do fim das medidas de restrição de circulação e de isolamento social, as pessoas naturalmente vão sentir necessidade de retomar os hábitos de toda uma vida. No entanto, responsabilmente, vão procurar modos de vida e de férias mais seguros. O novo turista irá procurar segurança sanitária acrescida, locais com pouca pressão turística, unidades de alojamento, restauração e visitação de pequena dimensão, partilha de experiências ou eventos com poucos participantes e em que seja garantido que existe espaço entre as pessoas.

A “Segurança Sanitária” será desde já a palavra-chave para a recuperação da vontade de viajar.

Os fornecedores de serviços turísticos e não só, devem incorporar novos hábitos e devem comunicar de que forma implementarão essas medidas.

Medidas simples, como dispensadores de máscaras e luvas, desinfecção periódica dos locais, medição de temperatura e verificação de sintomas quer nos colaboradores das unidades de turismo, quer no acesso de turistas aos aeroportos, à região, ao alojamento.

Será possível implementar um cartão sanitário para turistas e viajantes? Criar um atestado de saúde para os colaboradores que estão em contacto com o público? As primeiras App de rastreio sanitário já estão a ser implementadas na Ásia...

No entanto, até que surja outra solução, o isolamento social é a forma mais eficaz de combater o contágio e a propagação do vírus. A tendência será para a procura de destinos com menor pressão, com unidades de alojamento com poucos quartos e um ambiente em que se possa viver sem aglomerados populacionais. Ou seja, o que normalmente associamos ao interior, ao mundo rural e à baixa densidade.

Existirá uma procura por ambientes mais confinados geograficamente, mas controlados de acessos massificados, mais especializados e temáticos. O que poderemos chamar de “micro destino”.

A experiência a proporcionar a este novo turista, passa por apresentar uma oferta muito personalizada. Os “micro-destinos” terão tendência a especializar-se. Não existirá muita procura por grandes festas, eventos ou discotecas com capacidade de milhares de pessoas. Será valorizado, por exemplo, o passeio pedestre com um grupo de quatro pessoas ou um destino em que as pessoas só vão para observar aves. Existindo uma especialização e uma pulverização de “micro destinos”, cada consumidor poderá selecionar as temáticas que pretender, sabendo que nesse local só encontrará maioritariamente os adeptos desse nicho de mercado. “Micro destino” estará associado à especialização e a nichos de mercado.

A personalização da oferta permitirá a oferta das “Experiências não turísticas”. Ou seja, vamos facilitar a inserção do turista nas comunidades, permitir-lhes viver como os locais, vivenciarem o que de genuíno tem cada “micro destino”. Só possível com a aceitação dos residentes locais em que esta nova prática não lhes vai destruir

a sua herança cultural e afetiva, nem colocar em risco o seu bem-estar, incluindo também e em especial as questões de saúde.

Considerando estas novas tendências, importa antecipar qual deverá ser a resposta do setor.

Desde logo, importa definir a capacidade de carga do “Território Turístico”. Para se manterem as vantagens dos novos “micro destinos”, não podem nem devem ser criadas condições para uma sobrepressão turística.

Os territórios de interior alvo de atenção nestes últimos anos, beneficiaram de políticas com discriminação positiva. O turismo foi em muitas situações a fórmula para tentar inverter a desertificação humana e a ausência de soluções para a economia local. Poderão ser agora tentados pelo imediato, pela fuga dos locais massificados para os de baixa densidade. Importa controlar este efeito, de imediato.

Importa em cada “micro destino” estudar e definir a capacidade de carga. Parece-nos que a oferta existente até agora adaptou-se à procura e de um modo geral permitiu que os territórios mantivessem as suas características. Importa limitar essa oferta.

Uma das formas de o conseguir é limitar o surgimento de novas unidades de alojamento. Verificar a oferta existente à data de Março de 2020 e não permitir aumento do número de camas nos próximos 5 anos. Não direccionar apoios comunitários para esse fim.

Existem muitas microempresas que foram apoiadas no quadro 2020, que estão na fase de arranque e/ou consolidação do seu negócio, que necessitam de apoio para ultrapassar esta crise. Os apoios públicos devem ser direccionados para estas microempresas do interior.

As microempresas turísticas localizadas em territórios de interior, rurais e de baixa densidade são essenciais para manter uma atividade nestes territórios, devem ver a sua sustentabilidade financeira assegurada por apoios nesta fase inicial e mais tarde por uma valorização da sua oferta.

A carga máxima dos territórios, pode-se limitar o número de turistas pela oferta de alojamento, mas também se deve ter em conta o número de visitantes. Uma das formas de o controlar será limitar a dimensão dos grupos para cada uma das atividades que se possam realizar nesse território e adicionalmente cobrar uma taxa

pela visitação do “micro destino”. Esta taxa seria utilizada para o equilíbrio ambiental, social e económico do micro território.

O modelo de turismo sustentável, que até agora se centrava nas vertentes ambiental, social e económica tem que se ajustar dentro de cada uma destas componentes e acrescentar a componente da segurança sanitária.

Um novo modelo de implementação e gestão de “micro destinos” choca com a tendência mais recente de aposta e promoção de grandes regiões turísticas. Qual o papel que as Entidades Regionais de Turismo e as Agencias podem assumir? A estratégia do turismo 2030 deverá ser reequacionada?

Será possível promover e desenvolver uma profusão de “micro destinos”?

Os mercados em 2021 serão os mesmo que até agora?

Considerando o descrito anteriormente, tudo indica que pelo menos nos próximos anos o turismo viva muito com base e no mercado interno. Serão evitadas as grandes viagens, os voos de longa duração, os destinos mais habituais de férias de sol e praias paradisíacas, ou mesmo de grades centros histórico-culturais. Espera-se um aumento da procura pelo interior, estadias mais prolongadas, menos locais, principalmente pelo turista nacional.

As empresas vão ter que se adaptar, adotando medidas mais rigorosas para higienização, mais formação para os seus colaboradores, oferta de mais “espaço” para cada pessoa, oferta mais personalizada e para grupos mais pequenos. Naturalmente que se espera um aumento da qualidade e conseqüente aumento de preço. Menos turismo, melhor turismo.

Micro será a palavra-chave para o futuro do turismo?

Parece-nos que perdurará no imaginário coletivo, durante algum tempo que não é aconselhável contacto social, assim mesmo depois das primeiras notícias de que o vírus está controlado, as pessoas só irão viajar apenas por necessidade, evitarão os aviões e aeroportos. Não irão selecionar unidades de alojamento e de restauração com grande capacidade. Será o tempo de privilegiar o pequeno, o isolado, o que permita maior distanciamento social. A tendência será a procura de locais com menos gente e a procura de destinos seguros sanitariamente.

Existirá no entanto uma grande carência de “fuga” da rotina de casa. Talvez o escape seja o interior do país, as pequenas unidades. Para que esta resposta seja possível,

sem conter nela os malefícios do turismo descontrolado, urge planear e tomar medidas atempadamente.

Os territórios de baixa densidade vão ter um papel fundamental na retoma da confiança do turismo.

Importa não danificar, importa trabalhar com as populações, empresários e dinâmicas já instaladas.

Se a resposta passa por territórios de interior, rurais e de baixa densidade, um dos interlocutores para esta mudança de paradigma no turismo serão naturalmente dos Grupos de Ação Local.

É urgente definir um modelo de turismo para o ano 2021, sendo que seria desejável que as soluções encontradas fossem aplicáveis nos próximos cinco anos.

3. Papel dos GAL/DL no apoio à Economia Local

O Desenvolvimento Local de Base Comunitária assenta numa metodologia ensaiada com sucesso nos territórios rurais há quase 30 anos, denomina-se “Abordagem LEADER” – Ligação Entre as Ações de Desenvolvimento da Economia Rural e tem por base sete princípios:

- Estratégia Local implementada por território
- Abordagem ascendente
- Parceria local público e privado – Os GAL
- Ações integradas
- Inovação
- Cooperação
- Ligação em Rede

O LEADER é implementado em territórios de pequena dimensão, máximo de 150 mil habitantes, pelos Grupos de Ação Local (GAL)

Considerando o exposto, parece-nos que os GAL serão determinantes nesta nova direção do turismo, um turismo de zonas de interior, rurais e de baixa densidade, um turismo de poucas pessoas, unidade pequenas! “Micro” será a palavra de ordem.

Desde há 30 anos que os GAL lidam com a dimensão “micro”. Capitalizar esta experiência para uma abordagem integrada do turismo é essencial.

OS GAL deverão ser os consultores de estratégias de retoma da “micro oferta turística” de cada território:

- Diagnosticar como se encontra cada micro empresa, cada negócio e no conjunto a oferta do território;
- Estimular redes e encontrar outras soluções que permitam o “território turístico” sobreviver;
- Promover e aplicar políticas públicas de apoio, numa abordagem ascendente e com envolvimento da população;
- Definir a capacidade de carga do território;
- Definir o produto turístico e promover a organização de micro destinos;
- Apoiar a sustentabilidade das empresas (Ambiental, social, económico, segurança sanitária);
- Promover a formação dos agentes e apoiar a mudança;
- Promover o envolvimento da população;
- Dinamizar Redes e Cooperação entre as empresas e entre público e privado;
- Estimular a confiança dos novos turistas;
- Valorizar e promover os “micro destinos”.

As políticas públicas de apoio vão ser determinantes para a sobrevivência da economia nos territórios de interior.

As propostas de crédito existentes nesta data não são de modo algum suficientes para permitir a sobrevivência das micro empresas que operam no interior. De imediato urge criar um modelo que permita:

- Apoio duradouro à manutenção dos postos de trabalho atuais;
- Apoio financeiro não reembolsável à retoma das empresas; (Ex: 50% do valor de faturação perdida no ano de 2020?);
- Apoio à reconversão e ou adaptação de medidas de segurança sanitária;

- Apoio a todas as empresas que façam reuniões e eventos de pequena dimensão no interior do país; (Ex: 50% dos custos?);
- Apoio à Formação para a mudança.

Não fará muito sentido, direcionar os apoios conforme o modelo até agora existente. Apoiar mais oferta de alojamento? De restauração? De animação? Estimular o aparecimento de novos empresários?

Creemos que nesta fase em que a retoma do turismo vai ser lenta e dolorosa, mais vale apoiar os que já estão no terreno, não deixar cair os que tudo apostaram. Esse apoio deve ser realizado de forma muito próxima e individualizada.

Os GAL com a sua experiência e conhecimento de proximidade dos territórios, poderão dar um importante contributo para definir a capacidade de carga de cada um dos “micro-destinos” de interior. Para isso tem que se definir as fronteiras dos “micro-destinos”, suas temáticas e sustentabilidade e propor medidas para monitorizar a sua implementação. Associado a este novo conceito, deverá estar a reorganização dos produtos turísticos e a sua organização por temáticas e produtos âncora de cada um, o estímulo e apoio ao trabalho em rede por parte dos empresários.

Os GAL deverão promover um modelo de turismo sustentável, do ponto de vista ambiental, social, económico e agora também seguro sanitariamente, implementando a certificação de empresas com boas práticas. Trabalhar o aumento de competências e envolvendo a população residente. Com e para a população local!

Deve ser proposto um novo conceito de articulação entre o público e o privado. O Estado deve assumir a proteção das microempresas e estas devem assumir a sua responsabilidade social de manter a empregabilidade.

Os recursos normalmente afetos aos grandes eventos, festivais, festas, feiras, que nos próximos tempos irão ter pouca procura, podem ser agora destinados aos micro eventos realizados ao nível de cada empresa ou de cada rede de empresas. Os GAL poderão apoiar no desenvolvimento deste conceito de animação personalizada dos territórios, fazendo a articulação entre todos eles dando a coerência necessária com vista a enriquecer o produto turístico.

De igual modo o desafio de promover o “micro” com diferentes focos, pode ter uma grande contribuição dos GAL. As ferramentas online serão decisivas, mas a capacitação para a sua utilização bem como a aproximação de quem detém o conhecimento técnico e científico ao pequeno empresário é essencial.

Acreditamos por isso, que os GAL poderão ser um forte contributo para mitigação do impacto do COVID 19 nas microempresas de turismo que operam nos territórios de interior, rurais e de baixa densidade. A grande capacidade de adaptação deste tecido de microempresas poderá dar rapidamente uma resposta à procura do “novo turista”. O “micro” poderá dar um grande contributo para a solução “macro”!

Importância das Capacidades Dinâmicas durante a Pandemia: uma visão qualitativa nas Unidades de Alojamento Local nos Açores

Mike Azevedo

Master student at Polytechnic Institute of Tomar

mike10azevedoo@gmail.com

Jorge Simões

Techn&Art and Polytechnic Institute of Tomar

Departmental Unit Business Sciences

jorgesimoes@ipt.pt

Ruben Loureiro

NECE Research Unit - University of Beira Interior and Polytechnic Institute of Tomar

Departmental Unit Business Sciences

ruben.loureiro@ipt.pt

Resumo

A seguinte investigação tem como o objetivo principal identificar, caracterizar e mensurar a importância das Capacidades Dinâmicas no Alojamento Local na Região Autónoma dos Açores, numa situação pandémica. O método utilizado para a presente investigação foi o inquérito por entrevista, que demonstrou ser o método de recolha de dados mais adequado. No seguinte estudo, conclui-se que o impacto da pandemia foi muito negativo principalmente no Alojamento Local, que se encontrava imparável, numa fase de grande crescimento. No entanto, o impacto da pandemia na Região Autónoma dos Açores só não foi completamente devastador devido, a todas as medidas preventivas que foram tomadas pela região logo no início da pandemia, ao isolamento geográfico do arquipélago, à distinção internacional como *Coronavirus Safest Destination*, às três componentes das Capacidades Dinâmicas presentes nas organizações de Alojamento Local e a todos os recursos que estas adquiriram.

Palavras-chave

Capacidades Dinâmicas, Alojamento local, Pandemia.

Abstrat

The following investigation has as main objective to identify, characterize and measure the importance of Dynamic Capabilities in Local Accommodation in the Autonomous Region of the Azores, in a pandemic situation. The method used for the present investigation was the interview survey, which is based on the most appropriate method of finding data. In the following study, it is concluded that the impact of the pandemic was very negative, mainly on Local Accommodation, which was unstoppable, in a phase of great growth. However, the impact of the pandemic in the Autonomous Region of the Azores was not completely devastating, due to all the preventive measures that were taken by the region at the beginning of the pandemic, to the geographic isolation of the archipelago, to the international distinction as Coronavirus Safest Destination, at three components of the Dynamic Capabilities present in the Local Accommodation associations and all the resources they acquired.

Keywords

Dynamic Capabilities, Local Accommodation, Pandemic.

Introdução

Os estudos das Capacidades Dinâmicas constituem um ramo abundante na área da gestão, mais concretamente para a Gestão Estratégica. Nos últimos anos, o principal foco da gestão estratégica foi a estudo da competição entre as empresas, particularmente a vantagem competitiva sustentável (Penrose, 1959; Wernerfelt, 1984; Barney, 1991; Fernandes et al. 2017), inicialmente através da Teoria dos Recursos e Capacidades e só depois da análise VRIO (recursos valiosos, raros, inimitáveis, organizados).

Os mercados de constantes mudanças, a híper-competitividade das empresas e a existência das críticas à teoria dos recursos é que levou Teece, Pisano, Shuen (1997) a apresentar cientificamente o conceito de Capacidades Dinâmicas tornando-se uma das abordagens mais relevantes no campo da Gestão Estratégica (Gutierrez-Gutierrez, Barrales-Molina e Kaynak, 2018; Fernandes et al. 2017; Hitt, Bierman, Shimizu, Kockhar, 2016).

Porém, a literatura das Capacidades Dinâmicas aplicada ao setor do Alojamento Local é reduzida, devido ao recente aparecimento do setor do Alojamento Local,

que se tornou um tema de debate um pouco por todo mundo, em Portugal incluído, especialmente devido ao seu crescimento exponencial impulsionado pelas novas tecnologias e aos desafios que coloca ao turismo.

Atualmente, o Alojamento Local tem tido um papel importante na recuperação habitacional do país, contribuindo em transformar residências que se encontravam degradadas e desabitadas, tornando-as alvo de interesse turístico.

Com a realização deste estudo é pretendido reforçar a literatura referente às Capacidades Dinâmicas, com o objetivo geral de identificar, caracterizar e mensurar a importância das Capacidades Dinâmicas no Alojamento Local na Região Autónoma dos Açores e com os subseqüentes Objetivos Específicos (Identificar se os gestores dos Alojamentos Locais possuem Capacidades Dinâmicas; Verificar como é que o Alojamento Local se adaptou à nova realidade; Analisar se as Capacidades Dinâmicas foram e são importantes durante a atual pandemia; Perceber o impacto da pandemia nos resultados da empresa).

É de realçar que o presente estudo foi realizado numa situação de pandemia global muito complexa e adversa, em que nenhum dos gestores nem ninguém tinha vivenciado alguma idêntica, em que a mesma abalou todo o mundo e mudou o dia a dia de todos.

Dos mais afetados estão as organizações ligadas ao Turismo, o que tornou a investigação interessante e relevante de se efetuar.

Revisão de Literatura

Capacidades Dinâmicas

Capacidades Dinâmicas são conceitos complexos, que envolvem interação entre indivíduos e estruturas, que estão integradas nos processos e rotinas da organização, e que são difíceis de imitar (Marino, 1996).

Collis (1994) um dos pioneiros do tema Capacidades Dinâmicas, define Capacidade Dinâmica como a capacidade da empresa em inovar mais rapidamente ou de forma melhor que a concorrência.

Na mesma linha de pensamento que Collis (1994), Marino (1996) refere que as Capacidades dinâmicas podem ser entendidas como uma habilidade da empresa em

realizar suas atividades de melhor forma que os seus concorrentes, ou por outro lado, uma habilidade que a organização tem para mudar-se e inovar ao longo do tempo.

Já Teece e Pisano (1994), defendem que Capacidades Dinâmicas são subconjuntos das competências e das habilidades que permitem às empresas criarem produtos, novos processos e responderem às mudanças circunstanciais de mercado.

No entanto, Teece et al. (1997) conceituam capacidade dinâmica como a habilidade da empresa em integrar, construir e reconfigurar competências externas e internas em ambientes de constantes mudanças, o que permite obter uma vantagem competitiva às empresas em mercados de grande dinamismo. Por outro lado, Eisenhardt e Martin (2000) no artigo *Dynamic capabilities: what are they?* identificam Capacidades Dinâmicas como processos que permitem alterar e reconfigurar os seus recursos de modo a obter vantagens competitivas provocando alterações nos mercados. De acordo com os mesmos autores, as Capacidades Dinâmicas e as vantagens competitivas determinam-se nos processos. Processos estes de estratégias para as empresas e não de simples rotinas, que permitem às organizações integrar novos recursos, reconfigurá-los de outro modo e, ou abandonar certos métodos que já não concebam vantagens competitivas.

Posto isto, consta-se que para Teece et al. (1997), Eisenhardt e Martin (2000), o impulsor que conduz as empresas a obterem vantagem competitiva são as Capacidades Dinâmicas que são geradas através da competitividade e da velocidade dos mercados, permitindo às empresas integrar novos recursos, reconfigurá-los.

Zollo e Winter, (2002) defendem que mesmo as empresas que operam em mercados mais estáveis e com menos mudanças, desenvolvem capacidades de integrar, construir e reconfigurar competências internas e externas de forma a obter melhores níveis de eficiência. De acordo com os mesmos autores uma capacidade dinâmica é um padrão aprendido e estável de atividade coletiva por meio da qual a organização sistematicamente gera e modifica suas rotinas operacionais procurando melhorar sua efetividade. Segundo Winter (2003), o termo dinâmico está associado à mudança, portanto, Capacidades Dinâmicas, partindo da identificação de uma estratificação das capacidades organizacionais, são as rotinas ou conjunto de rotinas que operam para expandir, modificar ou criar capacidades habituais. Numa outra perspetiva, Zahra, Sapienza e Davidsson (2006) destacam a importância do gestor ou da direção da empresa no desenvolvimento das Capacidades Dinâmicas que permitem à empresa identificar e explorar oportunidades de negócio. Ainda de acordo com Zahra et al.

(2006), as Capacidades Dinâmicas definem-se na competência de reconfigurar os recursos e as rotinas da empresa da forma desejada e estipulada pela administração.

Andreeva e Chaika (2006), defendem que as Capacidades Dinâmicas são aquelas que capacitam a organização a renovar suas competências-chave conforme ocorrem mudanças no ambiente operacional. Por outro lado, Wang e Ahmed (2007), referem que o desenvolvimento de uma cultura de mudança e a resposta ao mercado é a base da definição de Capacidades Dinâmicas. De acordo com os mesmos autores, Capacidades Dinâmicas é definida como o comportamento organizacional constantemente orientado a integrar, reconfigurar, renovar e recriar seus recursos e capacidades e, mais importante, melhorar e reconstruir suas capacidades essenciais em resposta às modificações do ambiente para atingir e sustentar a vantagem competitiva. Segundo um estudo de Wang e Ahmed (2007), as Capacidades Dinâmicas são constituídas por três capacidades componentes, nomeadamente:

- (a) Capacidade adaptativa;
- (b) Capacidade absorptiva;
- (c) Capacidade de inovação.

A reunião destas três capacidades e as suas habilidades revela o forte componente tácito da capacidade dinâmica. Para Helfat et al. (2007), capacidade dinâmica é a capacidade de uma organização criar, ampliar ou modificar a sua base de recursos propositadamente.

Em relação à base de recursos de uma organização Helfat et al. (2007), defendem que as Capacidades Dinâmicas também suportam duas funções principais, nomeadamente:

- (a) A procura, seleção e criação de recursos;
- (b) A implantação dos recursos. Bygdas (2006) define as Capacidades Dinâmicas como processos de ativar estruturas distribuídas de conhecimento e redes fragmentadas de procedimentos e entendimentos soltos para desenvolvimento de práticas mais eficientes que não são facilmente imitáveis.

No entanto, McKelvie e Davidson (2009), definem capacidades dinâmicas como um suporte de outras capacidades, nomeadamente às seguintes:

- (a) Capacidade de conceber ideias;
- (b) Capacidade de introdução de ruturas de forma a criar dinamismo no mercado no qual a empresa atua;

- (c) Capacidade de desenvolvimento de novos produtos e serviços inovadores em quantidade e qualidade superior em relação aos concorrentes;
- (d) Capacidade de desenvolvimento de novos processos superiores em relação aos concorrentes.

Metodologia

Para a progressão da seguinte investigação e reforço da veracidade foi necessário optar por um método validador. Dos diversos métodos existentes de recolha de dados que podiam ser utilizados, o inquérito por entrevista pelas suas características, vantagens e limitações, demonstrou ser o método de recolha de dados mais adequado para a presente investigação devido à sua versatilidade que este oferece no decorrer das entrevistas, concedendo a possibilidade de guiar a entrevista em torno do cerne da questão, absorvendo com profundidade a informações dos entrevistados, analisar e filtrar apenas a informação necessária para fortificar a veracidade e coerência do estudo em questão. Considerando a metodologia selecionada na presente investigação foram realizadas dezasseis entrevistas semiestruturadas realizadas aos gerentes dos estabelecimentos de Alojamentos Locais residentes nos Açores, das quais foram realizadas a quatorze pessoas do sexo feminino e a duas do sexo masculino.

Resultados

Neste capítulo foi possível verificar relativamente à primeira questão (**Quantos estabelecimentos de Alojamento Local possui? No total qual é o número máximo de ocupação do seu estabelecimento(s)? Por norma quantos colaboradores tem ao serviço? Neste momento tem o seu estabelecimento aberto?**), que a amostra do estudo em concreto era maioritariamente do sexo feminino e que todas as organizações em estudo são de pequena dimensão, visto que a maioria dos entrevistados não possuíam colaboradores e a maior parte apenas possuía um estabelecimento de Alojamento Local. Nesta questão verificou-se também, que o pessoal ao serviço no alojamento é muito pouco e com a pandemia alguns gerentes tiveram de dispensar os seus funcionários, por impossibilidade de arrecadar com esse encargo. Portanto conclui-se, que todos os estabelecimentos de Alojamentos Locais são de pequena dimensão e a maior parte deles mantiveram-se em atividade, durante e depois da primeira vaga da pandemia com muito esforço e sacrifício.

Relativamente à segunda questão (**Considera que as capacidades dos seus colaboradores e da sua organização em adaptar-se, absorver novo conhecimento ou inovar novas respostas, foram/são essenciais durante a atual pandemia?**), conclui-se que os gerentes do Alojamento Local consideram que as três componentes das Capacidades Dinâmicas do estudo de Wang e Ahmed, (2007), são extremamente importantes, principalmente na situação atual e até na superação dos problemas do dia a dia. Conclui-se também, que a capacidade adaptativa foi a mais estimulada nos entrevistados, porque a normalidade mudou e a adaptação à nova realidade surgiu por parte de todos. Por outro lado, a capacidade absorptiva também foi muito recorrida, onde vários entrevistados referem que tiveram de recorrer a muitas formações *online* para poderem estarem instruídos e atualizados e preparados para a atual situação e de conseguirem transmitir da melhor forma as informações necessárias aos seus colaboradores. Relativamente à Capacidade de Inovação surgiu um exemplo muito interessante de um método inovador em que uma das entrevistadas, optou por um sistema para evitar ao máximo o contato físico com os hóspedes durante os principais momentos de contato, que são no *check-in* e no *check-out*. Para isso, optou por receber apenas reservas *online* e adquiriu um cofre que instalou da parte de fora do seu estabelecimento onde neste, coloca a chave do quarto para o hóspede alevantar na entrada e entregar na saída através de um código fornecido pela mesma, onde este código é regularmente alterado e o cofre e as chaves são diariamente desinfetados com os produtos adequados.

Na terceira questão do guião de entrevista (**Para a organização adaptar-se teve de recorrer a novos recursos? Se sim, quais? Estes novos recursos têm contribuído para a melhorar o desempenho da organização?**), conclui-se que todos os gerentes tiveram de recorrer a novos recursos principalmente a recursos materiais e organizacionais e todos eles afirmam que estes contribuíram para um melhor desempenho da organização, apesar de não terem contribuído para o melhoramento de receitas.

Na quarta questão do guião de entrevista (**A nível tecnológico a sua organização possui ferramentas e competências para enfrentar novos desafios? Se não, quais as adaptações que são necessárias?**), verificou-se que todos os gerentes possuem um sistema de reservas *online* na plataforma *Booking*, no entanto, além de usufruírem da plataforma *Booking*, muitos também usufruem de outras plataformas de reservas como o *Airbnb* ou possuem *website* próprio e estão presentes nas redes sociais, mais concretamente através de páginas oficiais no *Facebook*, onde

propagam o seu alojamento e obtêm um contato mais próximo com os seus clientes, interagindo de várias formas.

Contudo, conclui-se que maior parte dos gerentes se consideram competentes e que possuem ferramentas suficientes para enfrentar novos desafios. Conclui-se também que os meios tecnológicos foram e são uma mais valia para as organizações porque além de proporcionaram um alcance descomunal e promoverem o negócio, em muitos gratuitamente como no caso das redes sociais, estes podem gerar vantagem competitiva a quem os souber utilizar da melhor forma em situações normais e até em situações idênticas à situação pandémica, porém verificou-se no estudo que para a situação atual a tecnologia não foi suficiente para abafar o impacto negativo. Relativamente à segunda parte da questão, direcionada à minoria que não se consideravam competentes e com as ferramentas necessárias para novos desafios, conclui-se que é necessário evoluir, aderir a formações e adquirir novas ferramentas e competências na área da tecnologia. Como exemplos muitos mencionaram que deviam optar por novas plataformas *online* além do *Booking*, criar um *website* da organização ou pagar por estes serviços prestados por terceiros.

Na quinta questão (**Conhece algumas medidas criadas pela Região Autónoma dos Açores que tenham sido fulcrais para a retoma e continuação da atividade das unidades de Alojamento Local?**), verificou-se que alguns gerentes conheciam medidas ligadas ao emprego, nomeadamente o *layoff*, em que nenhum usufruiu da mesma. No entanto, a maioria referenciou e usufruiu de o programa “Viver os Açores”. Programa este que não era direcionado diretamente aos Alojamentos Locais, mas conclui-se que foi importante para a retoma e continuação da atividade dos Alojamentos Locais nos Açores e para o turismo em geral, porque este programa tem como requisitos mínimos obrigatórios para a concessão do incentivo a aquisição de uma viagem aérea de ida e volta, a aquisição de três noites num empreendimento turístico, a aquisição de três refeições em restaurantes e uma aquisição de uma atividade turística, em que estas aquisições geraram receitas em vários estabelecimentos de Alojamento Local.

Relativamente à sexta e última questão (**O impacto da pandemia nos resultados do seu Alojamento Local foi muito significativo? De que maneira conseguiu diminuir o impacto causado pela Pandemia?**), conclui-se que o impacto da pandemia nos resultados das organizações foi muito significativo, só não o foi mais devido ao isolamento do arquipélago do mundo e das medidas preventivas que foram tomadas pela região logo no início da pandemia como também devido às

distinções internacionais e de pequenos programas regionais que incentivaram e geraram confiança às pessoas.

Na segunda parte da questão seis conclui-se que não houve muito a fazer nem se tornou possível diminuir o impacto da pandemia, porém um dos entrevistados refere que não notou decréscimo na procura do seu alojamento porque diminuiu os seus preços, mas acredita que o ano poderia ter sido muito melhor para o negócio.

Discussão

Com esta fase pandémica, totalmente inesperada, todas as organizações tiveram de agir e se adaptar para enfrentarem as mudanças que os mercados sofreram. E foi as Capacidades Dinâmicas que permitiram que as organizações tivessem competências para reagir à mudança. Já Teece e Pisano (1994), referiam que as Capacidades Dinâmicas eram subconjuntos das competências e habilidades que permitem às empresas responderem às mudanças circunstanciais de mercado.

Na presente investigação alguns dos gerentes do Alojamento Local utilizaram as suas Capacidades Dinâmicas, não só para se adaptarem à situação, mas também para obterem vantagem competitiva sobre os restantes concorrentes. Com a oferta constante e com a procura a decrescer drasticamente, foi fulcral para alguns a obtenção da vantagem competitiva, como por exemplo através de formações. Já Teece et al. (1997), definiam capacidade dinâmica como a habilidade da empresa em integrar, construir e reconfigurar competências externas e internas em ambientes de constantes mudanças, o que permite obter uma vantagem competitiva às empresas em mercados de grande dinamismo.

Contudo, é de realçar a importância do gestor no desenvolvimento das Capacidades Dinâmicas na sua organização, visto que é o gestor que lidera e implementa as estratégias e os processos da organização. Já Zahra et al. (2006) destacavam a importância do gestor ou da direção no desenvolvimento das Capacidades Dinâmicas que permitiam à empresa identificar e explorar oportunidades de negócio.

Como já referido na presente investigação, de acordo com Wang e Ahmed, (2007), existem três capacidades componentes das Capacidades Dinâmicas, nomeadamente a Capacidade Adaptativa, a Capacidade Absortiva e a Capacidade de Inovação. A importância destas componentes das Capacidades Dinâmicas no Alojamento Local foi imensa, mas muitas organizações tiveram de combater apenas pela sua

sobrevivência. Na luta das organizações pela sobrevivência a capacidade adaptativa, foi imprescindível, como já referia Parsons (1964), a capacidade adaptativa, é a capacidade de sobreviver e lidar com a incerteza em situações imprevisíveis. Por outro lado, Zhou e Li (2010), estudaram e investigaram a influência da orientação estratégica para as Capacidades Dinâmicas e nessa pesquisa identificaram a capacidade adaptativa como um núcleo central de Capacidades Dinâmicas.

A capacidade absorptiva foi também das componentes das Capacidades Dinâmicas mais estimuladas pelos gestores de Alojamento Local, pois muitos dos gerentes recorreram a formações para se atualizarem e instruírem-se sobre a atual pandemia, de modo a continuarem com a sua atividade. Já Lane e Lubatkin (1998), referiam que a capacidade de absorção é dominada pela capacidade de a empresa reconhecer e valorizar novos conhecimentos provenientes do meio externo, assimilá-los e utilizá-los.

Os gerentes que se atualizaram e se instruíram, conseguiram responder de forma mais assertiva as necessidades do mercado durante esta fase pandémica, o que lhes gerou vantagem competitiva sobre os seus concorrentes. Já Cohen e Levintbal (1990), referiam que uma empresa para obter ou manter uma vantagem competitiva, é essencial possuir capacidade absorptiva, pois esta, faz com que a empresa reconheça o valor da informação obtida do exterior, assimile e a utilize para se afiançar no mercado.

A terceira e última componente das Capacidades Dinâmicas não foi menos importante que as outras, muitos dos gerentes tiveram de implementar novas estratégias e novos procedimentos nos seus estabelecimentos. Como por exemplo, é de realçar uma das gerentes entrevistadas que criou um sistema durante o *check-in* e *check-out*, instalando um cofre da parte de fora da porta em que o cliente levanta e entrega a chave através de um código. Já Lawson e Samson (2001), referiam que a capacidade de Inovação é a habilidade de transformar constantemente o conhecimento e ideias em novos produtos, processos e sistemas, para benefício da empresa e dos seus *Stakeholders*.

Nesta investigação também se conclui, que os recursos foram importantes, segundo Barney (1991), os recursos da empresa, são todos os ativos, capacidades, processos organizacionais, atributos, informações e conhecimentos controlados pela empresa que permitem criar e adotar as estratégias que melhorem sua eficiência e eficácia no mercado. No entanto, maioria dos gerentes teve de recorrer a novos recursos principalmente a recursos materiais como por exemplo a novos aspiradores e outros

equipamentos/produtos de limpeza e de desinfecção, como também muitos afirmam ter sentido necessidade de recorrer a recursos organizacionais e financeiros.

Contudo, na realização das entrevistas, conclui-se que todos esses novos recursos contribuíram para o melhor funcionamento da organização. Já Penrose (1959), referia que o crescimento interno de uma organização está relacionado com o estímulo provocado pelos recursos disponíveis, na procura de oportunidades em prol do desenvolvimento e expansão das atividades da organização.

Conclusão

Ao longo da presente investigação, foram surgindo várias limitações ao estudo como em todas as investigações. Na realização da Revisão de literatura, foi pretendido com rigor informações de qualidade e credibilidade, onde ergueram-se limitações como a limitação de *websites* adequados, credíveis e fiáveis e a escassez de trabalhos em repositórios científicos sobre as Capacidades Dinâmicas na área do turismo especificamente no Alojamento Local, o que tornou a pesquisa mais trabalhosa e prolongada.

Relativamente à escolha metodológica para atual investigação, não surgiu limitações relevantes porque desde o início que era pretendido a realização de entrevistas, devido as suas características e vantagens.

No entanto, na realização da Caracterização do setor, as limitações não foram menores, isto porque, a investigação centrasse no setor turístico, especificamente no Alojamento Local. Este tipo serviço de alojamento é recente em Portugal e ainda se encontra prematuro, mas desde o seu surgimento que este se encontra em crescimento, ganhando cada vez mais peso entre os tipos de alojamento em Portugal. Portanto, devido ao seu recente aparecimento a informação sobre este, é escassa, o que tornou este capítulo mais complexo.

Porém, já existe alguma informação em *websites* estatísticos como no INE ou no PORDATA, o que ajudou na realização da caracterização deste setor, conseguindo analisar o setor de uma forma mais quantitativa o que facilitou a construção de vários gráficos, tornando o presente artigo mais interessante.

Contudo, na execução das entrevistas, surgiram várias limitações, como já se previam. Ao desenvolver uma investigação centrada na Região Autónoma dos Açores, era necessário aplicar as entrevistas em todas as ilhas dos Açores, o que se tornou

uma limitação devido a distância entre as ilhas e aos gastos nos meios de transporte. Por consequência, quatorze das entrevistas tiveram de ser efetuadas por meio telefónico, perdendo assim a proximidade entre o entrevistador e o entrevistado. Todavia, é de realçar que as entrevistas realizadas na ilha do Pico foram presenciais, o que não as tornou mais relevantes que as outras. A disponibilidade dos gerentes de Alojamento Local, foi uma das limitações à investigação, onde várias entrevistas foram programadas e que os mesmos depois não se encontravam disponíveis para a realização das entrevistas.

Como outra limitação, está a situação atual em que o mundo se encontra devido a pandemia global (Covid-19), que era desconhecida para todos, o que dificultou a recolha de informação em vários aspetos do estudo como de previsões sobre o futuro.

Contudo, estas foram as maiores e as limitações mais relevantes na presente investigação, que tornaram por consequência o estudo mais complexo e demorado.

Relativamente a futuras linhas de investigação, a presente investigação foi realizada através de um estudo qualitativo, com base também em números estatísticos que vierem reforçar a perceção e a credibilidade do impacto da primeira vaga da pandemia. Posto isto, este artigo poderá auxiliar e ser útil em futuras investigações qualitativas e até quantitativas dentro da mesma área.

Para a comunidade científica, seria de todo interessante estudar a importância das Capacidades Dinâmicas no impacto da segunda vaga da pandemia mundial ou a importância das Capacidades Dinâmicas após a pandemia.

Também seria extremamente interessante a realização de futuras investigações em setores diferentes, ou em diferentes áreas do setor turístico como por exemplo em diferentes tipos de estabelecimentos de alojamento como a Hotelaria, o Turismo Rural, entre outros.

Como já antes verificado, a presente investigação foi realizada na Região Autónoma dos Açores e além da possibilidade de futuras investigações em outros setores, também seria de interesse científico futuras investigações em outras regiões do país ou até no estrangeiro.

Contudo, com a vasta revisão de literatura sobre vários estudos e teorias com cernice nas Capacidades Dinâmicas e Visão Baseada nos Recursos, esta investigação poderá auxiliar qualquer futura investigação dentro da área da Gestão estratégica.

Como conclusão final, conclui-se que o impacto da primeira vaga da pandemia foi exorbitante em todo o mundo e em todos os setores de atividade, principalmente no Alojamento Local que se encontrava imparável, numa fase de grande crescimento.

No entanto, o impacto da pandemia na Região Autónoma dos Açores só não foi completamente devastador devido às medidas preventivas que foram tomadas pela região logo no início da pandemia, ao isolamento geográfico do arquipélago, à distinção internacional como *Coronavirus Safest Destination* que permitiu que o turismo não suspendesse de todo, às três componentes das Capacidades Dinâmicas presentes nas organizações de Alojamento Local e a todos os recursos que estas adquiriram.

É de extrema importância realçar que foi através destes novos recursos e das Capacidades Dinâmicas que as organizações se conseguiram adaptar a atual situação, adquirindo, assimilando e utilizando conhecimento proveniente do exterior, conseguindo implementar novas estratégias e novos processos para se manterem em atividade durante a atual crise.

Referências

Andreeva, T., & Chaika, V. (2006). *Dynamic capabilities: what they need to be dynamic?* St. Petersburg State University, São Petersburgo.

Araújo, D., Bataglia, W., Flores, E., & Coti-Zelati, P. (2014). Capacidades Dinâmicas, Capacidade de Absorção e Desempenho Operacional. *XXXVIII encontro do ANPAD*.

Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.

Barney, J. (2002). *Gaining and sustaining competitive advantage* (2.^a Ed.). New Jersey: Prentice Hall.

Barney, J., & Clark, D. (2007). *Resource-based theory: creating and sustaining competitive advantage*. New York: Oxford University Press.

Barney, J., & Hesterly, W. (2011). *Administração Estratégica e Vantagem Competitiva*. São Paulo: Pearson Prentice Hall.

Beckman, C., Haunschild, P., & Phillips, D. (2004). Friends or strangers? Firm-specific uncertainty, market uncertainty, and network partner selection. *Organization Science*, 15(3), 259-275.

Burns, T., & Stalker, G. (1961). *The management of innovation*. London: Tavistock Publications.

Bygdas, A. (2006). Enacting dynamic capabilities in distributed organizational environments. *Proceedings of the EGOS Conference*, Bergen, Norway, 22.

Camisón, C., & Forés, B. (2010) Knowledge absorptive capacity: new insights for its conceptualization and measurement. *Journal of Business Research*, 63(7), 707-715.

Cappellari, G. (2017). Inteligência de mercado e desenvolvimento de Capacidades Dinâmicas: relações na gestão estratégica dos negócios (Dissertação de mestrado, UNIJUÍ - Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, Brasil).

Chakravarthy, B. (1982). Adaptation: A Promising Metaphor for Strategic Management. *Academy of Management Review*, 7(1), 35-44.

Cohen, W., & Levinthal, D. (1990). Absorptive Capacity: A New Perspective on Learning and Innovation. *Administrative Science Quarterly*, 35, 128-152.

Collis, D. (1994). How Valuable Are Organizational Capabilities? *Strategic Management Journal*, 15, 143-152.

Cordeiro, J. (2017). *Turismo e Emprego: uma aplicação aos Açores* (Dissertação de mestrado em Ciências económicas e empresariais, Universidade dos Açores, Ponta Delgada, Portugal). Disponível a partir de:

<https://repositorio.uac.pt/bitstream/10400.3/4796/1/DissertMestradoJoaoAlbertoAmorimCordeiro2018.pdf>

D'Aveni, R. (1998). Waking up to the new era of hypercompetition. *The Washington Quarterly*, 21(1), 183-195.

Damanpour, F. (1991). Organizational innovation: A meta-Analysis of Effects of Determinants and Moderators. *Academy of Management Journal*, (3), 555-590.

Eisenhardt, K., & Martin, J. (2000). Dynamics capabilities: What are they? *Strategic Management Journal*, 1105-1121.

Favoreto, R., & Vieira, S. (2014). A produção internacional em RBV: Características gerais e tratativas dos recursos nas pesquisas em organizações de menor porte. *Revista IberoAmericana de Estratégia*, 13(2), 25-37.

Fernandes, C., Ferreira, J., Raposo, M., Estevão, C., Peris-Ortiz, M., Rueda-Armengot, (2017). The dynamic capabilities perspective of strategic management: a co-citation analysis. *Scientometrics, Akadémiai Kiadó*. 112(1), 529-555.

Foss, N., & Knudsen, T. (2003). The resource-based tangle: Towards a sustainable explanation of competitive advantage. *Managerial and Decision Economics*, 24(4), 291-306.

Fuchs, J., Rosseto, C., & Carvalho, C. (2016). *A influência da capacidade absorptiva realizada no desempenho da PME Vitivinícola*. In: Encontro de Estudos em Empreendedorismo de Pequenas Empresas, Passo Fundo. IX EGEPE. São Paulo: ANEGEPE.

- Gibson, G., & Birkinshaw, J. (2004). The antecedents, consequences, and mediating role of organizational ambidexterity. *Academy of Management Journal*, 47(2), 209-226.
- Gonçalves, C., Coelho, M., & Souza, E. (2011). Vantagem competitiva sustentável pela organização. *Ver. Cienc. Adm., Fortaleza*, 17(3), 819-855.
- Gutierrez-Gutierrez, L., Barrales-Molina, V., Kaynak, H. (2018) The role of human resource-related quality management practices in new product development: A dynamic capability perspective. *International Journal of Operations & Production Management*. 38(1), 43-66.
- Guerreiro, M. (2020). destinoseguro.azores.gov.pt. Obtido de Governo dos Açores: destinoseguro.azores.gov.pt
- Grant, R. (1991). The resource-based theory of competitive advantage: implications for strategy formulation. *California Management Review*, 33, 3.
- Hage, J. (1999) Organizational innovation and organizational change. *Annual Review of Sociology*, 25, 597-622.
- Helpat, C. et al. (2014). *Dynamic capabilities: understanding strategic changes in organizations*. Malden, MA: Blackwell Publishing.
- Higgins, J. (1995). Innovate or evaporate test & improve your organization's iq: its innovation quotient. *New Management*.
- Hitt, M., Bierman, L., Shimizu, K. and Kockhar, R. (2001). Direct and moderate effects of human capital on strategy and performance in professional service firms: a resource-based perspective. *Academy of Management Review*. 44(1), 13-28.
- Hult, G., Hurley, R., & Knight, G. (2004). Innovativeness: Its antecedents and impact on business performance. *Industrial Marketing Management*, 33, 429-438.
- Hurley, R., & Hult, G. (1998). Innovation, market orientation, and organizational learning: An integration and empirical examination. *Journal of Marketing*, 62, 42-54.
- Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2007). *Explorando a estratégia corporativa: textos e casos*. Porto Alegre: Bookman.
- Kogut, B., & Zander, U. (1992). Knowledge of the firm, combinative capabilities, and the replication of technology. *Organization Science*, 3, 383-397.
- Lane, P., & Lubatkin, M. (1998). Relative absorptive capacity and interorganizational learning. *Strategic Management Journal*, 19, 461-477.
- Lane, P. J., Koka, B. R., & Pathak, S. (2006). The reification of absorptive capacity: A critical review and rejuvenation of the construct. *The Academy of Management Review*, 31(4), 833-863.
- Lawson, B., & Samson, D. (2001). Developing Innovation Capability in Organisations: A Dynamic Capabilities Approach. *International Journal of Innovation Management*, 5(3), 377-400.

- Marino, K. (1996). Developing consensus on firm competencies and capabilities. *Academy of Management Executive*, 10, 40-53.
- McKelvie, A., & Davidsson, P. (2009). From resource base to dynamic capabilities: an investigation of new firms. *British Journal of Management*, 20, 63-80.
- Monteiro, M. (2017). *Capacidades Dinâmicas, inovação e internacionalização em setor de média tecnologia: O caso do calçado Português* (Doutoramento em Gestão, IUL- Instituto Universitário de Lisboa, Lisboa). disponível a partir de https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/17070/1/phd_monica_rodrigues_monteiro.pdf
- Teece, D. (2007). Explicating Dynamic Capabilities: The Nature and Microfoundations of (Sustainable) Enterprise Performance. *Strategic Management Journal*, 1319-1350.
- Teece, D., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic Capabilities and Strategic. *Strategic Management Journal*, 509-533.
- Wang, C., & Ahmed, P. (2004). The development and validation of the organizational innovativeness construct using confirmatory factor analysis. *European Journal of Innovation Management*, 7, 303-313.
- Wang, C., & Ahmed, P. (2007). Dynamic capabilities: A review and research agenda. *International Journal of Management Reviews*, 9(1), 31-51.
- Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), 171-180.
- Winter, S. (2003). Understanding dynamic capabilities. *Strategic Management Journal*, 24(10), 991-995.
- Weick, K. (1979). *The social psychology of the organization*. Reading, MA: Addison-Wesley Publishing Company.
- Zahra S., & George, G. (2002). Absorptive capacity: a review, reconceptualization, and extension. *Academy Management Review*, 27, 185-203.
- Zahra, S., Sapienza, H., & Davidsson, P. (2006). Entrepreneurship and Dynamic Capabilities: A Review, Model and Research Agenda. *Journal of Management Studies*, 917-955.
- Zhou, K., & LI, C. (2010). How strategic orientations influence the building of dynamic capability in emerging economies. *Journal of Business Research*, 63, 224-231.
- Zollo, M., & Winter, S. (2002). Deliberate learning and the evolution of dynamic capabilities. *Organization Science*, 13(3), 339-351.

Inovação em Marketing: uma resposta da BTrust à crise (pandémica) na Gestão de Eventos

*Marketing Innovation: BTrust's response
to the (pandemic) crisis in Event Management*

Coelho, Ana Sofia

Instituto Politécnico de Bragança (IPB)
Researcher at GOVCOPP, Instituto Superior de Contabilidade e Administração
da Universidade de Aveiro
coesofia@gmail.pt

Costa, José Paulo

Instituto Superior de Contabilidade e Administração da Universidade de Aveiro
paulocosta@e-prof.org

Martins, Oliva Maria Dourado

UNIAG, Instituto Politécnico de Bragança (IPB)
oliva.martins@ipb.pt

Resumo

Em função da crise pandémica mundial, foi criada uma crise económica e social sem precedentes. Apesar de ser difícil combater a crise nestas dimensões, as empresas, que têm um papel de provedora de necessidades, desejos e expectativas da sociedade, podem e devem contribuir neste sentido. Com o objetivo de identificar alternativas para ultrapassar a crise económica causada pela pandemia da COVID-19, desenvolveu-se uma investigação qualitativa exploratória através de entrevista individual em profundidade, gravada em vídeo e orientada por um guião semiestruturado. Numa perspetiva do marketing, os resultados permitiram identificar alternativas de aprendizagem teórica e prática, que pode ser utilizada no ensino e formação de novos profissionais.

Palavras-chave

COVID-19; Gestão de Eventos; Marketing Turístico; BTrust, Inovação em Marketing.

Abstract

As a result of the global pandemic crisis, an unprecedented economic and social crisis has been established. Although it is difficult to combat the crisis in these dimensions, companies, which have a role as providers of needs, desires and expectations of society, can and should contribute on this direction. In order to identify alternatives to overcome the economic crisis caused by the pandemic of COVID-19, a qualitative exploratory research was developed through individual in-depth interviews, recorded in video and guided by a semi-structured guide. From a marketing perspective, the results allowed identifying theoretical and practical learning alternatives, which can be used in the teaching and training of new professionals.

Keywords

COVID-19; Event Management; Tourism Marketing; BTrust, Marketing Innovation.

1. Introdução

Atualmente, o mundo vive uma crise económica em função de uma crise pandémica da COVID-19. E esta crise económica teve um forte impacto no setor de turismo, nomeadamente em relação aos serviços. As empresas de Gestão de Eventos, por exemplo, que é um tipo de empresa associada ao turismo, foram muito afetadas pela pandemia. Se por um lado, em determinado momento, a realização de eventos presenciais foi proibida pelo governo, por outro lado, quando os eventos foram permitidos, novas regras de higiene e segurança foram adicionadas, incluindo a diminuição do contato social, alterando profundamente o conceito dos eventos. Neste contexto de crise económica mundial, as empresas precisam de dar uma resposta imediata ao mercado, flexibilizando e inovando as estratégias para serem competitivas, mantendo ou conquistando novos mercados.

Apesar de ser um momento delicado, com implicações a curto e longo prazo, com o intuito de sobrevivência, há empresas a desenvolver novos conceitos, políticas de preço e distribuição, ou mesmo novas formas de comunicação. E este processo de flexibilização necessita de novas competências. Por esta razão, pode ser também uma forma de aprendizagem. Neste sentido, levantou-se a seguinte questão: é possível aprender com o sucesso de algumas empresas? Com o objetivo de identificar alternativas para ultrapassar a crise económica causada pela pandemia da COVID-19, foi desenvolvido um estudo de caso da BTrust.

A empresa BTrust é uma agência de eventos e ativações de marca, que iniciou a sua atividade em 2011. Inicialmente localizada no Porto, em 2013 abriu um escritório em Lisboa, e no ano de 2015 investiu com maior intensidade na área de Eventos Corporativos. No mesmo ano, a empresa teve a primeira experiência internacional, entrando para a *network The Staffing Collective*, uma rede de empresas especializadas em gestão de eventos que integra 32 países. Esta *performance* associada às diferentes respostas dadas ao impacto da COVID-19 permitiu considerar adequado investigar a BTrust no âmbito dos eventos turísticos e corporativos.

A investigação qualitativa exploratória desenvolveu uma entrevista individual em profundidade, gravada em vídeo e orientada por um guião semiestruturado. Em termos de resultado, ao partilhar as melhores práticas, espera-se apresentar algumas alternativas, assim como permitir que o conteúdo desta aprendizagem possa ser utilizado para o ensino e formação de novos profissionais. Este trabalho apresenta a pandemia, gestão de eventos, diminuição do contato social e inovação em marketing. A seguir, interpreta os resultados e identifica considerações finais.

2. Enquadramento teórico

Para contextualizar a investigação, considerou-se importante abordar a pandemia, a gestão de eventos, a diminuição do contato social e a inovação em marketing.

2.1. Pandemia: crise na saúde e na economia

Em dezembro de 2019 surge uma nova pneumonia viral, na China, na cidade de Wuhan (Zhao, Bai, Duan & Wang, 2020). Esta nova doença foi identificada como coronavírus (COVID 19), foi disseminada por vários países em todo o mundo, inclusive em Portugal pelo vírus SARS-CoV 02, transformando-se numa pandemia mundial.

A pandemia começa por ser um problema de saúde pública. No entanto, para ser capaz de travar esta pandemia, os governos dos diferentes países decidiram implementar algumas medidas, conforme orientação da *World Health Organization [WHO]*, como o uso de máscaras e o distanciamento entre as pessoas, para além de explicar as técnicas relacionadas com o processo de higienização, pessoal e do ambiente (WHO, 2020a), conforme a figura 1.



Figura 1. Medidas de prevenção. **Fonte:** WHO (2020b)

Ainda que com efeitos devastadores, os sistemas nacionais de saúde conseguiram reestruturar internamente os serviços, para responder rapidamente às necessidades da COVID-19, sacrificando parcialmente o atendimento a outras patologias, clínicas e cirúrgicas, principalmente pela alta taxa de ocupação de camas nas Unidades de Cuidados Intensivos (UCI) (DGS, 2021a, b). Para Ozili e Arun (2020), a crise na saúde pública pode ser interpretada como uma oportunidade para fazer reformas duradouras no setor.

Em tempos de pandemia, o distanciamento social tem sido considerado um aspeto importantíssimo para salvar vidas (Thunström, Newbold, Finnoff, Ashworth & Shogren, 2020).

2.2. Gestão de Eventos

Atualmente a contribuição dos eventos para a cultura e desenvolvimento económico de países e regiões é reconhecida a nível mundial. A literatura evidenciou a importância de ter um maior entendimento sobre a distribuição espacial dos custos e benefícios de um evento, bem como a equidade social (Getz, 2004).

Os eventos foram conceituados como acontecimentos que podem ser planeados, e ocorrem num determinado momento, por esse motivo assumem um carácter único (Getz, 2004). Watt (2007, p. 16) definiu evento como “algo que acontece e não apenas

existe (...) alguém deve fazer com que aconteça”. Assim, um evento pode ser planeado, e entendido como fator de competitividade.

A nível de eventos programados, surgiram diversas tipologias, tais como festivais e outras celebrações culturais, eventos desportivos, reuniões e convenções; exposições e leilões; cerimónias políticas e de Estado; espetáculos, artes e representações culturais (Getz, 1997, 2004).

A diversidade de eventos existentes no sector do turismo, por exemplo, levou a Organização Mundial do Turismo (OMT) a apresentar algumas restrições à sua definição, de forma a facilitar o estudo (OMT, 2006). Neste sentido, os eventos relevantes para o estudo do turismo deverão apresentar um número mínimo de dez participantes e uma duração mínima de quatro horas (Vieira, 2015).

Embora existam várias tipologias apresentadas por vários autores, os profissionais de gestão de eventos adotaram uma terminologia mais genérica e que se enquadra na sua profissão, os eventos corporativos (Bladen, Kennel, Abson, & Wide, 2012). Um evento corporativo foi considerado uma tipologia de eventos diretamente relacionados com a atividade empresarial (Vieira, 2015).

A gestão de eventos foi definida como a transformação de recursos em resultados, produtos, utilidade e satisfação (Vieira, 2015). Devido à importância, diversidade e complexidade, torna-se crucial desenvolver o planeamento da gestão dos eventos, e acompanhar a respetiva implementação.

A sustentabilidade deve ser considerada no planeamento, pois a organização e produção de um evento tem impacto nas três dimensões económica, social e ambiental, que podem ser previamente planeados e geridos, de forma a minimizar e/ou reduzir os impactos negativos, (*e.g.* ruído, congestionamento, criminalidade, ou outros efeitos de desintegração da vida social como referidos por Getz (2004)), e incrementar ações com impacto positivo.

Os eventos podem criar benefícios para a comunidade (local, regional, nacional e internacional), bem como agregar valor para o tecido empresarial (Vieira, 2015). A relação entre a felicidade dos residentes e a perceção do evento permitiu pressupor que o turismo melhora a qualidade de vida dos residentes, principalmente quando os benefícios do turismo e dos eventos for considerado superior ao custo (Séraphin, Platania, Spencer & Modica, 2018). Sugere-se definir o(s) público(s)-alvo que pode(m) beneficiar para poder integrar e envolver estes *stakeholders*.

2.3. Diminuição do contato social

Segundo a Organização Mundial da Saúde [OMS] (ou *World Health Organization [WHO]*), o uso de máscara, a higienização das mãos e o distanciamento entre pessoas (ou “*social distancing*”) foram considerados fundamentais para conter a crise pandémica do Vírus SARS CoV2 (WHO, 2020a). Estas medidas preventivas também foram consideradas fulcrais para mitigar a sobrecarga do sistema de saúde, nomeadamente em ambiente hospitalar (Qian & Jiang, 2020).

Reduzir a taxa média de contato em 38%, reduz o pico da curva para a metade, e a taxa média de mortalidade situa-se abaixo de 0,5% (Thunström *et al.*, 2020). Porém, há pessoas que consideram estranho e desagradável manter uma diminuição do contato social (Embregts, van den Bogaard, Frielink, Voermans, Thalen & Jahoda, 2020).

Se por um lado, o distanciamento social é uma medida preventiva que agrega valor em termos de saúde e conseqüentemente, de custos, por outro, conduz à redução da atividade económica, resultando em um elevado custo para a sociedade. Por outro, no final de abril de 2020, as taxas de agressões comuns, graves e sexuais em Queensland, Austrália, declinaram ao seu nível mais baixo dos últimos anos (Payne, Morgan & Piquero, 2020).

Através do software COVID-ABS, Silva, Batista, Lima, Alves, Guimarães & Silva (2020) testaram sete cenários, e defenderam haver uma falsa dicotomia entre saúde e economia. E nos cenários em que o isolamento não foi implementado, houve um impacto negativo em termos sociais.

Para manter o relacionamento com as pessoas e, ao mesmo tempo, o distanciamento social, Embregts *et al.* (2020) sugeriram a utilização de *vlogs*, conferências virtuais, vídeos entre outros. Algumas empresas redefiniram seu conceito de produto, inovando em termos de marketing.

2.4. Inovação em Marketing

A inovação em marketing implementa novos métodos de marketing na comercialização de um produto, incluindo a conceção, oferta, promoção ou fixação de preços (OECD, 2018). A inovação em marketing influencia significativa o desempenho através de novos conceitos, alternativas de comercialização e formas de comunicação (Cuevas-Vargas, Parga-Montoya & Estrada, 2020).

Definida como a implementação de novas práticas de marketing que podem envolver alterações significativas na conceção, distribuição, comunicação ou política de preço de um produto, a inovação em marketing (Purchase & Volery, 2020). Segundo os autores, a literatura reflete uma tendência crescente para considerar o potencial de inovação através do desenvolvimento de novos canais de distribuição, estratégias de gestão da marca, políticas de preços ou novos tipos de comunicação, onde os canais digitais agregam valor, oferecendo alternativas de *design* e de configurações de transação. Além disso, permitem a co-criação, principalmente nos serviços.

A inovação em marketing influencia significativa o desempenho através de novos conceitos, alternativas de comercialização e formas de comunicação (Cuevas-Vargas, Parga-Montoya & Estrada, 2020). A inovação em marketing foi associada à eficácia da criação de valor, denominada de *“market-driving marketing innovation”*, e contribuiu seis vezes mais para a criação de valor do que o marketing orientado pelo mercado, *“market-driven marketing innovation”* (Tang, Zhang & Peng, 2021). Segundo os autores, quando a concorrência se intensificar, deve concentrar-se na inovação de marketing orientada para o mercado, para assegurar as suas principais fontes de receitas.

A inovação em marketing foi positivamente relacionada com o sucesso da inovação, nomeadamente em relação à embalagem e conceção de produtos (D’Attoma & Ieva, 2020). Ou seja, o conceito do produto teve um papel crucial no sucesso da inovação em marketing.

3. Metodologia

A gestão de eventos foi um dos setores mais prejudicados pela COVID-19, e a empresa BTrust foi identificada como uma empresa que tem se reinventado para dar resposta à crise económica, gerada pela pandemia. Desta forma a escolha sobre um estudo de caso recaiu pela oportunidade de realizar uma investigação a uma empresa que demonstra ter alcançado resultados reveladores e diferenciadores num momento tão delicado como as empresas de gestão de eventos se encontram a viver (De Massis & Kotlar, 2014).

Através do estudo de caso da BTrust, foi desenvolvida uma investigação qualitativa exploratória, com o objetivo de identificar alternativas para ultrapassar a crise económica causada pela pandemia da COVID-19. A utilização de uma metodologia qualitativa, através de uma entrevista em profundidade permite uma melhor

compreensão de elementos subjetivos e complexos em relação a um determinado fenómeno (De Massis & Kotlar; 2014). Neste sentido, esta investigação proporciona um maior entendimento sobre um fenómeno complexo e atual, como a gestão de eventos em contexto de pandemia.

Por sua vez, o estudo de caso é uma estratégia qualitativa que permite aprofundar mais o fenómeno, num contexto de vida real (Stake, 1995; Yin, 1989; 2003). Neste sentido, um estudo de caso exploratório pode ser utilizado quando o objetivo for compreender melhor como um determinado fenómeno ocorreu (Kotlar & De Massis, 2013; De Massis & Kotlar, 2014).

O método considerado adequado foi a entrevista individual em profundidade, orientada por um guião semiestruturado, com doze questões abertas em relação a três dimensões teóricas: Conceito do Produto, Diminuição do Contato Social e Inovação em Marketing. Foi desenvolvida uma análise interpretativa dos dados recolhidos na entrevista, e transcritas algumas partes, em função destas dimensões teóricas.

A entrevista foi realizada *online* via plataforma Zoom, no dia vinte e oito de janeiro de dois mil e vinte e um, e teve a duração aproximada de uma hora e quinze minutos. A entrevista foi gravada em vídeo, e serviu como base para as informações transcritas.

4. Resultados na perspetiva do Marketing

A sobrevivência da empresa está associada à necessidade, desejo e expectativas do mercado. Por esta razão, considerou-se extremamente adequado analisar os resultados numa perspetiva do marketing, nomeadamente associados aos 4P do marketing: conceito de produto, política de distribuição, política de preço, comunicação e inovação em marketing.

4.1. Implicações associadas ao conceito de produto

A primeira e maior implicação foi a alteração do conceito de produto, referida no item anterior. Enquanto algumas empresas de gestão de eventos optaram por fechar, outras identificaram alternativas de manter ou conquistar novos mercados, transformando a crise económica em uma “oportunidade” de negócio. Neste contexto, o conceito de evento sofreu uma modificação, adaptando-se à diminuição de contacto

social, e flexibilizando a forma para o formato digital. De acordo com a entrevistada, *“... já existiam eventos híbridos ... mas não era tão massificado como hoje em dia.”*

Neste sentido, as empresas de gestão de eventos começaram a oferecer com maior frequência a produção de eventos híbridos e a produção de novos eventos em formato digital. De acordo com a entrevista, *“As empresas de Gestão de eventos querem trabalhar e para isso tem a preocupação em arranjar novos produtos e serviços ... Neste momento estão preocupadas em arranjar novas alternativas”*. O objetivo foi dar continuidade à atividade económica, com estratégias mais flexíveis no curto prazo, em função da dificuldade de prever o futuro, como demonstra esta transcrição da entrevista: *“... planeamos o evento com uma perspectiva que vai ser digital e se possível presencial...”*.

Para dar resposta e adaptar-se ao momento, a Btrust desenvolveu novos produtos virtuais, que agregam o mercado internacional. Foi necessário algum investimento na área na gamificação, por exemplo, para os jogos virtuais de *teambuilding* (*Skape Room, Quizzes, Shark Tank, Game Masters*, entre outros).

Foi necessário ter um apresentador “digital” dedicado, alterar a infraestrutura e desenvolver novas competências, como demonstra esta transcrição: *“Na BTrust, nós criamos um curso “rápido” por uma necessidade, os Game Masters, que são facilitadores de jogos de Teambuilding virtuais, em que os Game Masters falam várias línguas (Alemão, Francês e Inglês)”*. Há que salientar que estes produtos também promovem momentos de interação, com uma vertente mais lúdica, e ao mesmo tempo, permite desenvolver competências de liderança e trabalho em equipa. Além disso, permite desenvolver competências técnicas específicas, nomeadamente em termos de estratégia e planeamento, que podem agregar valor à organização e produção de um evento.

No entanto, os eventos digitais solicitam desenvolver novas competências técnicas equiparadas à produção televisiva. E o coordenador do evento deve ser capaz de coordenar um evento presencial, virtual e híbrido. Segundo a entrevistada, *“... os novos e atuais organizadores de eventos têm que ganhar novas competências. Perceber mais sobre audiovisuais, na ótica da produção, vai tocar quase igual a uma produção televisiva, o que não era necessário...”*. E este coordenador polivalente precisa de estar atento ao detalhe.

No entanto, em termos emocionais, a autoestima e autoconfiança precisam ser reforçadas. A entrevistada ressaltou a facilidade que o ser humano tem para identificar falhas, e a pouca valorização dos aspetos positivos que resultam em fatores

motivacionais, numa época tão difícil para todos: *“... as pessoas hoje em dia, têm um olho muito clínico para ver do defeito do outro, e o problema ... e não elogiar; ... isso cria muita insegurança...”*. Além disso, segundo a entrevistada, *“o mercado está parado, mas se calhar, as empresas de eventos nunca trabalharam tanto como agora”*.

A flexibilidade, a aprendizagem, desenvolvida através das competências no terreno associadas às ferramentas tecnológicas, e desenvolvimento de capacidades passaram a ser cruciais para a sobrevivência e sustentabilidade da atividade: *“A maioria das empresas tinha as equipas criadas ... Atualmente são necessárias ferramentas tecnológicas, tais como photoshop, marketing digital, edição de imagem. Ou as equipas aprendem novas ferramentas, que não é fácil e não se adquire a curto prazo, ou tem que adquirir novos colaboradores que tenham essas competências.”*

Acrescenta-se ainda outro aspeto que contribuiu para aumentar as incertezas e o grau de dificuldade: a falta de contato pessoal. Segundo a entrevistada, *“os eventos presenciais têm uma componente muito forte a nível do tato, de contacto, de sorriso, de liberdade... uma componente muito emocional...perdeu-se”*.

Podem ser desenvolvidas parcerias com as Instituições de Ensino Superior (IES). Segundo a entrevistada, *“isso era bom porque eu noto mesmo na empresa, há muita gente que começa a trabalhar e não sabe o essencial, mesmo na ótica do marketing; as pessoas têm a formação em marketing e não sabem fazer um plano de marketing”*.

Por fim, há que salientar o impacto da COVID na sustentabilidade: *“... há outra variável ... que vai ficar, que é a questão da sustentabilidade ... esta nova realidade dos eventos, não é nada amiga do ambiente, em alguns aspetos ... passou-se a fazer ... doses individualizadas...”*

4.2. Implicações associadas à Política de Distribuição

A segunda implicação foi a alteração da política de distribuição. Segundo a entrevista, *“... antigamente, a angariação dos clientes era feita muito por referência... e depois uma fidelização ... é o tipo de produto que, se o cliente gosta não anda a trocar... a não ser que seja uma empresa grande, que faz sempre concurso... Atualmente, as empresas que contratam vão exigir um portfólio de eventos; Conhecimento e experiência adquirida; provas de mercado dadas e profissionalismo.”*

A principal vantagem foi a facilidade em organizar eventos virtuais a abranger o mercado nacional, mas também o mercado internacional, como demonstra esta

passagem da entrevista: “... já fizemos, inclusive de Portugal para o Mundo *team-buildings* completamente virtuais para clientes ingleses em que nenhum é português e não tem nenhuma ligação a Portugal.”

4.3. Implicações associadas à Política de Preço

A política de preço também foi alterada pelo contexto. Por um lado, as empresas têm orçamentos reduzidos. Por outro, além de diminuir o número de clientes, as empresas de gestão de eventos mantêm os custos fixos, quer em termos de estrutura, quer em termos de recursos humanos, mas agrega novos custos relacionados com o processo de adaptação. A entrevista salientou: “na política de preços, ao contrário do que o mercado esperaria... esta nova tipologia de produtos, não é mais barata do que o evento presencial, de todo... Os clientes ... têm o orçamento fechado; as empresas organizadoras querem é trabalho ... a maioria das empresas está com as margens muito baixas porque esta nova realidade de eventos ... eventos híbridos... A nível de custos, há mais custos ... novas competências...”

Outro aspeto que aumenta o custo, nomeadamente nos eventos híbridos, está relacionado com as normas de segurança e higiene, conforme esta transcrição: “... doses individualizadas... e, portanto, a nível de custos, há esta situação... Por um lado, há mais custos e por outro lado, as empresas de eventos têm menos margens... e se já estão com pouco trabalho...”. No entanto, há uma vantagem para Portugal em termos de custos, quando o evento for internacional: Portugal tem custos reduzidos quando comparado a outros países.

4.4. Implicações associadas à Comunicação

A comunicação também foi alterada. Segunda a entrevista, “... muito do investimento em marketing passou para o digital ... esta nova tipologia dos eventos, as empresas depararam-se com mais tempo, pessoas estão com mais tempo ... estão a se reinventar. Estão a criar novos produtos, estão a formar, investir muito na formação das equipas ... e a forma de angariação dos clientes está muito com base no digital... a pensar no longo prazo... a palavra de ordem ... é muitas parcerias ... produtos que tinha internamente vão deixar de ter e fazem parceria com outras empresas que reconhecem valor ... parcerias com stakeholders e interlocutores a nível internacional, que é para quando o mercado abrir, trabalharem em conjunto”.

Por fim, a entrevistada apresenta algumas expectativas e tendências relacionadas com esta mudança para o setor, conforme o quadro 1.

Quadro 1. Expectativas e tendências esperados para o setor

Fatores	Tendência a explorar
O teletrabalho e a diminuição de contacto social	A diminuição do convívio pode fragilizar as pessoas, e conduzir algumas empresas a pensar em eventos como ações de bem-estar e integração para os seus colaboradores. Atividades que fortaleçam os aspetos físicos e emocionais podem ser um novo nicho de mercado.
Diminuição nos custos fixos	A diminuição nos custos com sedes, impressos e, em último caso, para ser sustentável a longo prazo, diminuição dos recursos humanos podem dar espaço a parcerias.
Perspetivas e tendências em termos de comunicação	esta tendência vai ser aproveitada como oportunidade por empresas capazes de desenvolver campanhas nas redes sociais, nomeadamente <i>LinkedIn</i> ; assessoria de imprensa; desenvolvimento de novos produtos; utilização de “ <i>influencers</i> ”, valorização do conteúdo de qualidade, informação e newsletters em diferentes formatos (e.g. vídeo), visando sempre surpreender de forma personalizada.
Estratégias de longo prazo	A nível de estratégia, verificou-se a identificação de um novo segmento relacionado ao nicho de mercado virtual. Há uma mudança no sentido de abordar o mercado internacional, com implicações em termos de investimento em tecnologia. E os eventos virtuais resultarão em oportunidades para as empresas audiovisuais, que começam a ter um papel relevante.
Entrega de valor	A entrega de valor pode ser diversificada. A segurança; redução parcial de custos; eventos internacionais com oradores oriundos de outras regiões ou países; gestão de tempo facilitada, podem ser considerados aspetos diferenciadores da entrega de valor.

Neste sentido, a possibilidade de gravação que permite edição de conteúdos; criação de salas virtuais em função das necessidades, entre outros aspetos, podem ser diferenciadores a explorar.

5. Considerações Finais

O presente estudo representa um contributo para os gestores de eventos no sentido de partilhar melhores práticas para a sustentabilidade a longo prazo. As empresas podem identificar uma oportunidade de mercado, nos eventos híbridos e virtuais. E procurar ter uma equipa com competências técnicas específicas e transversais.

Um evento, por si só, já é único. É difícil planear a ocorrência de um evento. E este novo conceito de evento, que integra a diminuição de contato social, agrega algumas implicações práticas. Centrado na emoção positiva no momento da realização, o evento perde qualidade em função da diminuição do contato social. Com equipas diminuídas, a gestão de tempo deve ser rigorosa.

A divulgação do evento pode ser ampliada a nível mundial, facto que exige aquisição de competências linguísticas de qualidade. Se por um lado pode-se ter oradores convidados e participantes de qualquer parte do mundo com uma redução de custos de deslocação, por outro lado, o evento passa a exigir competências linguísticas superiores. Além disso, torna-se necessário um apresentador de excelência para o digital.

A inovação em Marketing permite transformar a crise em oportunidade, através da capacitação e flexibilidade. E a aprendizagem pode ter impacto no desenvolvimento de capacidades nas gerações futuras.

Neste sentido, a exigência do setor será ampliada. A depender do tipo de evento, os alunos que pensam em seguir esta profissão necessitam desenvolver competências como as técnicas (inclusive relacionadas às tecnologias de som, imagem, design, grafismo etc.), organizacionais e de planeamento (para a otimização do tempo e dos recursos), e comportamentais (no âmbito da comunicação, proatividade e capacidades dinâmicas para se adaptarem). Dominar ferramentas como o *excel* e *powerpoint*, embora seja importante terem esse domínio, já não é suficiente.

6. Agradecimentos

The authors would like to thank the Project “TURNOUT: Desenvolvimento do Turismo Outdoor da Região Norte de Portugal”, with the reference POCI-01-0145-FEDER-032289 and funded by the European Regional Development Fund (FEDER) (through the Operational Programme ‘Innovation and competitiveness’) and by the

Portuguese Foundation for the Development of Science (FCT), of the Ministry of Science, Technology and Higher Education. This work is, also, funded by National Funds through the Foundation for Science and Technology under the project UIDB/04752/2020.

Esta investigação agradece ainda à Dra. Sónia Brochado, proprietária e CEO da BTrust, e Presidente da secção especial de congressos e eventos da Associação Portuguesa de Empresas de Congressos Animação Turística e Eventos (APECATE).

Referências

Bladen, C; Kennell, J.; Abson, E., & Wilde, E. (2012). *Events Management: An introduction*. Routledge. Taylor & Francisc Group.

Cuevas-Vargas, H., Parga-Montoya, N., & Estrada, S. (2020). Incidence of marketing innovation on business performance: An application based on structural equation modeling. *Estudios Gerenciales*, 36(154), 66-79.

D'Attoma, I., & Ieva, M. (2020). Determinants of technological innovation success and failure: Does marketing innovation matter?. *Industrial Marketing Management*, 91, 64-81.

De Massis, A., & Kotlar, J. (2014). The case study method in family business research: Guidelines for qualitative scholarship. *Journal of Family Business Strategy*, 5(1), 15-29.

Direção Geral da Saúde (DGS) (2021a). Accessed at https://covid19.min-saude.pt/wp-content/uploads/2020/03/Plano-de-Contingência-Novo-Coronavirus_Covid-19.pdf (14/02/2021).

Direção Geral da Saúde (DGS) (2021). Accessed at <https://covid19.min-saude.pt/ponto-de-situacao-atual-em-portugal/> (14/02/2021).

Embregts, P. J. C. M.; van den Bogaard, K. J. H. M.; Frielink, N.; Voermans, M. A. C.; Thalen, M. & Jahoda, A. (2020). A thematic analysis into the experiences of people with a mild intellectual disability during the COVID-19 lockdown period, *International Journal of Developmental Disabilities*, Vol. 0 No. 0. P. 1-5 DOI: 10.1080/20473869.2020.1827214.

Geltz, D. (2004). *Perspectivas Geográficas do Turismo de Eventos*. In Lew, Hall & Williams (2004). *Compêndio de Turismo*. Blackwell Publishing, Lda.

Getz, D. (1997). *Event Management and Event Tourism*. New York: Cognizant Communication Corporation.

Kotlar, J., & De Massis, A. (2013). Goal setting in family firms: Goal diversity, social interactions, and collective commitment to family-centered goals. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(6), 1263–1288.

Organização Mundial de Turismo (OMT) (2006). Measuring the Economic Importance of the Events Industry. Developing a Tourism Satellite Account Extension.

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) & Statistical Office of the European Communities (2018). Oslo Manual 2018: Guidelines for collecting, reporting and using data on innovation. OECD publishing. Accessed at <https://www.oecd.org/science/oslo-manual-2018-9789264304604-en.htm> (14/02/2021).

Ozili, P. K., e Arun, T. (2020). Spillover of COVID-19: impact on the Global Economy. *Available at SSRN 3562570*.

Payne, J. L., Morgan, A., & Piquero, A. R. (2020). COVID-19 and social distancing measures in Queensland, Australia, are associated with short-term decreases in recorded violent crime. *Journal of experimental criminology*, 1-25.

Purchase, S., & Volery, T. (2020). Marketing innovation: a systematic review. *Journal of Marketing Management*, 36(9-10), 763-793.

Qian, M., & Jiang, J. (2020). COVID-19 and social distancing. *Journal of Public Health*, 1-3.

Séraphin, H., Platania, M., Spencer, P., & Modica, G. (2018). Events and tourism development within a local community: The case of winchester (UK). *Sustainability*, 10(10), 3728.

Silva, P. C., Batista, P. V., Lima, H. S., Alves, M. A., Guimarães, F. G., & Silva, R. C. (2020). COVID-ABS: An agent-based model of COVID-19 epidemic to simulate health and economic effects of social distancing interventions. *Chaos, Solitons & Fractals*, 139, 110088.

Stake, R. (1995). *The art of case study research*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Tang, T. Y., Zhang, S. K., & Peng, J. (2021). The value of marketing innovation: Market-driven versus market-driving. *Journal of Business Research*, 126, 88-98

Thunström, L., Newbold, S. C., Finnoff, D., Ashworth, M., & Shogren, J. F. (2020). The benefits and costs of using social distancing to flatten the curve for COVID-19. *Journal of Benefit-Cost Analysis*, 11(2), 179-195.

Vieira, J. M. (2015). *Eventos e Turismo: Planeamento e Organização - Da teoria à prática*. Lisboa: Edições Sílabo

Watt, D. (2007). *Gestão de eventos em lazer e turismo*. Porto Alegre: Bookman.

World Health Organization [WHO] (2020a). Mask use in the context of COVID-19. Interim guidance. COVID-19: Infection prevention and control. 1 December, Accessed [https://www.who.int/publications/i/item/advice-on-the-use-of-masks-in-the-community-during-home-care-and-in-healthcare-settings-in-the-context-of-the-novel-coronavirus-\(2019-ncov\)-outbreak](https://www.who.int/publications/i/item/advice-on-the-use-of-masks-in-the-community-during-home-care-and-in-healthcare-settings-in-the-context-of-the-novel-coronavirus-(2019-ncov)-outbreak) at 29/01/2021.

World Health Organization [WHO] (2020b). Health care facility. Accessed at https://www.who.int/images/default-source/health-topics/coronavirus/health-care-facilities_8_1-01.png?Status=Master&sfvrsn=823c9ad5_3/ (14/02/2021).

Yin, R. (1989). *Case Study Research-Design and Methods* (1st ed.). Sage Publications, Inc.

Yin, R. (2003). *Applications of case study research*. London, UK: Sage Publications Inc.

Zhao, Z.; Bai, H.; Duan, J. & Wang, J. (2020). Recommendations of individualized medical treatment and common adverse events management for lung cancer patients during the outbreak of COVID-19 epidemic. *Thoracic Cancer* 11 (2020) 1752–1757.

*Tourism, landscape and use of cultural heritage in Molise.
Trends before and during Covid-19, prospects and risks for the future*

**Gianluigi Ciamarra, Maria Antonia Bove, Norman Ranellucci, Silvana Bezzi,
Fioravante Vignone, Consiglia Sardella, Giovanni Sardella**

Italia Nostra section of Campobasso
campobasso@italianostra.org

Paolo Discenza

Italia Nostra section of Campobasso/ Association LA TERRA
paolodiscenza@gmail.com

Giovanni Germano

ggermano@laterra.org

Davide Delfino

Ministry of Cultural Heritage and Activities and Tourism
Regional Direction of Museums Molise/ Centro de Geociências da Universidade de Coimbra
Instituto Terra e Memória Mação
davide.delfino@beniculturali.it

Resumo

A pequena região italiana do Molise, numa área de montanha apenninica com reduzida saída pelo mar, conta com uma concentração enorme de bens culturais. Em particular a sua paisagem, ainda quase intacta, permite apreciar facilmente e em poucos dias um rico e desconhecido território cultural. O território reduzido e uma interligação fácil entre os diferentes pontos de interesse, permite um turismo lento, de descanso e de qualidade. Mas por causa de ser área interna e com pouca tradição de publicitar o seu turismo, o Molise ficou até 2019 nos últimos lugares dos destinos turísticos na Itália. Em 2020, embora tinha sofrido também algum efeito da crise pandémica, a região surgiu nos primeiros lugares nacionais de preferência. Isso obriga a refletir e a planejar melhor quer o turismo lento e de nicha, quer a tutela da sua peculiaridade: a paisagem.

Palavras-chave

Turismo lento, paisagem, crise Covid-19, tutela.

Abstract

The small Italian region of Molise, located in an area of the Apennine Mountain with a reduced outflow by the sea, has an enormous concentration of Heritages. In particular, its landscape, still almost intact, allows to easily and quickly appreciation of rich and unknown cultural territory. The reduced territory and an easy interconnection between the different points of interest, allows for slow, relaxing and quality tourism. But due to the fact of be an indoor area and with poor tradition of advertising its tourism, Molise stayed until 2019 in the last places of tourist destinations in Italy. In 2020, although the region had also suffered some effect from the pandemic crisis, it emerged in the first national places of preference. This obliges us to reflect in plan better slow and niche tourism, and in the protection of the main its peculiarity: the landscape.

Keywords

Slow tourism, landscape, Covid-19 crisis, safeguard.

Introduction

1. Molise and its characteristics

Until year 1963 Molise depended on Abruzzo, with which it shared the name of the region (Abruzzo and Molise). The establishment of the twentieth region of the Italian Republic following the detachment from Abruzzo, which took place on December 27, 1963, was welcomed as a recognition that did justice to the aspirations of its people who have always been forced to suffer from an economic depression from which, according to supporters of separation, it would rise only with regional autonomy. On the contrary, the skeptics of the separation, who raised questions related to the low demographic consistency and the narrow regional limits. Undoubtedly, the separation from Abruzzo benefited administrative functionality: the difficulties of connections with Abruzzo and the remoteness of the competent state offices and services, some located not only in Abruzzo, but also in Campania, Puglia and Marche, constituted serious problems. A reflection was posed, then, not only in relation to the territorial aspect, but also under the historical, geographical, ethnic, political and social aspect: although the two regions have many common characteristics, the sense of identity on the part of the Molise to the Samnite people who inhabited a

large part of the current territory. These arguments have neither favored the knowledge of the newborn region nor the redemption from the condition of isolation, with repercussions in economic, tourist and social terms.



Figure 1. The region of Molise and its historical transhumance pats (tratturi) in green.

Molise is characterized by the morphological variety of its territory, of just 4,460 km², divided between mountains (55%) and hills (45%), with only one short coastal stretch on the Adriatic Sea. Walking along it, you have the representation of varied landscapes in an alternation of admirable panoramas along the route that from the Molise side of the Apennine peaks of Mainarde and Matese continues to the mountainous area of upper Molise to reach the sea through gentle hills and plains. The high and very high Molise, characterized, precisely, by exclusively mountainous areas, falls largely within the province of Isernia, while the rest of the territory in that of Campobasso. There are many areas destined for Oasis and Nature Reserves, which, together with the Molise side of the Abruzzo, Lazio and Molise National Park and together with

the newly established Matese National Park¹, represent very important sites of biodiversity and natural and scenic beauty. Four *tratturi* (the paths of Transhumance) - recently included by UNESCO in the intangible heritage of humanity - that cross the region, along which, in autumn, the herds were led in the milder Puglia and then returned in spring, in the green pastures of upper Molise. In a healthy environment and in a natural context that is still largely uncontaminated, wildlife is particularly present and numerous in Molise: it is not uncommon, along the roads that connect the various villages, not far from each other, to come across rare specimens of avifauna or in roe deer, deer, fallow deer, wolves and, of course, in wild boars and foxes. The brown bear, a protected species, is still present in the aforementioned Parks, as well as species of avian fauna such as the hawk, the jay, the buzzard, the kite, the kestrel, the gray partridge, the rock partridge, the partridge and the 'Golden Eagle. The Molise coastal strip, albeit of short extension (35 km long), is home to an ecosystem of particular interest thanks to its many environmental elements such as dunes, junipers, pine forests, wetlands, sheep tracks, which elements, together with the landscape behind where agricultural activity is practiced, they compose a mosaic of variegated colors in a panoramic picture of simple but genuine and picturesque beauty. The small villages, which overlook the sea and have stretches of uncrowded sandy beaches downstream, are pleasant and quiet locations, an example of small hospitality centers for those who want to grasp the best aspects of the marine environment. The seaside resorts of Montenero, Petacciato and Campomarino offer the sea a wonderful natural setting. From Termoli, then, a better known town, with an ancient village of particular charm, it is a must to embark to reach, in about an hour's journey, the Tremiti Islands, a paradisiacal archipelago with absolutely unspoiled nature and crystal clear sea. Traditions in Molise still resist the passage of time. Among the most original we can mention the parade of carriages pulled by oxen in Jelsi (CB) with compositions made entirely with wheat grains, which has been repeated for 200 years on the occasion of the feast of St. Anna; in Campobasso, on Corpus Domini Sunday, they parade in a suggestive procession, dating back to the century. XVI, "The Mysteries", concerning sacred representations: they are living

¹ Among these, the Regional Nature Reserves "Torrente Callora" and "Monte Patalecchia", "Torrenti Lorda and Longaniello" (IS), managed by Italia Nostra. Of particular interest and beauty are also the MAB Reserves of Collemeluccio and Roccadimezzo (IS), the WWF oasis of Guardiaregia (CB), as well as the LIPU Oasis of Casacalenda (CB) where many species of butterflies can be admired in spring, the "Montagnola Molisana" (IS), the area of "Il Gigante" in Duronia (CB), a natural cliff made to establish a Regional Natural Monument by the Section of Italia Nostra Campobasso and managed by this, the "Parco delle Morge" and the Park archaeological-naturalistic of Monte Vairano, which extends between Campobasso, Baranello and Busso, the "Botanical Garden" of Capracotta (IS), established to promote the knowledge, study and conservation of the Apennine flora and arboreal essences.

paintings whose protagonists, mainly children, are suspended in the air by means of invisible structures designed by Paolo Saverio Di Zinno, born in Campobasso in 1740; the “Ndocciata” of Agnone, a particular tradition linked to fire and consisting of a parade of long and thick wooden torches.



Figure 2. The “Giant of Duronia”, geosite with samnite hill fort registered by Regional Authority of Molise.

2. The Historical-Archaeological Heritage of Molise

Molise condenses an enormous and extraordinary archaeological heritage, evocative of a millenary history that starts from the prehistory and continues, without interruption, up to the Middle Ages to reach the present day. Among the innumerable sites of archaeological interest in the area, some more than others allow you to retrace a “itinerary of memory” in a diachronic sense. The Paleolithic deposit of Isernia - La Pineta, discovered in 1978 and explored several times since then, offers, together with the National Museum of the Paleolithic of Isernia associated with it, a great opportunity to understand the settlement dynamics of the oldest human

groups on the continent (Peretto 2013 , Di Nucci 2019) and the discovery in 2014 of the oldest human find in Italy provided further evidence of the presence of man in this area (AA.VV. 2019). The most representative evidence of pre-Roman settlement structures, to be placed between the IV and III centuries. BC, is represented by more than 90 hill forts strategically placed on the highest peaks to control the surrounding area and the main communication routes (Oakley 1995). At the cultic level, due to the grandeur of the architectural structure and the strong ideological and symbolic connotations, the Italic sanctuary of Pietrabbondante cannot be mentioned, centered on the theater-temple complex, built between the end of the II and the beginning of the I sec. B.C. by direct intervention of the Samnite state, and in the smaller and more ancient Temple A (Trotta et al., 2019) and in a building that had a public and sacred function (La Regina 2010). The Roman occupation of the Molise area is evidenced not only by the archaeological park and the amphitheater of “Villa Zappone” in Larino and by the archaeological remains, scattered in several points of the urban fabric of today’s cities of Venafro, Bojano and Isernia, above all from the Roman city of Saepinum in the locality of Altilia, located about 4 km from the current town of Sepino (CB). The Roman city, which assumed a concrete urban dignity in the Augustan age, between the first century BC and the first century AD, still maintains a good part of its walls and the monumental urban layout, with its most important public buildings, perfectly legible (Matteini Chiari, Scocca 2015) and born to the point in a crossroads of ancient transhumance. Another culturally important complex is the Monastery of San Vincenzo al Volturno, a historic Benedictine abbey, dating back to the early VIII century AD, placed in a strategic position for the geopolitics of the time: over the years it experienced a progressive development until becoming, also thanks to the intervention of Charlemagne, who placed it under his direct protection, one of the most important monasteries in Europe, hosting a crypt decorated with a cycle of frescoes that today represents one of the most important examples of early medieval European painting (Marazzi 2014). The construction of numerous castles also dates back to the Lombard period, including the Pandone castle in Venafro (IS), transformed into a noble residence in the XVI century, which has the interior decoration with an important cycle of frescoes depicting the horses of Count Enrico Pandone in real scale and in relief (Spada, Iacovone 2019). Not less important museums are added to the numerous archaeological sites in the region. Among those under state management, the Samnite Museum (Delfino 2019), the Archaeological Museum of Venafro (Bonfanti 2019), the Museum of the city and territory of Sepino-Altilia (Celia et al., 2007). With archaeological finds often unique

in Europe, they allow us to grasp the various areas of culture and daily life of the communities that settled in Molise in different historical periods. Surely among all these sites the most attractive, both for importance of monuments and for fame, are the Archaeological Area of Sepino-Altilia (21,257 visitors in 2019) with the annexed Museum of the city and of the territory of Sepino-Altilia, the National Museum of the Paleolithic of Isernia (14,491 visitors in 2019) and the Italic Sanctuary of Pietrabbondante (12,878 visitors in 2019)².

Most of the historical-artistic heritage is concentrated in inhabited centers, even the smallest and most modest ones and, without excluding any, they always reserve unexpected surprises such as noble palaces, historic houses, ancient factories but above all churches of every era and style, especially medieval and seventeenth-eighteenth century, which emerge in size and artistic quality from the more modest context that contains them. Architectures often of considerable value, whose interiors are enriched with frescoes, paintings, statues, pulpits, marble altars and wooden furnishings, of great quality, often produced by important artists also at national level. Where the village has experienced greater growth and has had the opportunity to develop a more consistent economy and demographics, urban entities have sprung up that today constitute small “cities of art, also uniformly distributed throughout the region; with the exception of Campobasso, Isernia and Termoli, these are towns, whose population does not exceed six to seven thousand inhabitants, which in the past were important economic and cultural centers. Venafro, Agnone, Frosolone, Trivento, Riccia, Larino and Guglionesi, bourgeois center of gravity of extensive rural areas, have produced and preserved, in their important historical centers, a concentrated set of relevant artistic emergencies of uncommon value, traditional containers of the most valuable works of the region. Particularly rich is the patrimony constituted by the churches of the medieval period, in Romanesque style above all but not only, such as the churches of San Giorgio a Petrella Tifernina and Santa Maria della Strada, Santa Maria di Canneto, San Nicola di Guglionesi, the Cathedrals of Termoli, of Larino and Venafro. Equally rich is the set of churches from later periods, those of the XVIII century. The most important civil heritage is represented by the Castles, which were previously present in every town and which earthquakes and abandonment have drastically reduced in number.

² Data obtained from the Statistical Office of the Mibact General Budget Directorate, Service III for 2019, <http://www.statistica.beniculturali.it>



Figure 3. One of over 90 Samnite hill forts in Molise with polygonal walls. The Civitelle of Frosolone (Vth- IIIth cent. BC).

3. Landscape assets in Molise

The main cultural asset of the region is the Landscape, a macro cultural asset shaped by man and enriched by this with all his works. The cultural landscape of Molise has been built over the millennia around and along the routes of the sheep tracks, which have been the matrix of the territory's urban planning; their network is still present in Molise. A fundamental feature of the Molise landscape, except for the areas of the larger cities such as Campobasso, Termoli and Isernia, or those affected by the most important roads, is a non-invasive presence of man, due to the scarce population of the territory; it has not succeeded in taking over and recharging and reconnecting an ancient landscape, where the network of old roads, with a slow and sinuous course, is the basis of the historical structuring of the territory, connecting together the small, ancient inhabited centers, to mostly founded and grown on hilly reliefs, around fortresses erected to control the territory, in the centuries immediately following the fall of the Roman Empire. These "villages", located a few kilometers away from each other, cover the entire regional territory. They appear isolated in the agricultural landscape that surrounds them; high on a hill or lying along a slope, they still retain the original urban nuclei, with the Castle, the

Church and the Piazzetta del Mercato (Market square), rarely the surrounding walls. An inhabited area made up of buildings that are always well composed, distributed to form a network of spaces that are never the same, always embellished, in every context, by the presence of architectural or artistic emergencies, which surprise the visitor. They are made with local stone and wood, a legacy and fruit of technical and technological knowledge and the skill of generations of craftsmen who handed down the skills from father to son, in a cultural chain that lasted until the middle of the last century; they constitute the legacy of the populations that for centuries have inhabited and still inhabit the territory. The countryside develops around the village, which once supported the inhabitants but which is still cultivated, often with the same cultivation methods of the past, by peasant families who, although small in number, are still active, preserving an inestimable wealth of knowledge, customs, traditions, customs and practices, in other places now disappeared.

Tourism in Molise from 2016 to the pandemic period of 2020

Tourism represents an important sector of the economy in Italy with a strong potential for growth, employment, social and cultural integration. But for Molise it is different: the data concerning the tourist flow show, instead, an underdeveloped reality in this sector despite the numerous historical-artistic beauties, landscape and food and wine specialties. These resources have not been adequately exploited and developed in the past years through a serious tourism plan and the accommodation offer has remained fragmented and unattractive (*Una breve guida alle statistiche del turismo*, 2020).

1. Tourism in Molise in the pre-pandemic period (2016-2019)

Making a statistical representation of tourism is particularly challenging as it is a complex phenomenon, which does not concern a single sector but a set of very heterogeneous services. Therefore, only indications will be given regarding the tourist flow in Molise referring to a short period of time (2016-2020) also because some contingent factors are contributing to accelerate some dynamics that bode well for future developments. Some general considerations on tourism in Italy are useful for framing the phenomenon in Molise; it is noted that:

- in the choice of the place to stay in Italy it emerges that the seaside resorts are in first place, both for Italians and for foreigners, followed by the cities of art but

only for foreigners while for Italians these are in third place : Italians prefer “other destinations” expressing interest in innovative forms of tourist offer; - proximity to the sea is a very important feature for the development of tourism and for its contribution to the local economy and coastal areas; - the seasonality of flows is also very evident: in the coastal municipalities 70.8% of the presences are concentrated in the summer period (June-September) with a peak in August; - the average residence times in the chosen locations are increasingly reduced, with a tendency towards the seasonal adjustment of demand; - the search for destinations that are easily reachable and far from the frenetic pace of everyday life to satisfy the need to escape and regenerate is increasingly evident; - the demand for culture and well-being is increasingly increasing: tourists look for regenerative, anti-stress holidays, which give them the opportunity to carry out activities other than the usual ones, to satisfy their cultural needs and to get to know the environment and new cultural identities but also to have genuine, healthy, quality food. That is, it is increasingly evident that the tourist is looking for a “tailor-made” holiday that can fully satisfy his most intimate needs, so he chooses the holiday no longer according to fashion, but according to the “contents” and “meanings” offered, thanks also to the fact that technology today offers him the possibility of” making up “his own holiday for his own physical and mental well-being; - the demand for “rural tourism” is strongly increasing, tourism that offers the possibility of having close contact with the physical and human environment in which the accommodation facility is located, which stands out for its family-type hospitality provides, thereby highlighting the growing importance that tourists attribute to local cultural values and identities³.

After these considerations, analyzing the regional tourist flows we see that, as already mentioned, Molise is always at the bottom of the ranking of arrivals and presences among all the regions of Italy, especially if the presence of tourists is taken into consideration. Foreigners (Piano Strategico Regionale per lo Sviluppo del Turismo, 2019). In 2016, the level of internationalization in Molise was 10.0%, the lowest in Italy, slightly preceded by Basilicata and Abruzzo; Molise, in other words, stands out as an exclusively national catchment area (90.3% of presences of Italian customers on the regional total). This percentage remains almost constant in the 2017-2019 period and even drops to 4.4% in 2020; but the latter percentage must be placed in the historical context of the Covid-19 pandemic, which forced the numerous Germans, Dutch, British and Americans to remain within their national borders. Continuing the analysis of the tourist flow data in Molise relating to the pre-Covid 19 period,

³ Elaboration from Minguzzi et al. 2006.

it is noted that in 2017 there was a decrease in the presence of both Italians and foreigners compared to 2016, while in most other Italian regions there was a there was an increase in both Italians and foreigners; in 2018 there was, however, a slight recovery but only of Italian presences; another relevant figure refers to the number of presences in 2019 of both Italians and foreigners in the months of June-July and especially August compared to the other months⁴.

2. Pandemic period (2020)

In the forecasts on the impact of Covid19 on tourism in Italy, the following considerations were made in June 2020: 1) the recovery of domestic travel will be faster than international ones; 2) destinations largely dependent on foreign markets will be most affected by the crisis; 3) Italian outgoing tourism could turn into domestic tourism in 2020, largely offsetting the negative effects of the pandemic (Meglioli, Manente 2020, p. 6). In fact, in Molise in 2020, there was a notable and encouraging increase in the tourist flow, especially of a different matrix than in the past and for this reason the Region was placed in second place behind Umbria in this particular national ranking with a + 109 % compared to 2019. The data must certainly be linked to the spread of the Covid 19 virus nationwide, while Molise was the region with the lowest and insignificant number of infections. This has undoubtedly influenced the choices of vacationers, encouraging them to opt for small destinations where the pristine environment and large spaces surrounded by greenery favor social distancing and reduce the risk of contagion. In particular, it is noted that, while in all the months of 2020 there was a negative percentage change compared to 2019⁵, the cause of which, known to all, is to be attributed to the blocking of especially international travel, in the months of July, August and September in Molise has seen a significant increase, only, however, referring to Italian arrivals and presences, in particular with a + 38.7% of arrivals in August and with a + 46.8% of presences in September. The lack of foreign tourists has been noticed above all on the Molise coast, especially in Termoli (CB) where most of the annual tourist presences are concentrated. According to the Autonomous Tourist Board of Termoli in 2020⁶ out of 132,028 travelers in the town, 125,574 were Italians but with a decrease of 12.3%

⁴ Data on which it was based provided directly by the 1st Department of the Presidency of the Regional Council of Molise Cultural Policy Service, Tourism and Sports Promotion and Relations with Molisani in the World.

⁵ Data from a survey by ISNART- Istituto Nazionale Ricerche Turistiche.

⁶ They do not take into account data from presences in private homes.

compared to the previous year, while the arrivals were 37,021 of which 35,125 were Italian and with a decrease of -30.7% compared to the previous year. If we then consider the origin of Italian tourists who stayed in Termoli in 2020, it is noted that 37% come from the North of Italy, 16% from the Center, 47% from the South; that is, most of the Italian presences came from neighboring regions.

All this confirms first a characteristic of the tourist flow in Molise that is the seasonality, which always has its peak in August, but also confirms the fact that tourists have gone in search of less frequented places, with large open spaces. Where you can better respect the social distancing imposed by the current health situation without giving up the pleasure of enjoying a period of leisure and enjoying the beauties that the region offers. However, it must be borne in mind that in these periods of the year there are many Molise residents abroad who spend their holidays in their countries of origin. Another noteworthy figure is the number of arrivals (17,024) and presences (42,620) but only Italians in the month of December, since it can be correlated both to the winter tourist flow and to the return to the countries of origin of non-residents for the period Christmas, full of rituals and suggestive events.

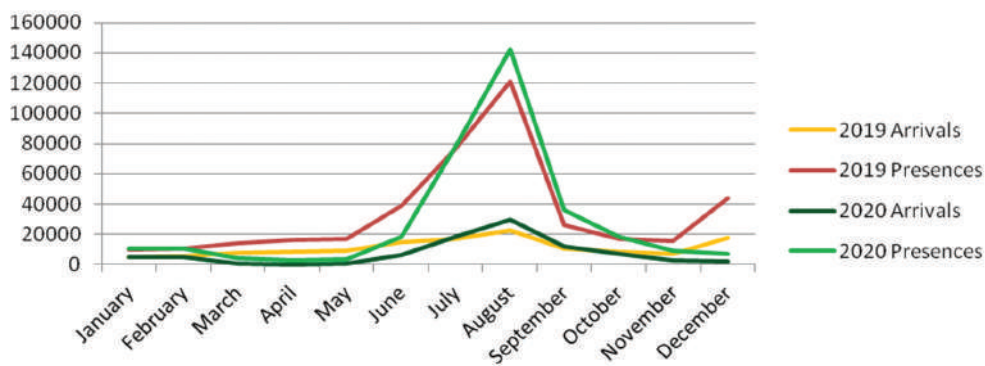


Figure 4. Trend of touristic arrivals and presence in Molise between 2019 and 2020.

Source: the 1st Department of the Presidency of the Regional Council of Molise Cultural Policy Service, Tourism and Sports Promotion and Relations with Molisani in the World.

3. Tourism in museums, castles and archaeological areas under state management

As for the state cultural sites in Molise, it can be highlighted that, with the introduction of ticketing in most of them⁷ the flow of visitors has been better monitored. Analysing in particular the attendance of these places, it is noted that the number

⁷ Following the reform of the Ministry for Cultural Heritage and Activities in 2014 and 2019 (DPCM 29 August 2014, n.171 and DPCM 2 December 2019, n.169).

of visitors in the last six years has varied from 78,812 in 2014 to 86,400 visitors in 2019. As regards the annual visitor trend between 2014 and 2015, there was a decrease of 3.51% in visitors, while a slight but progressive increase is beginning to be seen in the two-year period 2016-2017 with an increase of 4.12% and in the two-year period 2018-2019 with a further increase of 4.86%⁸. In this general picture, a significant increase in visitors can be seen from 2017 onwards: probably one of the factors of this trend is the addition of technical-scientific personnel hired on a fixed-term basis in 2017 and on an open-ended contract in 2018⁹ which, in addition to increasing the offer of events for the public and school activities, including the creation of the website of the then Polo Museale del Molise¹⁰ (2017) and the implementation of contents in social profiles (Facebook, Instagram, Twitter). Another important analysis to get a preliminary picture of the Covid19 period in 2020, is the trend in the number of visitors month by month since 2014. Taking into account the periods, in which we do not reach 2,000 visitors and those, in which we exceeded 10,000 visitors in a month, January and February were chronically the months with fewer visitors, to which November 2016 is added; the most profitable months are always, in order, August, April and May, to which is added June in 2019. As regards the pandemic period, that is, with reference only to 2020, from still unofficial data it is clear that in museums, in the castles and in the state-run archaeological areas, the flow of visitors doubled in the months of June, July, August and September compared to the same months in 2019, confirming an unusual interest in Molise, also for its places of culture.

In conclusions, we can say that Molise for some characteristics is in line with the trend of the national tourist flow (growth of the demand for culture and well-being and rural tourism) even if it is always at the bottom of the arrival ranking and foreign species, while it differs considerably due to the marked seasonality. This, despite the Molise region having all the requirements relating to both the physical aspect of the territory and the landscape and cultural emergencies. In fact, in its small surface (4460 sq km) all the orographic typologies are concentrated: mountain 55.3% (with the highest peak of Monte Meta 2241m / slm), hill 44.6%, plain 0.1%, coastline 35 Km entirely suitable for swimming, over 3767ha of protected area with

⁸ Data from Statistic Office of Mi.B.A.C.T. Direzione Generale Bilancio servizio III (2014) e Servizio III (2015- 2019), <http://www.statistica.beniculturali.it>

⁹ Between 2014 and 2017 in the Mi.B.A.C.T. in Molise there was only one archaeologist and no art historian.

¹⁰ Now Regional Direction of Museums.

2 of the 5 MAB¹¹ reserves in Italy and 93 SIC¹² sites (sites of community importance). Furthermore, 123 municipalities out of the total of 136 are located in mountainous and hilly areas and express great landscape, historical and archaeological values. All values that would make Molise a very attractive region in which the tourist could satisfy all his needs (marine and mountain stays, quiet, low crowding, scenic beauty, historical and archaeological emergencies, clean air, gastronomic specialties, genuine food), but as already highlighted, all the potentialities of Molise have until now always remained fragmented and uncoordinated in unitary projects aimed at the true vocation of the Molise area which is tourism, agri-food and rural areas as a whole. Only recently have there been some changes:

- a more structured attempt such as the institution (11 July 2016), by the Ministry of Cultural Heritage and Activities, of the “Eastern Molise” Tourist District; this district brings together 40 municipalities of Molise in order to favor a shared and real development of the tourist potential of the Molise area; and in November 2017, the strategic development plan of the “eastern Molise” tourist district followed with the territorial analysis and lines of action.
- the General States of Tourism in November 2018 launched by the Molise Region, involving the whole territory (Institutions, Associations, experts, companies) for a preliminary work on the definition of a Strategic Plan (approved on 2-12-2019), capable of impressing a turning point in a sector that has never taken off.

4. The Cammina experience, Molise!

It all started in 1995 when 30 people (the most Molise resident in Rome) decided to walk from Rome to Duronia in the province of Campobasso, covering about 200 km in 4 days to celebrate the first year of life of La Vianova, a monthly born by the will of the La Terra Cultural Association, with the aim of being able to compare the liveliest and most available forces of the Molise villages to understand how to revitalize the territory. In 25 years, the “Cammina, Molise!”¹³ Has led thousands of people to walk on the paths and tratturi of Molise, from all over Italy and also from abroad, pro-

¹¹ UNESCO Man And Biosphere

¹² Site of Community interest

¹³ Walk, Molise!

moting the culture, beauty and hospitality of Molise towns, crossing all 136 towns in the region both in the province of Campobasso and in the province of Isernia. The event is organized once a year, for 4 consecutive days, in the first half of August. For each of the 4 stages there is a 10/20 km walk along paths that connect two / three different countries. For organizational reasons the number of participants cannot exceed 300 units. The composition of the participants is made up of an assiduous group of about a hundred people, who come every year, and another 200 people, who are renewed year after year, involved by word of mouth. Participants are of all ages and from all walks of life. The group of participants benefits from folkloric animation (music, dance and singing), consisting of walkers-musicians (the folk group “Lo scacciapensieri” was born within the event). When the group of walkers enters the village, there is the welcome of the citizens (mayor, the local folkloric group that joins the musicians-walkers, the pro loco who organize rich tables of typical products, guides who organize the visit to the village , etc). During the walk, along the route, the “traveling chair” of the collaborating Associations illustrates to the walkers the historical, archaeological and naturalistic peculiarities of the areas crossed. A unique experience in the national panorama made possible by the collaboration with the best associations of the Molise base, the availability of many local administrators, the hospitality of the citizens of the countries crossed and the courage of the madness of those who participate. The experience of “Walk, Molise!” has developed over the years proposals that the Cultural Association “La Terra” has reworked in the “Molise, Land of Paths” project: the stimulus to improve the social, urban and territorial fabric, the construction of the “Mitigated Tourist Flow” based on the journey and the consequent induced that said flow could potentially activate in harmony with the protection of the environment, the potential abroad, which can feed the Flow also by activating the communities of Molise abroad¹⁴ and, finally, the Contributions of the University of Molise and of the Research Center for Internal Areas and the Apennines (AriA) for the promotion of the model in the academic and territorial planning fields (Germano, Discenza 2017, Germano 2019).

¹⁴For example the five editions of “Cammina, Molise!” in Argentina, in Mar de la Plata in 2015, in Rosario in 2016, in Cordoba in 2017, in La Plata in 2018 and in Buenos Aires in 2019



Figure 5. Edition 2014 of Cammina, Molise!, in the mountains near Frosolone.

The 2020 edition of “Cammina, Molise!”, although planned before January 2020, has been completely revised and modified. Some classic peculiarities were not present: the number of participants was reduced; there were no buses; departures and arrivals always had the capital as a reference for all four stages, even if the routes were different every day; there were no popular festivals in the villages crossed but there was everything else: the soul of walking, Molise!, its walkers, and the desire to hold the event, despite everything. With some measures, which have allowed versatility despite the pandemic, such as the revision of the logistics to reduce bus stops by making circular stops, the reduction of the inhabited centers crossed, avoiding the holidays of arrival in the countries, it was possible to maintain the immersion in the landscapes, crossing peasant paths and sheep tracks, visiting historic centers, the pleasure of being together along the way in the context of health regulations. The walk was slightly more demanding than in previous editions, due to the necessarily longer routes. In this edition the villages crossed were unable to prepare their welcome for the walkers, in the genuine spirit of the traditional hospitality of the

Molise people; the convivial moment, always organized by the villages crossed, was replaced by a catering service, made available by the organization.



Figura 6. The edition 2020 of Cammina, Molise!, entering in Oratino town.

Which tourism in Molise for the new times

1. Virtual reality on the net and virtual museums

The Covid19 pandemic was an unforeseen situation also for museums and archaeological areas: with the closure to the public, the managers of cultural sites found themselves in a position to quickly find an alternative way to give the public access to the cultural heritage. A tool had to be developed, that of social media and virtual reality on the net, previously not always understood and managed in all its potential (Menga 2020, p. 69). Various international meetings on the web have been organized both by ICOM¹⁵ to assess the Covid-19 emergency in museums and

¹⁵ <https://icom.museum/en/covid-19/webinars/icom-oecd-webinar>

discuss solutions, and by the M.U.S.A.¹⁶ to promote the creation of new professionals for digitization in museums, while a survey on the impact of the Covid-19 pandemic was carried out by N.E.M.O. (Network of the European Museum Organizations)¹⁷. In Italy, to keep the cultural offer alive during the closure of state museums, due to the health emergency, the Ministry for Cultural Heritage and Activities and for Tourism has encouraged the creation of digital content that visitors who stayed at home could access online: through the *#iorestoacasa* campaign, knowledge of the state cultural heritage was promoted through social media channels and websites, while special use was made of virtual visits with the Grand Virtual Tour platform, a digital journey through the major museums Italians¹⁸. Among others there is also the Virtual Molise project developed by the former Polo Museale del Molise (now Regional Direction of Museums Molise) since 2017: initially conceived as an offer of virtual tours with dynamic 360 ° photographs for six state cultural sites to be included touchscreen in museums¹⁹, to encourage visitors to one museum to visit the other five, during a pandemic period, then, the contents were uploaded to the website of the Regional Direction of Museums Molise to allow the public a virtual visit from home. Digital, after the experience of the pandemic emergency, will certainly have a more important role in the museum offer, but it certainly should not be a substitute for real experience as it was in 2020 (Menga 2020, p. 70), not just to preserve the essential social role of the museum²⁰, but also to ensure its role as an engine for the induced local micro-economy, bringing people to the area, a factor so important for rural and inland areas such as Molise.

2. Models of slow tourism and road tourism for a revival of tourism

With a simple and ancient gesture, such as walking, you will have the possibility, indeed the need, to change lifestyles, the scale of values, once the shock of this epidemic has passed. We can try to get out of our comfort zone to explore, explore

¹⁶<https://cultureactioneurope.org/knowledge/1-3-mu-sa-online-conference-the-future-of-museum-professionals-in-the-digital-era-15-04-2020>

¹⁷ https://www.ne-mo.org/fileadmin/Dateien/public/NEMO_documents/NEMO_COVID19_Report_12.05.2020.pdf

¹⁸ <https://www.beniculturali.it/visite-virtuali>

¹⁹ <https://molisevirtuale.beniculturali.it/360/index.html>, aS a part of more large project of universal accessibility Molise M.A.C.R.O- (<https://www.musei.molise.beniculturali.it/notizie/notifiche/musei-multimediali-e-accessibili-il-progetto-molise-m-a-c-r-o>)

²⁰ Recommendation concerning the Protection and Promotion of Museums and Collections, their Diversity and their Role in Society adopted by the General Conference at its 38th Session, Paris, 17th November 2015

and help build a new world. While walking, the travelers sweat, greet each other, and look into each other's eyes, in the absence of Covid they hug, dance, play, sing, and eat together. They always help each other. One is the welcoming of the other. On the way we are vulnerable, we need each other, being together is not a threat, but a necessity and a joy. On the way, the beauty around us can be seen, immersed in the territory rediscovering the ancient sense of belonging and dependence on nature, the primary essence of our life. Walking today is urgent now. Urgent for us as individuals, as part of a community, and for this world, which in this period is facing the drama of losing its strength. An economy that is based on beauty, hospitality, sharing, values and millenary traditions risks collapsing. The little big unknown heroes who keep alive what exceptional Molise and the whole of Italy offer could be the real victims tomorrow. In light of this, walking tourism can bring work to local guides, grassroots associations, bars, taverns, B & Bs, small family-run hotels. The path can give support to small economies, such as those linked to bio-agriculture, local crafts, viticulture, dairy and bring hope and optimism back to reality today in crisis, so that the ingenuity and resilience, which have always accompanied this Region and Italy, can overcome resignation and lead towards new creative solutions to face difficulties. In the future Molise could therefore become the Land of Walks, the "Cammina, Molise!" in 26 years of activity it has testified that this project is feasible. In Italy then there are thousands of itineraries, paths for every level, taste, need. The emergency will not be eternal, spring is near and we are all dreaming of the moment when we can serenely get back on the road. When this happens, it is necessary to direct the steps of the walkers in the weakest areas, but very rich in naturalistic, cultural, food and wine excellences.

3. Tourism in Molise: a driving force for the regional economy after Covid 19?

Molise does not lend itself to industrial activities such as to revive its economy. As is unanimously recognized, the regional territory has characteristics such as to be able to base the desired development on what it itself offers "naturally", namely the pristine nature of the places, their scenic beauty, and the environmental quality. And it's not cheap. Values that today represent the aspiration of many citizens forced to live in traffic and smog, in daily stress and with little free time available, far from a dimension more in keeping with a dignified human condition of which traces have perhaps been lost. The conformation of the Molise territory, where the towns are a few kilometers away from each other, facilitates exchanges of social relationships in

a daily life, characterized by a human dimension both for the sense of hospitality that characterizes the Molisans, and for the common sense of belonging to a land that is loved, largely inherited by the people of the Samnites who inhabited it: a temporal dimension, where life flows slowly and peacefully. All this could appear to be an absolutely positive picture: an example of a society and of a life of which the memory has been lost, but only if we stop at aesthetic and spiritual considerations. There is, however, the other side of the coin: the isolation of inland areas, the depopulation of small villages, the abandonment of land work and crafts that in the past ensured decent incomes, the lack of infrastructures such as to ensure a more substantial tourist presence, youth unemployment and other problems, common, without doubt, also to disadvantaged areas of other regions. Although some of these critical issues, such as, for example, the depopulation of historic centers in small municipalities, can translate into elements capable of encouraging cultural and niche tourism based, as mentioned, on the wealth of natural and landscape resources, on sustainable proposals for educational and meditative walks in terms of healthiness, including gastronomic ones²¹. The negative aspects must not, however, discourage those who are held - politicians, administrators, and operators in the productive sectors, etc. - to look forward. The solution must be sought in a synthesis that combines what the territory offers from an environmental, natural, landscape, cultural point of view in general, and what must be planned, preparing the appropriate means to ensure that these assets can produce economic development and tourism quality, experiential and alternative to mass tourism. Provided, of course, that anthropic intervention does not distort the essence of the places and their uniqueness. The tourist proposal must necessarily be accompanied by a project that is based on activities compatible with the nature of the territory itself, dusting off, perhaps, with the help of modern technologies, those that were the ancient crafts in a modern and innovative perspective and in the awareness of not to disperse a historical memory, valuing ancient craft traditions, individual professionalism and creativity against a globalization that the present economic crisis is already questioning and that will manifest itself even more in the years to come. Crafts (think of the processing of perforated steel, wrought iron, copper, wood, ceramics, the ancient bobbin lace making), agriculture, sheep farming, breeding, cultivation and production of niche

²¹Section of Campobasso of Italia Nostra has promoted, in all 136 Molise municipalities, an initiative that has already been positively tested in other regions in the past: the sale of abandoned houses in a state of dilapidation at the symbolic price of 1 euro. The goal is to recover some houses within the historic centers, giving value and dignity to that ancient part of the towns where abandonment and loneliness now echo.

products (the truffle Molise, whose production is equal to 40% of the national one²², is now known like that of Alba and Acqualagna), textile entrepreneurship are still activities and which, if encouraged and supported by training courses, would give a decisive turning point to regional economy and forms of serious and intelligent tourism development; of an alternative, quality and cultural tourism that this region, albeit in its small extension, is in a position to offer; of a tourism that in Molise has never taken off, especially in inland areas, but which has settled on situations that are not strictly productive, the so-called “hit and run” tourism.

However, we like to think that Molise could be rewarded in the future in terms of tourism not so much as a consequence of the Covid effect but, rather, thanks to its treasures and beauties that have risen to national and international news: “an unexpected jewel” one of the most spectacular areas of the country”, thus, for example, the New York Times praises Molise, placing it in 37th place among the 52 destinations, both Italian and non, to visit. An excellent promotion that certifies the existence of this region by rewarding its landscape and environmental wealth and which should be a spur against the immobility of those who do not have the courage to believe in its enhancement.

4. Risks for the tourism of the future and for the landscape

The substantial integrity of the Molise territory has been mentioned, but there are signs that could definitively compromise any aspiration to enhance the cultural and landscape heritage of the region. The landscape, in the Molise region, has been suffering for some years from a slow but progressive deterioration and loss of its aesthetic beauty and its identity characters. In addition to the deleterious transformations that have already taken place in the contexts of greater urbanization, its value, still very substantial, could further be consumed if those phenomena of degradation that have occurred in recent decades continue to develop, among which the following should mainly be noted:

- Progressive loss of historical architecture, that is, the one that gives shape to the nuclei of historic settlements of many municipalities located in the innermost areas and affected by economic underdevelopment and depopulation.

²²Molise has the highest percentage of truffles in relation to the regional population (Furlani 2015, p.44) and it is estimated that it produces 60% of the prized Italian white truffle (<https://www.italygourmet.eu/tar-tufo-fresco/>)

- Proliferation in the territory of a building of poor architectural quality (residential, industrial buildings and agricultural warehouses) that disfigures the aesthetics of the landscape and impairs its identity content: this trend is not only not countered at an administrative level but, on the contrary, it is directly conveyed by urban planning instruments, which do not take into account the protection and conservation of the landscape and, on the contrary, favor the disorderly building within it.
- Bad land management policies with a view to the consumption of natural resources such as water and the territory itself, leading to the very strong reduction of the water flows of rivers and streams with consequent impoverishment of the landscape value of their contexts and a disproportionate consumption of the territory. From these careless policies arises the most serious threat to the integrity of the landscape which is represented by the formidable expansion of the wind and photovoltaic industry, of which the insignificant contribution to energy production, which is conveyed by the need to increase the production of energy from renewable sources and incentivized by the state, after having already disfigured and reconnected the landscape of some localities, with plants with a very strong impact, with strength and arrogance, it is emerging as an even existential threat to the survival of the landscape of the region that appears, to the state, defenseless by urban planning and protection regulations and therefore difficult to safeguard.

Acknowledgement

Authors would like to thank Mr. Antonio Gugliotti for the English translation.

References

A.A.V.V. (2019). *Prospettive. Il patrimonio culturale del Molise*, serie, N.º 1-3, 5-8, 11, 15, 16, Segretariato Mi.B.A.C.T. per il Molise.

Delfino, D. (2019). Il Museo Sannitico di Campobasso. Un viaggio di 4.000 anni nella storia del Molise, serie Prospettive. Il patrimonio culturale del Molise, 6, Segretariato Mi.B.A.C.T. per il Molise.

- Di Nucci, A. (2019). *Il Museo Nazionale del Paleolitico di Isernia. Un viaggio alla scoperta delle nostre origini*, serie Prospettive. Il patrimonio culturale del Molise, 15, Segretariato Mi.B.A.C.T. per il Molise.
- Furlani, A. (2015). *La raccolta del tartufo in Italia: una importante attività socio-economica del settore forestale* [Unpublished degree thesis], Università degli Studi di Padova.
- Germano, G. (2019). *L'esperienza di Cammina, Molise!, un tassello per la costruzione di un progetto possibile*, UrbanisticaInformazioni, Gennaio/Febbraio 2019, 16-18.
- Germano, G.; Discenza, P. (2017). *Cammina, Molise!, perché la strada è lunga*, *Il Bene Comune*, Ottobre 2017, 62-66.
- La Regina, A. (2010). *Pietrabbondante: la domus pubblica del santuario*, in *ArcheoMolise*, Isernia, pp. 32-34.
- Marazzi, F. (2014). *San Vincenzo al Volturno. Guida alla città monastica benedettina*, Soprintendenza ai Beni Architettonici e del Paesaggio della Regione Molise.
- Matteini Chiari, M., Scocca, V. (2015), *Saepinum (Altilia)*, in *Fana, Templa, Delubra*, 65-77.
- Meglioli, E.; Manente, M. (2020). *Valutazioni e scenari per il 2020*, In Morvillo, A.; Becheri, E. (eds) *Dalle crisi alle opportunità per il futuro del turismo in Italia*, supplemento alle XXIII Edizione del Rapporto sul Turismo Italiano, Consiglio Nazionale delle Ricerche-Istituto di Ricerca su Innovazione Servizi per lo Sviluppo, 1-8.
- Menga, M. (2020). *I musei scientifici al tempo della Covid-19* [Unpublished master's thesis], Scuola Internazionale Superiore di Studi Avanzati di Trieste, Master in Comunicazione della Scienza "Franco Pratico".
- Minguzzi, A.; Presenza, A.; Quintiliani, A.; Marotta, G. (2006). *Relazione finale dell'analisi delle problematiche di sviluppo e promozione del sistema turistico della Regione Molise*, unpublished report, Università degli Studi del Molise, Campobasso.
- Oakley, S. P. (1995). *The hillforts of the Samnites*, London.
- Peretto, C., (Ed) (2013). *Isernia La Pineta*, Cosmo Iannone Editore, Isernia.
- Piano Strategico regionale per lo Sviluppo del Turismo* (2019). Allegato 1.1, Regione Molise & Sviluppo Italia Molise.
- Spada, I.; Iacovone, G. (Eds.) (2019). *Il Museo nazionale di Castello Pandone*, serie Prospettive. Il patrimonio culturale del Molise, 1, Segretariato Mi.B.A.C.T. per il Molise.

Trotta, V. ; Boccardi, S., Casale, C.; Citoni, A.; D'Amico, P.; Dionisio, A.; Esposito, V.; Fardella, D.; Mazzeo, R.; Mrosek, A.; Polvere, S.; Tawfik, M.; Viscardi, N. (2019). *Il santuario italico di Pietrabbondante. Guida agli scavi archeologici*, serie Prospettive. Il patrimonio culturale del Molise, 5, Segretariato Mi.B.A.C.T. per il Molise.

Una breve guida alle statistiche del turismo (2020). document prepared by Istat and Banca d' Italia, Roma.

The pandemic crisis and its transformation through Slow Tourism: changes in motion

Susana Caetano Domingos

Techn&Art | Instituto Politécnico de Tomar, Portugal

susana.domingos@ipt.pt

Abstract

Undoubtly tourism is one the most affected sectors by the pandemic, if not the most, considering all the different areas it involves. More than a year gone by and implementing changes has become a strong demand all over the world.

Last year, 2020, the scientific production over the post-covid time has exponentially increased, referring to the post-covid time as if it would be the present year. Unfortunately it is not, due to the increase of covid cases in the world in 2021. Academic scholars, economists, tourism managers have deeply reflected over this topic, trying to find the most appropriate way to limit the impact of this problem.

Now it's time to look at this pandemic crisis as a long-term event with long-term consequences in the most different areas, including, naturally, tourism. I believe it is time to regain the sense and meaning of slow tourism in a new perspective to help transforming the problems the sector is going through. Reinvention is the key word to overcome this huge crisis.

Keywords

Pandemic crisis, reflection, change, slow tourism.

Resumo

A área do turismo é sem dúvida um dos setores mais afetados pela pandemia; provavelmente o mais afetado, se considerarmos todas as áreas que envolve. Passado mais de um ano, a implementação de mudanças tornou-se numa necessidade imperativa por todo o mundo.

No ano passado, 2020, a produção científica sobre a época pós-covid aumentou exponencialmente, acreditando-se que seria em 2021 que se dariam as maiores mudanças. Infelizmente tal não sucedeu, dado o aumento de casos por todo o mundo.

Acadêmicos, economistas, gestores turísticos têm refletido profundamente sobre este tema na tentativa de encontrar a forma mais adequada de reduzir os impactos desta questão.

Chegou então a altura de olharmos para esta crise pandêmica como um acontecimento longo com consequências a longo prazo nas mais diversas áreas, incluindo, naturalmente, o turismo. Acredito que chegou a hora de recuperarmos o sentido e o significado de *slow tourism* numa nova perspectiva para contribuir para a transformação que o setor está a atravessar. Reinvenção é a palavra de ordem para ultrapassar esta crise enorme.

Palavras-chave

Crise pandêmica, reflexão, mudança, *slow tourism*

Introduction

Nowadays people travel mainly to rest and find peace in this workalkoholic world we all live in, and also for curiosity to know different people and their way of living, for cultural enrichment, for professional reasons and others. Suddenly all this was forbidden.

Travel prohibitions and restrictions (Chinazzi et al, 2020), direct recomendations to tourists to avoid any absolutely necessary journeys are presented as an imperativ to protect the human life and have highly contributed to the crisis tourism is facing.

In the last decades, tourism has gain its own space in the economic world, affecting a considerable number of people and enterprises. While in 1950 the number of world tourist arrivals was 25 millions, in 2019 that number is recently pointed by the Word Tourism Organization (WTO) (2020a) as 1500 million people.

The predictions for the year 2020 pointed to the annual revenue growth rate in tourism of 6 to 7%, which represented the double predicted for the world economy (Matos, 2000). Worldwide, the WTO predictions pointed to the arrival of 18,3 millions of foreign tourists in 2020. And, as we all know, the pandemic crisis changed deeply all these predictions.

This article aims to reflect on how can tourism face this unexpected change and present the idea of slow tourism as one of the possibilities for a change that needs to be in motion.

1. The pandemic crisis as a critical incident

Assuming that any change must involve all the participants, who should reflect over the processes they're involved in, the concept of critical incident appears here as one of the basis. When we decide to study the critical incidents technique, we quickly come across a somehow confusing reality, given the different definitions presented.

It was John Flanagan who designed this technique in the United States of America, focusing his attention in the observable behaviour, meaning it's a behaviourist concept that forsees the operational description of the situation (Flanagan, 1954).

Another author of reference in the subject is Woods (1997) who refers that critical incidents are unpredictable and uncontrolled, that when well analyzed become a highly energetic moment with great and positive consequences for the personal and professional development, which is just what tourism needs now.

This concept was firstly used in the aviation area, but then it reached the educational, the health, the nacional and international security, and others, and at the present I relate it with tourism.

In fact, we can find several relatively recent critical incidents in the tourism area. For instance, the restrictions to travelling in East and Central Europe due to the state of emergency and the adverse economic environment in Poland in 1982.

Another example is the 11th september terrorist attack in 2001 in the USA that had a huge impact in tourism, too.

Two years later, the war in Iraq caused another retreat, as well as the outbreak of the first Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS).

And then, during the year 2009, the worldwide economic distress also had a considerable impact in tourism.

Actually, tourism is a sector that affects, not only the economy of country in terms of investments, but also aviation, hotels and restaurants, the showbusiness world, the commerce, among many other examples.

The critical incident technique is mostly a troubleshooting instrument that can be applied in different situations and contexts. This pandemic crisis is a totally unexpected event that brought negative consequences to the tourism area, as well as to other areas. Tourism is among the hardest hit of all economic sectors. (United Nations World Tourism Organization, 2020b).

The main idea is that it is possible to analyze this tourism crisis as a critical incident and that can open gates to a more conscious change and transformation, mostly through reflection.

2. Reflection

Throughout time it has been proved that reflection is directly and proportionally related to the improvement, whatever area we are talking about. It is not, however, some topic we can simply study. It implies personal development, such as an open mind, responsibility and sincerity.

The open mind assumes that people and things can fail. Then, it's essential that one shows sensitivity, availability and ability to listen to opinions, accept critics and even be able to self-criticize himself.

Responsibility has to do with the consequences of the work one develops, which can affect the person and others, personal, social and/or politically

Finally, sincerity has a very important role. The reliability of the conclusions depends on an honest reflection.

From my point of view, simplifying the concept of reflection can have implicit dangers. There are other aspects to take into account: confusion, perplexity and doubt associated to the nature of the situation; conjectural anticipation and attempt to interpretate elements or meanings and their possible consequences; verification, exploratory inspection, analysis of all the attainable considerations that can define and clarify the problem and so on.

So that the development of the reflection can be as real as possible, we can't resign to the balance between the reflection itself, the act, the thought and concrete facts, numbers and elements. Another suggestion to use this qualitative approach is to study the problem in four phases: pre-reflection, ongoing reflection, post-reflection and looking back reflection (three months after). During the period of the ongoing reflection, the awareness of essential aspects certainly appears and that is the moment to face the change.

3. Change

There's no such a change as the COVID 19 pandemic that has caused a significant, although not total, collapse of the human Earth system (Alan, 2020). This time, the governments had/have to react to the changes instead of initiating them. And this was something new. The way changes are imposed is accepted different according to each country or even person. There's always the ones who accept changes better than the others.

Changing is difficult in any area of life, even more when the measures are imposed, even if apparently needed. At the beginning of the pandemic crises there was almost no time to prepare, what caused uncertainty, stress, fear of the unknown.

Changing demands time and preparation to appeal to the involvement of the world community and that hasn't happened when countries such as the USA or Brazil tried constantly to deny the dangers of the disease.

If it is true that change must come from the inside, after reflection and preparation, this time, that wasn't possible, and it had to be forced. However, all the months that have gone by, should also have been used to reflect, to analyse the transformation needed, to enter a phase of innovation and creativity, which is necessary to adapt to the new context.

Innovation is mandatory now. What is the world we're leaving for the youngest? Creativity is necessary. The habits and behaviors have changed, and therefore, the business models and practices have to change.

4. Slow Tourism

The idea of slow tourism (ST) isn't new. It appeared with the idea of slow food and recently slow living or even slow parenting. The new generation is definitely ready for this change.

The World Travel Market Euromonitor Global Trends Report 2007 (World Travel Market & Euromonitor, 2007) predicted that ST would be the new trend in Western Europe. They mentioned that it "will continue to grow in popularity, becoming an alternative to more traditional beach and culture holidays" (p.14) and that the impetus for the trend was the desire by consumers to "escape their hectic lifestyles and enjoy life's simpler pleasures" (p. 14). They previewed "an estimated 10%

Compound Annual Growth Rate” (p. 15) between 2006 and 2011 and that the main beneficiaries would be Germany, the UK, Italy, Spain, and France. They also noted that the trend of ST was spreading to the U.S. and Latin America (p. 15).

According to the data available at the moment in Pordata, the greatest difficulties in accommodation were exactly in hotel hospitality sector, contrasting with guest houses and rural tourism, what leads to the conclusion that people felt safer and better choosing some type of places that best adapted to the concept of slow tourism.

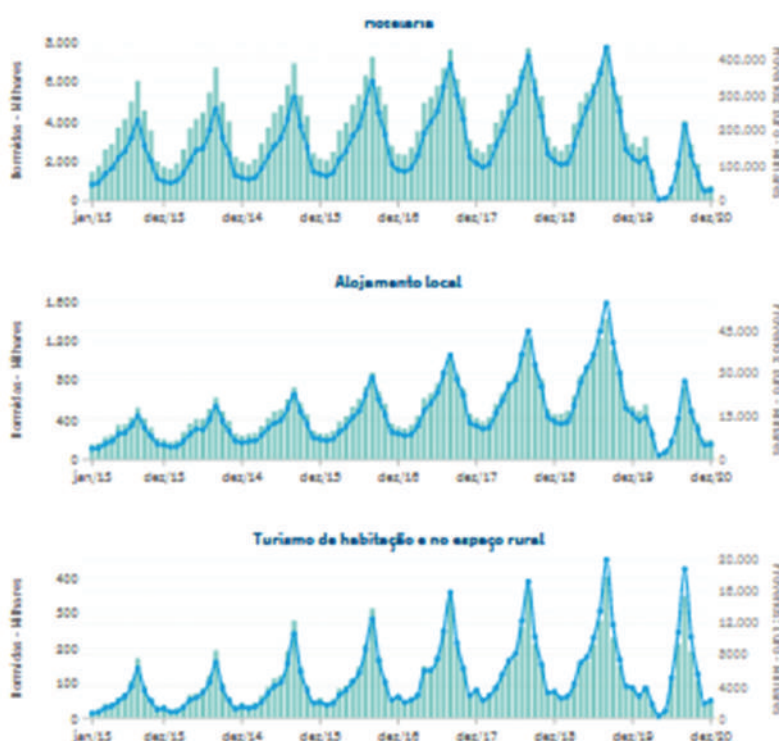


Gráfico 1. Dormidas, Hóspedes e proveitos da atividade turística 2015-2020.

Conclusion

Prognosticating the future is risky, but there's a real tendency, already shown in the previous festive seasons in 2020, for people to look for peaceful and quiet places to spend their holidays. Live in love, health and happiness.

These changes are probably going to force businesses to reconsider their service designs and distribution channels. Recommendations for industry practitioners and policymakers focus on tailoring travel arrangements to tourists' backgrounds. Travelers are looking for alleviating outbreak-related stress, for less well-known places, so offer them recent different experiences, and partially diminish the effects of COVID-19 on the tourism and hospitality industry.

Slow Tourism, specifically in rural zones, may have here the opportunity they have been expecting for: to develop, to increase the number of guests, to blow away with great new ideas which attract the elderly, who look for rest; the families, who look for rest but also some amusement activities; and also the new generation that is looking forward to exploring nature, feeling peace and making their choices, always considering the sustainability of the world.

References

- Alan, A., Lew, Cheer, J., Haywood, M., Brouder, P. & Salazar, N (2020). Visions of travel after the global COVID 19 transformation of 2020, *Tourism Geographies*, (v. 22, n.3, 455-466) in *Tourism Geografias, An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*.
- Chinazzi, M. Davis, J. T., Ajelli, M., Giovanni, M., Merler, S., Sun, K. (2020) The effect of travel restrictions on the spread of the 2019 novel coronavirus (COVID 19) outbreak. *Science*, 400 (April), 395-400.
- Coelho, M. F. & Mayer, V. F. (2020) Gestão de serviços pós covid: o que se pode aprender com o setor do Turismo e Viagens? *Revista eletrónica Gestão & Sociedade*, (v. 14, n. 39, 3698-3706).
- Damáσιο, A. (2020). *Sentir e saber. A caminho da consciência*. Lisboa: Temas e Debates.
- Daniel, A. & Fernandes, G. (2020). A importância do Turismo em Portugal e no Mundo e o Impacto COVID. Guarda: Instituto Politécnico da Guarda.
- Domingos, S. (2015). Análise de Incidentes Críticos no Ensino Superior: (re)construção da Identidade Profissional do Docente. (Tese de Doutoramento). Universidade de Lisboa. Lisboa: Instituto de Educação. Retrieved from <https://repositorio.ul.pt/handle/10451/20027>

- Fernandes, M (2000). *Mudança e Inovação na Pós-Modernidade*. Porto: Porto Editora.
- Flanagan, J. (1954). La Technique del'incident critique. *Revue de Psychology Appliquée*, 4 (2), 165-185.
- Matos, A. I. M.. Turismo no Espaço Rural em Portugal. *GeoInova* 5, 139-150
- Pordata (2007-2020). *Números da Crise e da Pandemia*. Retrieved from <https://www.pordata.pt/NumerosDaCrise>
- United Nations World Tourism Organization (2020a). World Tourism Barometer. Volume 18 (1). Madrid, UNWTO
- United Nations World Tourism Organization (2020b). News Release (27th March, 20220): UNWTO; International Tourism Arrivals Could Fall by 20-30% in 2020. Madrid, UNWTO
- Woods, P. (1997). *Experiencias criticas en la enseñanza y la aprendizaje*. Barcelona: Paísós.
- World Travel Market, & Euromonitor. (2007). WTM global trends report 2007. Retrieved from <https://scholarworks.umass.edu/ttra/2011/Visual/40>

Mass Tourism vs Slow Tourism: new post-Covid-19 market scenarios

José Manuel Hernández-Mogollón

University of Extremadura

jmherdez@unex.es

Elide Di-Clemente

University of Extremadura

ediclemente@unex.es

Ana María Campón-Cerro

University of Extremadura

amcampon@unex.es

Ana Moreno-Lobato

University of Extremadura

anamorenol@unex.es

Abstract

The uncertainty generated by the pandemic Covid-19 forces economies and societies to begin a process of profound transformation in order to adapt to new circumstances. The severe limitation on mobility imposed by this health crisis affects the tourism industry, which is forced to make a substantial change in its main developing paradigm: the mass tourism. This, like its ability to generate and mobilize huge flows of capital and people, is annihilated by the restrictions imposed by the pandemic. According to what can be anticipated at present, the post-Covid-19 tourist market will have an eager demand for travel, but with the need to have security guarantees for its health, and an offer that must work promote all the local destinations and close resources, without incurring a devaluation of the tourism systems in qualitative and economic terms. Faced with this scenario, slow tourism offers an alternative paradigm to mass tourism, already consolidated in tourist markets, although in highly specialized niches. This tourist practice implies a spatial limitation of displacement, the use of eco-sustainable and non-massive transport and a heightened sense of social and environmental responsibility. Therefore, it may be an ideal strategy to boost the tourism industry in the post-Covid-19, in line with current demand and capable of qualifying those tourist destinations excluded from the large circuits of mass tourism.

Keywords

Covid-19, Slow Tourism, Alternative models, Tourism management, Tourism marketing.

Resumo

A incerteza gerada pela pandemia de Covid-19 obriga às economias e às sociedades a iniciar um processo de profunda transformação para se adaptarem às novas circunstâncias. A severa limitação à mobilidade imposta por esta crise de saúde afeta especialmente a indústria do turismo, que se vê forçada a fazer uma mudança substancial no seu principal paradigma operacional: o turismo de massa. Este, como a sua capacidade de gerar e mobilizar enormes fluxos de capital e pessoas, fica totalmente aniquilado pelas restrições impostas pela pandemia. De acordo com o que pode ser previsto atualmente, o mercado turístico do pós-Covid-19 contará com uma demanda ansiosa por viajar, mais vai precisar muito de garantias de segurança para a sua saúde, e uma oferta que deve trabalhar para dotar de atrativo todos os destinos e recursos de proximidade, sem incorrer na desvalorização dos sistemas turísticos em termos qualitativos e económicos. Diante deste cenário, o turismo slow oferece um paradigma de trabalho alternativo ao turismo de massa, já consolidado nos mercados turísticos, embora em nichos muito especializados. Esta prática turística implica uma limitação espacial dos deslocamentos, o uso de transportes eco-sustentáveis e não masivos, e um alto senso de responsabilidade social e ambiental. Portanto, pode ser uma estratégia ideal para dar um impulso à indústria do turismo na conjuntura do pós-Covid-19, de acordo com a demanda atual e capaz de qualificar os destinos turísticos excluídos dos grandes circuitos do turismo de massa.

Palavras-chave

Covid-19, Turismo slow, Modelos alternativos, Gestão turística, Marketing turístico.

Introduction

From the moment the World Health Organization declared the global pandemic caused by the new Coronavirus Covid-19 on March 11th, 2020 ([https://www.who.int/en/news-room/detail/08-04-2020-who-timeline --- covid-19 online 04/13/2020](https://www.who.int/en/news-room/detail/08-04-2020-who-timeline---covid-19-online-04/13/2020)), the entire world has lived an unprecedented reality.

Although it is not the first catastrophe to strike humanity and economies, nor probably the most lethal, it is undoubtedly the first to affect all the countries of the world simultaneously.

In fact, since the epidemiological epicentre moved from China to Europe, in a very short period, all the countries of the world have been forced to take urgent and very restrictive measures to stop the spread of the virus. The result has been the almost total immobilization of the world and the sudden loss of a set of services and freedoms that sustained the economic well-being, wealth and standard of living of societies in developed countries.

The Covid-19 has invalidated one of the main axes of modernity: mobility. This pandemic, imposing the confinement of people, is marking a lifestyle and consumption very different from the usual and certainly dire for today's globalized economies, which base their success precisely on the free and rapid movement of people and goods around the world.

Faced with this situation, the tourism industry has been particularly affected, as it is a sector in which the movement of people cannot be supplanted, or aided, by any new technology, or by online sales strategies, as is the case of other industries producing goods or services.

The World Tourism Organization (UNWTO) has declared that tourism and transport are confirmed as the most affected sectors by this crisis, since they cannot be conceived without mobility. In an attempt to prepare future forecasts from a reality dominated by uncertainty, the following sections attempt to detail the potential scenario of the tourism market in the post-Covid-19 and to outline some reflections that may be of help to professionals in the sector for the elaboration of new successful strategies that allow them to overcome what is probably the worst situation in the history of tourism. More specifically, the suitability of the so called "slow tourism" is explored, in antithesis to mass tourism, which has dominated the market until the outbreak of the Covid-19 pandemic.

1. Covid-19 and Tourism Market

The tourism sector has seen its great growth thanks to the "democratization" of travel, that is, thanks to the fact that technological advances have allowed national and international travel to be an accessible product, in terms of time and money,

for the general public. This reality has generated a market in which tourist consumers could have access to weekend breaks in European capitals or relatively short vacations in transcontinental destinations.

Currently, the mobilization of people involves a high health risk and, therefore, the tourism industry is facing a historical challenge and a scenario in which many destinations and operators are strongly threatened with survival.

Even though it is a conjunctural situation, this pandemic will surely mark a milestone in the tourism industry. There are many questions about the post-Covid-19: When will it be possible to travel again? Will it be as before? Who will be able to travel? Where? What will be the rules?

The Deloitte consulting predicts that the recovery phase will arrive in December 2020, after a phase of restrictions, and subsequently, of stabilization. From a tourist perspective, the study points out that by the summer of 2020 national tourism will be activated again, and that, by the end of the year, it will be possible to see a recovery in international travel (<https://elglobal.es/industria/como-y-when-will-recover-the-economy-of-covid-19/> online 04/13/2020). What should be done to face this scenario? From the perspective of tourism marketing and management, it is necessary to bear in mind that tourism consumers will be dominated by feelings of uncertainty and fear that will be decisive in their purchasing behaviour. Travel preferences will be subject to the need to ensure health, above all.

Tourism is forced to rethink and propose itself in new ways that give centrality and value to non-massive practices and to closer destinations, giving them the same appeal as more distant and “exotic” ones.

Although it is true that there can be no tourism without displacement, it is also interesting to look at new (or not so new) meanings of tourist mobility, giving prominence to slow displacement, limited in its spatial dimension, but rich in experiential value. In this sense, the so-called Slow tourism offers a multiplicity of options so that a slower trip closer to the place of residence can become a successful strategy (Hernández-Mogollón *et al.*, 2018).

After globalization, tourist destinations have tried to be on the international scene and have adopted promotional strategies to conquer increasingly large shares of foreign markets. This health crisis forces an inverse process, that is, returning to a local dimension, betting on national markets, designing promotional and marketing campaigns aimed especially at a domestic, or even local, market. Faced with this

scenario, slow tourism offers a conceptual and practical frame of reference, on which it is possible to shape current mobility and also work on a qualification of tourism systems in general so that this health crisis can be an opportunity to enhance the industry's sustainability: decongesting the most saturated destinations and highlighting those that are on the fringes or excluded from the major tourist circuits.

2. Mass Tourism vs Slow Tourism

Until now modern tourism has been dominated by mass tourism, which has determined that travellers turn their purchase intentions and consumption to the most popular destinations, with a business supply structure focused to this market trend (low cost flights, hotel accommodation, places prepared for a lot of capacity, etc ...). Regardless of the concrete impact of Covid-19 on tourism, which is currently impossible to predict, this pandemic will determine new tourists' needs and desires and will force to contemplate other forms of tourism, less saturated, characterized by small companies, in less known places. This can generate a market opportunity to increase the number of these destinations and thus determine that tourist flows are more homogeneously distributed. The less popular destinations would experience an increase in the number of visitors and the mass destinations, on the other hand, a decrease until levels more compatible with their natural carrying capacity. One of the tourist modalities that be a valid alternative to mass tourism, and that can have a prominent role in this crisis, is known as slow tourism.

The slow movement is the expression of a sociocultural phenomenon that affects all aspects of life and consumption (Hernández-Mogollón *et al.*, 2018) and that preaches the need to live more leisurely to achieve a better quality of life and greater care for the environment (Clancy, 2018).

Slow tourism is the expression of this phenomenon in the transport and tourism industry. It defines a travel practice that runs away from the use of rapid means of transport and puts at the centre of its strategy the outdoor activities, in sparsely populated destinations, where a wide spatiality is offered, where socialization is experienced in squares or itineraries at outdoors, where displacement is carried out in small groups and using slow means: walking, horseback or bike (Di-Clemente *et al.*, 2012; 2014).

According to Dickinson and Lumsdon (2010) slow tourism proposes an alternative tourism system in which quality prevails over quantity and slowness encompasses

a set of values that go beyond the mere temporality, including respect for the environment and societies, the permeability to local cultures, the uniqueness of experiences, the quality of human relations and the self-realization of tourists and host community through the journey. These are complex tourism systems, which require an *ad hoc* offer, capable of satisfying a group of consumers who want to have meaningful experiences and desire to travel, adopting ethical and responsible consumption behaviours at a social and environmental level. Currently, it should be added that slow tourism also represents a form of healthy tourist consumption, in the sense that its practice makes it easier for tourists to carry out activities and travel without exposing themselves to the risk of contagion by Covid-19.

In order to better understand how slow tourism can represent a successful strategy in the new post-Covid-19 tourism scenario, it is necessary to delve into the supply and demand variables of this type of tourism. The slow philosophy may be the option chosen by many consumers and managers of tourist destinations, making this way of understanding travel no longer a niche proposal that can conquer a significant market share.

2.1. Slow tourism supply system

The supply system of slow tourism should not be confused with an invitation to a “lazy” experience. Slowness, in fact, is not of value *per se*, but assumes significance if the absence of time pressure promotes the enjoyment of unique and authentic experiences (Lumsdon and McGrath, 2011). It is also incorrect to define slow tourism supply only as a new focus on clean and environmentally friendly transportation system. It is rather necessary that all the local activities of a slow destination, both social and economic ones, are inspired and shaped around the slow philosophy. Only in this way it can be possible to give life to a coherent and homogeneous approach for the local tourism sector, focused on one main concept, the slowness, shared by different local actors (Hernández-Mogollon et al., 2012). Matos (2004) recognizes that slow tourism has to be the result of strong efforts in coordination between the various elements composing the tourism system of a destination, such as accommodation, food, local recreation, culture, services policies and environmental protection, etc.... Buckley (2011) notes that those who intend to build up tourism systems oriented to slowness would experience changes in a number of aspects such as accommodation and catering infrastructures, entertainment enterprises and all sub-sectors of the tourist industry.

With regard to the accommodation system, Buckley (2011) states that there would be a proliferation of extra hotel establishments that usually turns out to be the most appropriate facilities for longer stays, both for its economic advantage, and because they offer the possibility of living in the same environments and architectural contexts that residents. Some authors (Matos, 2004; Blanco, 2011; Buckley, 2011) locate slow tourism practices in rural areas; therefore, they identify in rural accommodation the ideal kind of establishment for slow tourism.

We believe that the contributions of these authors imply a limitation to the concept of slow tourism. Buckley (2011) limits the slow tourism offer in relation to the type of accommodation, excluding hotel hospitality which in many tourism systems is an authentic expression of local and typical lifestyle for being remarkable in quality and strongly consistent with local architectural traditions.

On the other hand, Matos (2004) limits the territorial context of slow tourism within rural areas, excluding small urban centers or seaside. In this regard, we consider appropriate to emphasize that the slow tourism should be defined by broad concepts that exceed the territorial limitations, which relegate it to rural areas and to extra-hotel accommodations (Hernández-Mogollon et al., 2012a).

The slow tourism offer should be characterized by the presence of a quality and sustainable tourism industry, capable to bet on a qualitative, rather than quantitative growth. The ideal scenario for the development of this type of offer has been identified in areas that have been defined by the term “slow territories”, regardless of whether they are rural, urban or maritime areas.

In the practice, there are isolated initiatives of slow tourism: travel agencies that organize slow tours, hotels selling tranquility, rest, silence and, more or less explicitly, slowness. Still lacks a holistic focus over slowness as a key-point of a territory defining all its aspects. In this sense, Matos (2004) highlights a fundamental aspect that characterizes a slow-oriented tourism system: the involvement and commitment of all stakeholders directly or indirectly involved in the tourism sector. Local agents must be highly motivated and trained. In the same direction, Blanco (2011) states that local people must embrace slow philosophy with their active involvement in local companies and associations. Only in this way, slowness can be identified as a pushing factor for a resource or a pre-existing tourism product and play the role of differentiator, not only for tourism system, but for the whole territorial identity.

2.2. Slow tourism demand

Most of the publications that have addressed the issue of slow travel or tourism, has done it from the perspective of consumers, analyzing a set of alternative behaviors and attitudes, different from traditional ones, in relation with certain aspects of the trip, as are the means of transport used, the type of activities carried out at the destination, the concept of time etc...

Dickinson et al. (2010) consider the slow tourist as a traveler who submits the choice of destination to the transport necessary to reach the place. Not limiting to the choice of transport and covering a broader meaning for this type of consumer, the slow tourist can be considered as a subject permeable to *genius loci* and open the "other", which is the expression that anthropologists of tourism use to identify everything that is different from us (Canestrini, 2004; De Salvo et al., 2013). Savoja (2011) describes the slow tourist as a critical and responsible traveler and explains that the adoption of a slow attitude over holiday's time involves a change in the supplier-consumer relationship of tourism services. From a tourist-consumer position, slow traveler becomes a co-producer of the tourist service, assuming the responsibilities that come along with this new role and reducing the distances that traditionally separate hosts and guests (Dall'Ara, 2009; Bimonte and Faralla, 2012; Kastenholz et al., 2013; Nawjin and Mitas, 2012). Slow Tourists avoid a staged experimentation of a destination and usually flee away from pre-established activities tourist-made. Thus, the slow traveler is mainly defined by two unique characteristics: the desire of authenticity in their travel experiences and a responsible behavior assumed towards the environment and the local communities. The need of authenticity and the social and environmental responsibility are the two pillars of a slow tourist interpretive paradigm. (De Salvo et al., 2013).

The slow tourists' curiosity for authenticity is demonstrated by the willingness to get in contact with local cultures and lifestyle in a respectful way.

By the other hand, the responsible attitude of the slow tourist is defined in two ways, environmental and social. The first relates to the use of scarce and vulnerable goods which can suffer irreversible damage because of an indiscriminate tourist exploitation. The responsible use of tourism resources inevitably implies the acceptance of a limitation of consumption and a slowdown in the use of the environmental assets. In this sense, the slowness is used as a tool for reducing consumerist behaviors (Savoja, 2011). The second aspect is identified in the will

of the slow traveler of generating positive externalities, especially those relapsing the indigenous communities. Thus, the slow tourist becomes a key player in the creation of new models for tourism consumption, centered on the slowness and the quality, as necessary and fundamental values (Savoja, 2011). Finally, the slow tourist is a consumer who recognizes priority to a set of qualitative aspects of the tourist experience rather than quantitative elements and that decides to spend more time at a destination selecting activities that enable him to participate in the daily routine of locals. Therefore, he chooses more relaxed rhythms for both travel (slow travel) and holidays (slow tourism), in order to get enough time to encounter the local authenticities.

The slow tourists' profile as described above, show several similarities with the imaginable post-Covid-19 traveler. The need to slow travel is coherent with the limitations of mobility that is foreseeable in the immediate future, after the pandemic. The possible scenario will plausibly be characterized by strong limitations to the use of transports means and to displacements in general. The post-Covid 19 tourists, as well as the slow tourists, will also be defined by a sense of social and environmental responsibility. People are being exposed to information focusing on the tragic effect of this pandemic to the economy and the inverse effect on the environment, which on the contrary, appears to be the real beneficiary of the lockdown imposed by the virus' outbreak. Thus, the new tourism consumer may will to take travel decisions that, by the one side, support the local tourism systems and economies, and by the other, allow a more environmentally conscious behavior.

3. Post-Covid-19: the new scenario for Tourism Market

Within the range of possibilities that can be contemplated and forecast for the Post-Covid 19, it is necessary to focus on one element that is inevitably common to all scenarios: the need to change the paradigm for tourism development and mobility in favor of a decrease in the industry that implies a progress in quality, and a drop in quantity. The post-Covid-19 tourism will probably be characterized by a significant reduction in the carrying capacity of destinations, especially the most popular and visited, the presence of access control systems to tourist sites that include corporal temperature control and the use of some protection elements, such as compulsory social distancing, masks, gloves, the display of a sanitary visa that guarantees the traveler's state of health, etc.

In this context, it is necessary for tourism to adopt an approach diametrically opposed to that of mass tourism and large numbers, and opt for small-scale tourism both in relation to the movement of tourists and with the type of offer (accommodation, catering, activities) that are proposed to the visitors.

In this sense, slow tourism is proposed as an ideal typology for reviving the industry.

From the perspective of demand, currently the tourist consumer is necessarily predisposed to embrace slow tourism since: 1) he will have the need to travel close to the place of residence to avoid places and crowded destinations (well established sun and beach destinations or airports and stations); 2) should opt for slow mobility. Planes and TAV give way to own cars, or trips on greenways with more sustainable means: bicycle, horse or on foot; 3) could opt to move on different dates than the traditional high season.

From the supply perspective, the tourist industry has, in this conjunctural situation, the possibility of qualifying a whole category of proposals and destinations considered minor. These are the regional or local heritages, that being more familiar or accessible by the visitor, are considered less attractive. Now the tourist consumer is permeable to all kinds of travel opportunities that allow them to have a safe vacation from a health perspective.

The proximity trip, which travellers will necessarily choose as soon as they are allowed to leave their homes, should not be offered as “a consolation”. On the contrary, rural, nature, experiential, active tourism, as well as all minor destinations, have the unique opportunity to successfully position themselves in the minds of consumers, rescue themselves from their position as secondary, or transit, destinations and propose themselves as qualified systems, capable of pleasing a modern and demanding tourist public.

4. Conclusions

The post-Covid-19 tourism industry needs dealing with unknown and uncertain scenarios. The desire to travel is tangible among the population, currently confined to their homes, but it is still early to make predictions about when and how the tourism industry will work again. Beyond the general uncertainty in which the sector is submerged, it is important to identify the new challenges that tourism faces.

Firstly, it should be noted that the sector is experiencing a conjunctural and not a definitive situation. This pandemic will not lead to the end of tourist mobility, but

it will probably introduce a new way of traveling in terms of the precautions to take and the ways in which a destination is reached and enjoyed. Like other major international crises, such as the one caused by the terrorist attacks, which have introduced new rules for international displacements, the epidemic of Covid-19 will introduce a new element of risk in travel and new rules to minimize it.

Second, the post-Covid-19 tourists surely expect to travel in a different way with respect to their travel habits, but they do not contemplate the possibility that their tourist investment (in terms of time and money) corresponds to poor or “second-class” service. Therefore, it is to be expected that the level of demands and expectations of consumers regarding the quality of services will not be diminished by the current circumstances. The role of travel and vacations as opportunities for personal self-satisfaction and fulfilment will become even stronger after this crisis, as well as the need to escape, relax and break the routine.

In short, one of the biggest challenges of tourism after the Covid-19 is to ensure that this epidemic does not imply a disqualification of the industry.

Minor destinations have an excellent opportunity to rescue themselves from their outcast position and to occupy a prominent place in the minds of new tourist consumers.

For this, it is necessary to act according to a reference tourism management model and not leave room for improvisation and occurrence. In this sense, slow tourism offers an ideal solution to the current context, which has an already defined conceptual framework and can guide the tourism initiatives that will emerge in response to the current health crisis.

References

Bimonte, S. and Faralla, V. (2012). Tourist types and happiness a comparative study in Maremma, Italy. *Annals of Tourism Research*, 39(4), 1929–1950

Blanco, A. (2011), Una aproximación al turismo slow. El turismo slow en las Cidades slow de España. *Investigaciones Turísticas*, 1, 122-133.

Buckley, R. (2011). Tourism Under Climate Change: Will Slow Travel Supersede short Breaks?. *AMBIO*, 40, pp. 328–331.

Canestrini, D. (2004), *Non separate sul turista*, Bollati Boringhieri, Torino.

Clancy, M. (2018). *Slow tourism, food and cities. Peace and search of the "Good life"*. Routledge advances in tourism: NY, pp. 248.

Dall'Ara, G. (2009). *Le nuove frontiere del marketing del turismo*. Franco Angeli, Milano.

De Salvo, P., Hernández-Mogollón, J.M. and Di-Clemente, E. (2013). "Repellent" tourists vs. "slow" tourists. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 4(2), 131-148.

Dickinson, J. and Lumsdon, L.M. (2010). *Slow Travel and Tourism*, Earthscan, London, Washington.

Dickinson, J., Robbins, D., and Lumsdon, L.M. (2010). Holiday travel discourses and climate change. *Journal of Transport Geography*, 18, 482-489.

Di-Clemente, E., De Salvo, P., Hernández-Mogollón, J.M. (2012). Slow Tourism o Turismo de la Lentitud: Un nuevo enfoque al desarrollo de territorios lentos. *Encontros Científicos - Tourism & Management Studies*, 1, 883-893.

Di-Clemente, E., Hernández-Mogollón, J.M., De Salvo, P., Campón- Cerro, A.M. (2014). *Slow tourism: an alternative model for local and tourist development*. In J. Mondéjar-Jiménez, G. Ferrari, M. Segarra-Oña, and A. Peiró-Signes (Eds.), *Sustainable Performance and Tourism: A collection of tools and best practices*. Oxford: Chartridge Books, pp. 23-36.

Hernández-Mogollón, J.M., De Salvo, P. and Di-Clemente, E. (2012). Una aproximación al concepto de slow tourism: el caso del territorio del Valle de Jerte. *Turismo & Desenvolvimento*, 3 (17-18), 1681-1693.

Hernández-Mogollón, J.M., De Salvo, P. and Di-Clemente, E. (2012a). Verso il turismo slow: il caso della Sierra de Gata, Spagna. In V. Calzati and P. De Salvo (eds), *Cittáslow: il valore della lentezza per il turismo del futuro*. Sinergie, Cueim, Verona.

Hernández-Mogollón, J.M., Di-Clemente, E., Campón- Cerro, A.M., Folgado-Fernández, J. A. (2018). *The Experiential Value of Slow Tourism*. In M. Clancy (Ed.), *Slow Tourism, Food, and Cities: Pace and the Search for the Good Life*. London and NY: Routledge, pp. 181-196.

Kastenholz, E., Carneiro, M.J., Eusébio, C. and Figueiredo, E. (2013). Host-guest relationships in rural tourism: evidence from two Portuguese villages. *Anatolia*, 24 (3), 267-380.

Lumsdon, L.M. and McGrath, P. (2011). Developing a conceptual framework for slow travel: a grounded theory approach. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(3), 265-279.

Matos, W. (2004). Can slow travel bring new life to the Alpine regions? In K. Weiermair & C. Mathies (Eds.), *The tourism and leisure industry* (pp. 93-103). Haworth, New York, NY.

Nawjin, J and Mitas, O. (2012). Resident Attitudes to Tourism and Their Effect on Subjective Well-Being: The Case of Palma de Mallorca. *Journal of Travel Research*, 51(5), 531-541.

Savoja, L. (2011). Turismo lento e turisti responsabili. Verso una nuova concezione di consumo. En Nocifora, E. (eds), *Territori lenti e turismo di qualità, prospettive innovative per lo sviluppo di un turismo sostenibile*, 95-109. Franco Angeli, Milano.

Quais as tendências para o Turismo na Região Central do RS no período Pós-Pandemia do Coronavírus

Alexandra Begueristain da Silva

Doutora em História- UFSM, Mestra em Ciências Sociais – UFSM
Graduada em Turismo, Universidade Franciscana
abegueristain@gmail.com

André Luis Ramos Soares

Professor do Departamento de História – UFSM,
Coordenador da Cátedra Unesco UFSM em Fronteiras e Migrações
alrsoaressan@gmail.com

Resumo

Este capítulo apresenta uma discussão sobre os impactos da pandemia de SARS-Covid 19 no Brasil, suas consequências e reflexões necessárias para o período pós-pandemia. Também apresenta as possíveis tendências para o turismo na região central do Estado do Rio Grande do Sul, extremo sul do país, a partir de suas características peculiares em uma área restrita denominada Quarta Colônia de Imigração Italiana, no qual os atrativos turísticos estão baseados em um território com vários recursos que vão desde a gastronomia até sítios paleontológicos dos mais antigos do mundo.

Abstract

This chapter presents a discussion of the impacts of the SARS-Covid 19 pandemic in Brazil, its consequences and necessary reflections for the post-pandemic period. It also presents the possible trends for tourism in the central region of the State of Rio Grande do Sul, in the extreme south of the country, from its peculiar characteristics in a restricted area called the Fourth Colony of Italian Immigration, in which the tourist attractions are based on a territory with several resources ranging from gastronomy to paleontological sites of the oldest in the world.

Introdução

O fenômeno turístico é analisado sob diferentes óticas no campo acadêmico: entre estudiosos do Turismo existem os que o defendem como Atividade Econômica, e de fato é uma atividade econômica, mas não somente isto. Existem outros pensadores que o entendem como um Fenômeno Social que abrange aspectos econômicos, sociais, histórico-culturais, ambientais entre outros como a infraestrutura e a segurança de um destino turístico.

Para fins desse estudo, o turismo é considerado, a partir de Barretto (1999), como uma “amalgama de fenômenos e relações” que se constituem em torno do deslocamento e da permanência de pessoas em ambientes não-familiares. Podem-se perceber, então, dois condicionantes estruturantes desse fenômeno, a viagem do turista e a sua experiência no destino.

A concepção economicista, que considera o turismo como uma atividade econômica, vê o turista, a partir do dinheiro que ele gasta no lugar visitado, identificando-o, como aquele indivíduo que entra em um país estrangeiro sem a intenção de fixar residência, ou de nele trabalhar regularmente e que nele gasta seu dinheiro. (DE LA TORRE apud BARRETTO 1999, p.11).

Uma concepção economicista percebe o mercado de turismo como um confronto entre oferta e demanda de serviços turísticos, sendo que a melhor maneira de se entender o mercado turístico é através de uma segmentação, que é a decomposição dessa demanda em grupos homogêneos em seus interesses, como turismo de descanso, turismo de férias, de negócios, desportivo, ecológico, dentre outros (BENI,1998).

A concepção fenomenológica pressupõe uma demanda segmentada, com turistas interessados em práticas sociais e experiências sustentáveis, como em eventos com propostas sociais e que envolve várias instituições, visando mediar essas interações entre as assimetrias sociais como vimos em Lemos (1999).

Quaisquer que sejam as concepções, economicista, fenomenológica, social ou humanista de turismo que a cidade tenha em sua agenda política, o fato é que há a necessidade de preparar a localidade receptora para a estada deste estrangeiro/estranho, nos meios de hospedagem, alimentação, entretenimento, cultura e lazer, para que ele se sinta bem recebido e acolhido. E para que exista uma relação de comunicação desse turista com o residente/anfitrião, é preciso, no mínimo, que a visitação não agrida o autóctone, e assim preparar tecnologias de hospedagem,

como práticas turísticas, com vistas (ou não) à hospitalidade incondicional, a fim de bem receber o visitante na cidade receptora.

No caso da região da Quarta Colônia, este ponto é ainda mais forte, haja vista tratar-se de comunidade rural com um patrimônio desconhecido para seus próprios habitantes, quais sejam: Patrimônio Histórico Cultural, Patrimônio Ambiental, Paleontológico, Arqueológico, Gastronômico e Paisagens Naturais. Este tópico será desenvolvido adiante.

Beni (2003) traz essa reflexão, de como as hostilidades políticas influenciam diretamente na demanda turística, ressaltando que o objeto primeiro é a hospitalidade incondicional, sendo que países que vivem em clima de temor¹, provocado pelos turistas, têm mais dificuldade em receber/hospedar este pela própria procura por localidades que sofram tais hostilidades.

O autor, anteriormente referido, ainda conclui:

“Vimos os efeitos deletérios do terrorismo e, com isso, também podemos observar que, atrás da mais avançada tecnologia e progresso científico, ainda permanece o velho homem ‘lobo’ atrasado e irracional, que busca impor seu império pela violência praticada contra cidadãos indefesos, por certos superiores moralmente a ele próprio” (BENI, 2003, p. 79)

O turismo social é uma nova teoria que vem sendo desenvolvida para que todas as pessoas, independentemente de cor, credo, idade ou camada social, vivenciem as práticas turísticas como condição de cidadania, passando, inclusive a ser, no Brasil, pauta de políticas públicas. Diz, o Ministério do Turismo no Brasil a respeito do tema: “Turismo Social é a forma de conduzir e praticar a atividade turística promovendo a igualdade de oportunidades, a equidade, a solidariedade e o exercício da cidadania na perspectiva da inclusão”. (BRASIL, 2005, p.07).

A função social do turismo não se reduz ao turismo social, embora o inclua. A discussão vai ao encontro do paradigma da sustentabilidade ambiental, sociocultural e econômica deste, onde, com certeza, deve ter, no poder público, a garantia desse fenômeno.

O Ministério do Turismo ainda cita o Código Mundial de Ética do Turismo, que dispõe que o Turismo Social tem, “por finalidade, promover um turismo responsável,

¹ Beni (2003) faz referências ao terrorismo em determinados países do mundo, na atualidade esse temor pode ser visto com relação à Pandemia, pois muitas fronteiras foram fechadas. No caso do Brasil, as políticas públicas do governo federal ampliam o medo supra citado.

sustentável e acessível a todos, no exercício de direito que qualquer pessoa tem de utilizar seu tempo livre em lazer ou em viagens e no respeito pelas escolhas sociais de todos os povos” (BRASIL, 2005, p.06).

Como Moesch (2004) declara em sua obra: “Um outro Turismo Possível, o turismo converteu-se em um direito do homem moderno”. A autora também diz:

Fenômeno que se impõe à sociedade, o turismo passa a gerar análises, estudos e pesquisas não apenas em âmbito dos órgãos oficiais e setores produtivos, mas também na academia, deixando de ser uma preocupação secundária em termos teóricos. [...] passando do status de objeto percebido ao de objeto de conhecimento. (2004, p. 09)

Tem-se, atualmente, uma visão de turismo capaz de incluir outros segmentos sociais, que não tenham na atividade turística somente um consumo de luxo ou uma experiência de evasão do cotidiano; mas sim que cada cidadão, independentemente da camada social, tenha o direito a qualidade no seu lazer, e essa qualidade no tempo de lazer passa a ser a possibilidade de interagir, conhecer o novo, estranhar e conviver com o *outro*, com o diferente, sem que se perca a própria identidade e conhecer novos lugares, novas culturas.

Todos esses segmentos teóricos-conceituais são relevantes à ciência do turismo; porém, o presente estudo adotará uma posição humanista, levando em conta, deslocamentos humanos e as trocas simbólicas desse deslocamento, a função social das práticas turísticas e o próprio turismo, como um ato humano de encontro, mesmo reconhecendo as interfaces economicista, capitalista e mercantil no fenômeno turístico.

Turismo e Pandemia

Desde o começo da crise causada pela pandemia do novo coronavírus, um dos setores mais impactados foi o de turismo. Juntamente com as companhias aéreas, a rede hoteleira foi uma das primeiras a sentir o golpe das medidas do distanciamento social, seguida pelos restaurantes, pousadas e bares.

A partir do momento em que a crise pelo covid-19 foi decretada como pandemia pela OMS, freou as atividades do fenômeno turístico, inicialmente em grande escala, e depois atingiu todos os setores e destinos turísticos. Então é sobremaneira importante pensarmos: como estamos posicionados? Quais são as principais tendências

e perspectivas de mudanças no setor turístico a partir desta crise sanitária? Há males da pandemia que vêm para o bem? Que caminhos seguir? Como a demanda vai evoluir nos cenários com ou sem vacina?

Nesse sentido o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) publicou em 2020 um Guia Para o Turismo em Tempos de Pandemia, no qual a pergunta que norteia a introdução é: “O que você faria se eu dissesse que, em alguns meses, os turistas não serão mais os mesmos?” (SEBRAE, 2020, p. 03). As tendências indicam que o Turismo irá se modificar posterior a esse período de retração, diz o Guia do SEBRAE, que foi lançado no momento em que a atividade turística se encontrava totalmente parada.

O turismo está parado, sim, mas se você ficar parado também, muito provavelmente quando as coisas voltarem ao normal você não estará preparado para as mudanças que já estão acontecendo. (...) Quando o turismo REAQUERER, você precisa estar preparado, e para isso, é preciso que você se planeje agora. Olhe para o seu futuro e tome ações que te permitam ter resultados altamente positivos (idem, p.03).

O Guia é voltado à empreendedores do setor que foi tão impactado pela pandemia e permite que se pense no Turismo Pós Pandemia, para que se preparassem protocolos de segurança e planejamento para o momento da retomada. Momento este que está acontecendo de maneira lenta, modesta e diferente em cada canto do mundo.

Para responder ou ao menos refletir sobre tais questões, é necessário se distanciar do Senso Comum, pois o assunto é debatido por diferentes campos teóricos-científicos, mas também em rodas de conversa de diferentes grupos sociais, vivenciado no cotidiano das famílias e, o foco deste capítulo deve-se manter no campo científico. Por este motivo, traz-se a luz Bourdieu (2004, p. 20-21) onde destaca duas preocupações relevantes à investigação do objeto de pesquisa, quais sejam: “nas situações reais da atividade científica, só é possível esperar construir problemáticas ou novas teorias com a condição de renunciar à ambição impossível [...] de dizer tudo sobre tudo e de forma ordenada”.

A temática analisada leva em consideração o que Bourdieu (2004) definiu como “vigilância epistemológica”. Ainda apoiando-se nas ideias defendidas pelo autor citado, a transformação de um problema social em problema sociológico ou problema de pesquisa científica só é construída sob a lógica de que “o real nunca toma a iniciativa já que só dá resposta quando é questionado” (2004, p. 48), ou seja, um

objeto de pesquisa só pode ser construído por conta de uma problemática teórica que interroga os aspectos retirados de determinada realidade, neste caso, qual o futuro do Turismo após essa crise sanitária causada pela Pandemia do Coronavírus.

Tal afirmação de Bourdieu parece dar sustentação a este capítulo, visto que o assunto é recente, está em eminência em diversos campos teóricos e possui opiniões diferentes, inclusive nos campos políticos², conforme o autor, pode-se aproveitar mesmo essas negações sobre o tema da pesquisa.

Beni (2020),³ reflete sobre O Turismo e a Pandemia e, como esse período é “líquido”, parafraseando Bauman (2001), o autor questiona a importância de textos e reflexões sobre esse momento histórico e que não há como prever com certeza o futuro e o destino do Turismo ou mesmo da Pandemia, apesar de todas as hipóteses e teses levantadas pela ciência:

Não tenho como saber se ao lerem esse artigo, vocês ainda estarão muito impactados com a pandemia que vem se alastrando e contaminando, em escala avassaladora, a grande maioria dos países em escala global. Também não posso saber se os meus leitores se sentem apavorados ou sentem-se pressionados por estar no momento em que registro esse texto. Não tenho nem mesmo certeza se tenha havido outro pânico com as mesmas proporções que estamos vivendo. Afinal em tempo algum, que me lembre e sobre o que compilei, tenha havido um pânico coletivo na dimensão que estamos experimentando (BENI, 2020, p. 02-03).

Pensamento este, do qual compartilha-se no presente capítulo, visto que, não sabemos ainda quanto tempo o Turismo levará para se reaquecer, normalizar e se realmente voltará a ser o Turismo da forma como conhecíamos antes da Pandemia, o autor segue suas reflexões que incluem questões políticas, sociais e universais:

O Turismo, mais do que qualquer outro setor da economia, apresenta uma característica de extrema sensibilidade a toda a alteração situacional, sendo extremamente retrátil a oscilações de taxa de câmbio, flutuações sazonais da demanda, riscos meteorológicos, geológicos, convulsões sociais, instabilidade política, terrorismo e riscos epidêmicos e pandêmicos que comprometam

² No entanto, este artigo não visa entrar nas questões Políticas nem do Brasil e nem de outros Países sobre a importância, relevância ou negação da existência dessa Pandemia que aflige o mundo inteiro.

³ O autor compilou algumas reflexões sobre o Turismo e a Pandemia em um artigo publicado na Revista Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade n 12 (3 Especial Covid-19).

a saúde pública, como o recente surto do COVID-19. O tráfego turístico mundial já enfrentou, num passado não muito distante, a epidemia da SARS- também conhecida por Gripe Asiática -com uma discreta retração, porém nada semelhante ao que estamos enfrentando no presente. (...) Essa crise do Coronavírus, de proporções gigantescas e ainda imprevisíveis, informa o que se previa no início do século XXI. Poderíamos afirmar que essa crise universal é ao mesmo tempo uma crise de consciência planetária, uma crise de relação e uma crise dos fins. A crise da consciência planetária concerne ao nosso lugar no universo: doravante sabemos que vivemos sobre um planeta infinitamente pequeno, num universo incomensuravelmente grande [a angústia pascaliana democratiza-se, de algum modo]. Um mundo frágil, além disso, e que tratamos mal. Essa consciência ecológica, essa má consciência, é um fato radicalmente novo na história da humanidade. E ela é reduplicada pela tomada de consciência do fato que a distância entre os mais ricos dos ricos e os mais pobres dos pobres não cessa de aumentar tanto nos países desenvolvidos como nos países emergentes e subdesenvolvidos. Fato que está no coração de toda crise de dimensão social. Já que não existimos sem os outros, sem nós eles também desaparecem... (BENI, 2020, p. 04)

O setor de turismo esteve historicamente e continuamente suscetível a uma série de crises sob diferentes aspectos, desde os políticos, econômicos, sociais até os de crise sanitária, de saúde e atual crise planetária. Isso inclui epidemias e pandemias, como o surto da Síndrome Respiratória Aguda (SARS), em novembro de 2002 e a Síndrome Respiratória do Oriente Médio (MERS), em 2015. Nesse momento houve uma tentativa da Organização Mundial da Saúde (OMS) de minimizar a propagação global da SARS, emitindo notas específicas recomendando o adiamento de viagens, exceto as essenciais, para áreas onde o risco de exposição à SARS fosse considerado alto (CORBARI e GRIMM, 2020). As autoras, pontuam ainda, alguns episódios terroristas, como:

o atentado de 11 de setembro, nos Estados Unidos; crises econômicas, como a que assolou a Grécia e outros países da Europa, que teve início em 2008; eventos extremos derivados das mudanças climáticas como as secas, diminuição da camada de neve, furacões, terremotos e os desastres ambientais antropogênicos como rompimento de barragens, derramamento de óleo, entre outros podem afetar o setor de turismo e exigir medidas de adaptação. De fato, nada pode influenciar as escolhas dos viajantes de maneira mais

poderosa e clara do que preocupações com segurança e proteção. (...) Esses fatos são importantes ao analisar-se que o turismo é uma atividade econômica que depende da segurança e integridade social e ambiental das localidades (CORBARI e GRIMM, 2020, p. 03).

Tal pandemia como aponta Marques (2020, n. p) pode ser considerada uma derivação da “emergência climática, a aniquilação da biodiversidade e o adoecimento coletivo dos organismos, intoxicados pela indústria química”, que poderão deixar as “sociedades, mesmo as mais ricas, ainda mais desiguais e mais vulneráveis, menos aptas, portanto, a recuperar seu desempenho anterior”.

Para a OMS⁴ (Organização Mundial de Saúde), dois fatores contribuíram desde o início da pandemia para a rápida disseminação do novo coronavírus: aglomerações e lugares fechados, fatores que a atividade turística proporciona em diversos segmentos, como em praias, resorts, parques, eventos e o próprio transporte aéreo ou terrestre. Sendo assim, as medidas de contenção da doença – que pode levar a sérias complicações, inclusive à morte -, inviabilizam a utilização de meios de transporte coletivos e também a entrada em pontos turísticos tradicionais. E ainda, impedem os turistas de frequentarem bares, restaurantes e espetáculos artísticos, enfim, tudo do que sobrevive a indústria do turismo.

Tais medidas, ainda em janeiro de 2021 são tomadas no Brasil, e alguns estados ainda sofrem muito com a pandemia enquanto em outros as regras do distanciamento estão mais brandas; porém não há uma liberação para viagens ou abertura de bares e eventos sociais de médio e grande porte. Inclusive as fronteiras terrestres com o Argentina, país vizinho que envia centenas de turistas por ano, permanecem fechadas, o que causa uma grande redução de turistas no litoral norte do RS passando por várias cidades da região sul e oeste, que eram usadas como dormitório.

Sem poder sair de casa e precisando evitar ambientes cheios, as pessoas foram forçadas a cancelarem suas viagens a passeio ou a negócio para evitar a disseminação do vírus. Segundo pesquisa divulgada pela Braztoa⁵ (Associação Brasileira das Operadoras de Turismo), as empresas que vendem viagens registraram queda de 75% a 90% do faturamento durante o mês de maio de 2020, no comparativo com o mesmo período no ano anterior.

⁴ <https://www.who.int/eportuguese/publications/pt/>, último acesso 17 de fevereiro de 2020.

⁵ <https://www.braztoa.com.br/anuário2020>, último acesso 17 de fevereiro de 2020.

Segundo estudo da Fundação Getúlio Vargas⁶ (FGV), o setor de turismo já perdeu mais de R\$ 161 bilhões. Contudo, com a retomada gradual dos países, cidades e negócios – e, conseqüentemente, das viagens –, a tendência é de que as pessoas optem por destinos próximos, em família e que prezam pela segurança.

Um levantamento realizado pela ABIH⁷ (Associação Brasileira da Indústria de Hotéis), 53% dos viajantes pretendem priorizar passeios com a família e 46% desejam destinos ao ar livre para evitar aglomerações, como cachoeiras e praias. Outro fator, a ser considerado é que 70% dos pesquisados afirmaram que vão passar a priorizar o hábito de viajar e ambicionam aumentar a frequência, principalmente as internas, assim que passar o momento de crise.

As tendências para o Turismo pós pandemia

O turismo, enquanto atividade econômica, irá se recuperar, mas dependerá de como o cenário desta pandemia terminará, pois fechamos o ano de 2020 em plena crise e no primeiro mês de 2021 há uma luz com a chegada das vacinas, porém está distante de vermos o fim deste caos. Seja como for a estratégia de recuperação do turismo, deve-se analisar os sinais de segurança e os planos de viagem dos locais. E ainda considerar que a principal procura será mesmo as viagens dentro do mesmo país. Pode-se pontuar as possíveis tendências para os próximos anos:

Prioridade nas viagens familiares; Viagens curtas e locais próximos; Viagens simples, sem ostentação; Procura por viagens com espaços abertos, como natureza e turismo rural; Mais atenção às normas de higiene das hospedagens.

O Guia do SEBRAE (2020) traz justamente o Turismo Regional e Nacional como uma opção para a retomada:

Os primeiros a saírem de suas casas, sairão com seus carros próprios para viagens curtas, isso porquê as companhias aéreas e outras empresas de transportes ainda serão evitadas (sim, mesmo com todos os cuidados tomados por essas empresas, as pessoas ainda resistirão a viagens assim). Essas pessoas vão querer ter total autonomia para ir e vir quando quiser e

⁶ <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/PE/Anexos/GuiaparaoTurismoemTemposdePandemia.pdf>, último acesso 17 de fevereiro de 2020.

⁷ <http://abih.com.br/noticias/>, último acesso 17 de fevereiro de 2020.

estarão muito bem dispostas a isso depois de longos meses dentro de casa. Os especialistas preveem esse primeiro retorno, dentro de um cenário mais otimista, a partir do segundo semestre (SEBRAE 2020, p.05).

O Guia ainda, aponta que a retomada terá como destinos mais procurados, aqueles que não são destinados ao turismo de massa, e sim um turismo mais voltado para grupos familiares, com programas ao ar livre e com experiências que sejam únicas e exclusivas, e principalmente com pouca ou nenhuma ocorrência de COVID-19 (p.07). Com a chegada da Vacina no Brasil em fevereiro de 2021 pode-se inferir que seja um passo para que as viagens familiares, em carros próprios e ao ar livre comecem a alavancar o turismo doméstico, sobretudo o regional.

Beni (2020), também traz reflexões acerca da retomada da atividade turística, ele possui uma visão diferente, relacionada ao turismo de negócios:

Muitos operadores e integrantes da cadeia produtiva de serviços em Turismo estão com justificada ansiedade e apreensão sobre o reinício da atividade no país. É evidente que será um processo lento, inicialmente impulsionado pelo turismo de negócios, aqueles que precisam viajar com frequência em razão de suas atividades profissionais. Portanto, o setor aéreo e o hoteleiro serão os primeiros equipamentos a serem retomados com razoável volume. A este setor se juntarão o de locação de veículos e alimentos e bebidas (p.16).

Para o autor o turismo de Lazer terá uma recuperação mais lenta, porém necessita de uma urgente política de incentivos e promoção direcionada. Iniciando pelos Estados, incentivando à ascensão de suas regiões turísticas, ao mesmo tempo que incentivará o Turismo doméstico nos Estados promovendo viagens de incentivo aos destinos tradicionais (BENI, 2020, p. 17). Diferentemente do que pensam Corbari e Grimm:

Experiências de viagem e turismo em todo o mundo tiveram suas atividades interrompidas decorrentes de decisões políticas e comerciais induzidas pelos efeitos da pandemia. Porém a atividade ressurgirá, mas em um período “prolongado e em velocidades variáveis em diferentes países”. Em muitas regiões as viagens domésticas, regionais e talvez conduzidas por visitas a amigos e parentes, poderá liderar o caminho da volta à mobilidade do turismo. (...) Os turistas deverão aderir novos hábitos de viagem, buscando por experiências mais próximas ao seu entorno (com forte tendência ao turismo doméstico e regional) com locais em suas zonas de segurança ou países de origem. Os deslocamentos decorrentes das viagens turísticas

deverão se normalizar mais rapidamente em territórios mais seguros que lidaram de forma mais assertiva com a pandemia. Porém, nos países em desenvolvimento mais pobres, com dificuldades para controlar a pandemia, a recuperação deverá ser lenta. Estes indicativos ressaltam que a lenta retomada do turismo por tudo o mundo será restritivo e gradual, tendo como principais destinos as áreas rurais e as de preservação, onde o turismo de aventura e o ecoturismo são as atividades com potencial para a retomada. Os destinos turísticos que melhor se adequarem ao ‘novo normal’ poderão se sobressair na retomada do turismo)p. 18-19).

Este Fenômeno Social é um campo teórico que pode ser desmembrado e estudado sob diferentes aspectos. Para este capítulo, entende-se o Turismo como um Fenômeno Social, que liga as pessoas, que proporciona trocas culturais e simbólicas, para além das trocas econômicas. Por esta razão a tendência de viagens próximas ao local de residência e a procura por lugares ao ar livre pode ser uma alternativa para o Turismo local. A cidade de Santa Maria, local de onde se escreve este capítulo, está situada no centro do estado do Rio Grande do Sul, e próxima a Quarta Colônia de Imigração Italiana, um dos destinos do interior do RS ricos em cultura, gastronomia e paisagens naturais.

A Quarta Colônia de Imigração Italiana do Rio Grande do Sul

A região conhecida como Quarta Colônia de Imigração Italiana do Rio Grande do Sul refere-se ao território criado a partir da iniciativa do Império brasileiro na consolidação da ocupação do território através da criação de colônias de imigrantes europeus para ocupar o território do atual estado do RS no final do século XIX. Localizada no centro do Estado, na mesorregião do Centro Oriental rio-grandense, engloba os municípios de Silveira Martins, Ivorá, Faxinal do Soturno, Dona Francisca, Nova Palma, Pinhal Grande e São João do Polêsine, além de partes dos municípios de Agudo, Itaara e Restinga Seca. A colônia foi criada em 1877 e recebeu o nome de Colônia Silveira Martins, defensor da causa migratória.

A região possui grande potencial em diversas áreas, principalmente do ponto de vista científico, pois a região possui vasta ocorrência de fósseis, tanto animais vertebrados e invertebrados, plantas e icnofósseis, que remontam ao período Triássico (252 a 201 Milhões de anos atrás).

Os fósseis presentes na região da Quarta Colônia são muito diversificados e entre eles estão alguns dos dinossauros mais antigos e cinodontes avançados, estes últimos relacionados com a origem dos mamíferos. Há também os tecodontes, que são os ancestrais dos dinossauros, bem como rincossauros, dicinodontes, procolofonídeos, esfenodontídeos e peixes. As plantas também contam com registros muito importantes, como estruturas reprodutivas de coníferas, muito raras no Triássico, além de ramos e troncos. Ocorrem ainda icnofósseis, em especial pegadas de tetrápodes e escavação de invertebrados (Godoy et all. s/d. p.420).

Para além dos fósseis, a geodiversidade da região apresenta paisagens cênicas, riqueza fisiogeográfica e paisagística, uma vez que a região é o encontro de diversas formações geológicas, como o derrame basáltico da encosta da serra (Planalto Meridional) que encontra a Depressão Central e ainda elementos do Escudo Cristalino, como as coxinhas. Em termos de vegetação, enquanto as várzeas e planícies são ocupadas pelas lavouras de arroz (eventualmente outras culturas) as altitudes acima da cota de 300 m.a.m. (metros acima do nível do mar) possuem vegetação preservada que herda parte de sua complexidade da mata atlântica. Nas encostas, videiras e parreirais lembram a colonização italiana que é marca da região.

Conforme os autores (Soares e Silva, 2021, no prelo) a riqueza cultural, proporcionada pela preservação linguística de dialetos italianos, associada a gastronomia, festas religiosas, paisagens e território preservado, tornam a região apta não somente a constituição de um Geoparque, que neste momento aspira pelo reconhecimento da UNESCO, mas também a um turismo sustentável de características diversas, que vão desde os sítios paleontológicos, arqueológicos, e passa pelo turismo rural, turismo religioso, e demais faces do turismo cultural.

No entanto, o mesmo local que preserva estas diversas potencialidades, é o mesmo que tem dificuldades com as regras básicas dos protocolos de prevenção a pandemia. Se por um lado a Universidade Federal de Santa Maria é parceira na realização e desenvolvimento de diversos projetos que visam a sustentabilidade em um território de baixa densidade demográfica e que a população jovem não deseja permanecer no campo, por outro há uma mobilização para a criação de elementos e estruturas que diversifique os caminhos de produção de bens e produtos, a fim de gerar emprego e renda. E neste cenário de construção de iniciativas em prol da comunidade que a pandemia afeta todas as perspectivas de construção de turismo sustentável.

Neste sentido, a proximidade da localidade “Quarta Colônia” com a cidade de Santa Maria, na região Central do estado, pode favorecer os aspectos citados anteriormente pelos autores deste capítulo e pelo Guia do SEBRAE (2020), tais como: a retomada do Turismo com carros próprios e em grupos familiares, para lugares ao ar livre, se torna uma possibilidade para o turismo regional se reorganizar e se reestruturar a partir dos protocolos de segurança exigidos pelos órgãos governamentais e institucionais da cadeia turística. No momento em que as cidades que formam a Quarta Colônia de Imigração Italiana recomeçam a receber visitantes de cidades próximas, em grupos pequenos e com roteiros e atrativos ao ar livre, tornando uma experiência exclusiva para o turista e, assim reaquecendo o setor de turismo na região de forma segura, eficiente e qualificada.

Produtos regionais ligados a gastronomia e a paisagem cultural estão sendo desenvolvidos, mas a resposta da comunidade e os efeitos da pandemia só poderão ser mensurados após a vacinação, que mal dá seus primeiros passos em fevereiro de 2021, quando este capítulo está sendo escrito.

Conclusão

A Organização Mundial do Turismo (OMT) aponta que as viagens internas serão inicialmente mais buscadas pelos turistas e afirma que é preciso agir de forma decisiva para resgatar a confiança dos viajantes. A OMT ainda criou um guia que destaca a importância do distanciamento social, checagem da temperatura, aumento de ações de limpeza e higiene e kits para viagens aéreas seguras, assim como hospedagens e eventos.

O selo “Turismo Responsável” é uma iniciativa do Ministério do Turismo do Brasil, criado para demonstrar ao público, todo o cuidado para que as atividades sejam retomadas, pois leva em consideração todas as orientações sanitárias. Este Selo deve identificar os locais que cumprem todas as especificações de prevenção contra o novo coronavírus.

Por este motivo, pensar no futuro do Turismo no período Pós-Pandemia vai além também dos números apresentados pelas redes hoteleiras e entidades e associações de classe, restaurantes, bares, pousadas etc. empreendimentos ligados diretamente à atividade turística. A base do turismo enquanto encontro de diferentes irá mudar, as relações do turista com o cidadão local, as trocas simbólicas vão ser alteradas,

pois dependem muito da relação interpessoal, do encontro com o outro, da escolha dos destinos turísticos à convivência entre o visitante e o visitado.

Não se nega as dificuldades do setor turístico nas economias locais e globais, no entanto, infere-se que as perdas econômicas se dão em função das alterações nas relações sociais, impostas por uma pandemia. Uma das tendências apontadas é justamente as viagens curtas, em família, para locais próximos e em regiões ao ar livre, abrindo espaço para o Turismo Rural, Agro Turismo e Turismo de Aventura ou de Natureza. Cada um desses segmentos pode ser aproveitado na região central do Rio Grande do Sul e beneficiar os empreendimentos voltados à atividade turística e a comunidade local.

De modo que, algumas possibilidades podem ser apontadas para o reaquecimento da atividade na região, como citado anteriormente as viagens em família tendem a ser um recomeço. No entanto é necessário, que os hotéis, pousadas, restaurantes, bares e outros serviços turísticos da região se renovem, se reinventem, atendam a todos os protocolos de distanciamento e segurança. Para isso pode ser criado um Guia ou Manual específico para a região através da Associação dos Municípios ou pelas Prefeituras Municipais, Conselhos Municipais de Turismo, Secretarias, entidades representativas, Universidades entre outros que tenham interesse na retomada do setor.

Além de um Guia ou Manual específico, oferecer treinamento para todos os envolvidos em prestar serviços ao turista, investir em higienização tanto nos locais públicos como nos privados e divulgar por exemplo que o local pode receber os turistas com segurança, como por exemplo, o Selo “Turismo Responsável” do Ministério do Turismo. Ou ainda, criar um Selo regional de Turismo Responsável através das entidades e órgãos ligados à cadeia turística.

Todas as medidas que forem para o bem do Turismo na região, de forma sustentável social e ambientalmente são, sobremaneira, importantes no momento em que a Pandemia dê uma freada e as pessoas e suas famílias possam retomar suas vidas sociais de forma segura.

Referências Bibliográficas

- ABIH. ABIH Nacional faz levantamento sobre retomada dos hotéis independentes no país. In: <http://abih.com.br/noticias/>. Último acesso em: 22 de janeiro de 2021.
- BARRETTO, M. *Manual de Iniciação ao Estudo do turismo*. 5ª ed. Papirus, Campinas, SP, 1999.
- BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade Líquida*. Zahar Editora, RJ, 2001.
- BENI, M.C. *Análise Estrutural do Turismo*. 2.ed. São Paulo: SENAC, 1998.
- BENI, Mário Carlos. *Globalização do Turismo: Mega Tendências do setor e a realidade Brasileira*. 2.ed. São Paulo: Aleph, 2003.
- BENI, M.C. (2020). Turismo e Covid-19: algumas reflexões. *Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade*, 12(3 -Especial Covid19), 1-23, DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v12i3a02>. Último acesso em: 05 de janeiro de 2021.
- MOESCH, Marutschka (Org.). *Um outro turismo é possível*. São Paulo: Contexto, 2004.
- BOURDIEU, P. CHAMBOREDON, J. C.; PASSERON, J. C. *O ofício de sociólogo: Metodologia da pesquisa na sociologia*. 5. ed. Petrópolis: Vozes, 2004.
- BRASIL. Ministério do Turismo. *Material de Segmentação do Turismo*. 2005. In: www.mtur.org.br. Último acesso em: 02 de dezembro de 2020.
- BRAZTOA. *Anuário Braztoa 2020*. In: <https://www.braztoa.com.br/>. Último acesso em: 01 de fevereiro de 2021.
- CORBARI, S. D.; GRIMM, I.J. A Pandemia de COVID-19 e os Impactos no Setor de Turismo em Curitiba (PR): uma análise preliminar. *ATELIÊ DO TURISMO. DOSSIÊ – Turismo em Tempos de Pandemia*. Campo Grande / MS, v. 4, n.2.(1), p. 1-26, ago – dez 2020.
- FGV. *Impactos Econômicos da COVID-19 Propostas para o Turismo*. 2ª ed. Junho de 2020. In: <https://fgvprojetos.fgv.br/sites/fgvprojetos.fgv.br>. Último acesso em: 20 de janeiro de 2021.
- GODOY, M. M.; BINOTTO, R. B.; SILVA, R. C. da; ZERFASS, H.. *Geoparque Quarta Colônia (RS) Proposta*. Vol. 1. Disponível em :<http://rigeo.cprm.gov.br/xmlui/bitstream/handle/doc/17170/quartacolonia.pdf?sequence=1>, último acesso em 06 de março de 2020.
- LEMOS, L. A. de. O turismo e as informações de mercado. In: Castrogiovanni, A. C.; GASTAL, S. *Turismo Urbano: Sites de Excitação Turística*. Porto Alegre: Dos Autores, 1999.
- Marques, L. (2020). A pandemia incide no ano mais importante da história da humanidade. Serão as próximas zoonoses gestadas no Brasil? Recuperado de <https://www.unicamp.br/unicamp/noticias/2020/05/05/pandemia-incide-no-ano-mais-importante-da-historia-da-humanidade-serao-proximasem>: 13 ago. 2020.

OMS. *Organização Mundial da Saúde*. In: <https://www.who.int/eportuguese/publications/pt/>. Último acesso em: 25 de janeiro de 2021

SEBRAE. *O Guia para o Turismo em Tempos de Pandemia*. 2020. In: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/PE/Anexos/Guia%20para%20o%20Turismo%20em%20Tempos%20de%20Pandemia.pdf>. Último acesso em: 10 de janeiro de 2021.

SOARES, A.L. R.; SILVA, A.B. Potencial Turístico Arqueológico na Região de Implantação do Projeto Geoparques Quarta Colônia, RS. In: CAMPOS, Juliano Bittencourt (Org.) ARQUEOLOGIA E O TURISMO SUSTENTÁVEL: *Patrimônio Cultural, Direito e Meio Ambiente (Volume IV)*. Editora da UNESC, Criciúma, 2021 (no prelo.)

Turismo na pandemia de Covid-19: sustentabilidade em roteiros Rurais

Tourism in the Covid-19 pandemic: sustainability in rural tours

Francisca Ferreira Michelin

Professora Titular do Departamento de Museologia, Conservação e Restauro
e do Programa de Pós-Graduação em Memória Social e Patrimônio Cultural
do Instituto de Ciências Humanas da Universidade Federal de Pelotas

Resumo

O texto objetiva refletir sobre os impactos da pandemia de Covid-19 em territórios brasileiros de baixa densidade demográfica e com marcantes características rurais, nos quais o turismo vinha sendo dito como um vetor de desenvolvimento local. O caso abordado encontra-se nas ações de turismo na cidade de Morro Redondo, Rio Grande do Sul, Brasil. Considera-se relevante contextualizar o território da cidade na microrregião do estado, bem como situar o contexto nacional da ocorrência da pandemia, particularizando os aspectos referentes à administração da crise sanitária pelos macro agentes envolvidos (o Governo Federal, o Ministério da Saúde, as Secretarias Estaduais e a Secretaria Municipal). Desse modo, não só o levantamento das trajetórias de grupos distintos que operam ações de turismo rural serão apresentados - igualmente, a suspensão, adiamento e supressão de tais ações - como as perspectivas que se desenham em um cenário de imprevisibilidade para o ano em curso. Outrossim, pretende-se dispor, com base no diagnóstico realizado, a contribuição da Gestão Cultural Integrada, como meio contributivo à proposição de modelos alternativos para o turismo local.

Palavras-chave

Roteiros turísticos, Turismo, Sustentabilidade, Pandemia de Covid-19.

Keywords

Rural tours, tourism, sustainability, Covid-19 pandemic.

Abstract

This text aims at reflecting on the Covid-19 pandemics in low demographic density Brazilian territories of marked rural characteristics, where tourism could be considered a factor of local development. The case approached focuses the tourism activity in the municipality of Morro Redondo, Rio Grande do Sul, Brazil. It seems relevant to contextualize the territory of that municipality in the state microregion as well as to establish the national context of the pandemic, drawing special attention to the aspects related to the health crisis administration by the macro agents involved, namely, the Federal Government, the Health Ministry and the State and Municipal Health Secretariats. Thus, the trajectory of distinct groups that develop rural tourism activities is presented, including their suspension, postponement and suppression, along with their perspectives in a scenery of unpredictability in the current year. Also, the diagnosis carried out pointed out that the Integrated Cultural Management can contribute to the local tourism by proposing alternative models for the activity.

Introdução

Ao partir da consideração de que a Gestão Integrada do Território (GIT) é um caminho possível para elaborar possibilidades que ofereçam modos de construção de futuros possíveis e, no caso estudado, necessários futuros, admite-se que sua “implementação parte de diagnósticos, mas neles busca evidenciar não essencialmente problemas a resolver, e sim dilemas a superar” (Oosterbeek, 2012, p. 35).

O caso em questão contém um dilema, que se pretende distinguir pelo diagnóstico e, embora não lhe seja peculiar, só pode ser compreendido no contexto da região na qual se insere. Este texto refere-se a três produtos de turismo rural na Serra dos Tapes, que se descreve a seguir, e que se encontram parcialmente suspensos durante os meses da pandemia de Covid-19, no país. Um dos empreendimentos é restrito à cidade de Morro Redondo, intitulado “Morro de Amores”; os outros dois passam por essa cidade e relacionam alguns itens do primeiro, mas propõem atividades próprias: ciclismo e trilhas. Intitulam-se “Via Ecológica Serra dos Tapes” e “Pedal Corticeira - Serra dos Tapes”. Os três referendam a geografia, o conhecimento da natureza e da cultura local como o motivo da visita, do passeio e da atividade.

O dilema que se busca evidenciar é que, como empreendimentos, os três operam no sentido de desenvolver a região enquanto oportunizam sua vivência no uso dos recursos ofertados pelas comunidades que a habitam. São empreendimentos que

propiciam atividades interativas, de caráter lúdico, com expectativas de captar um público sensível à natureza e disposto à experiência rural.

No entanto, por sua proposição inerente associada ao foco da atividade, o ambiente não lhes oferece todas as condições que poderiam fomentar a intensificação do público. Há um dilema tão latente quanto ativo, que envolve conflitos nem sempre evidentes entre tradição e futuro, distanciamento e convergência, local e global.

Tal dilema pode ser abordado pelo conceito da GIT e, justamente a possibilidade de proposição de um cenário de futuro para o turismo rural na região é o campo onde a abordagem toma consistência.

Assim, o texto divide-se em quatro partes:

1. contextualização da Serra dos Tapes: características e elementos naturais e humanos do local;
2. contextualização do turismo rural e apresentação geral dos empreendimentos “Pedal da Corticeira - Serra dos Tapes”, “Via Ecológica Serra dos Tapes” e “Roteiro Turístico Morro de Amores”;
3. a atualidade da pandemia Covid-19 no Brasil e seu impacto no turismo;
4. a abordagem dos produtos turísticos rurais na Serra dos Tapes a partir da GIT na proposição de um cenário possível pós-pandemia. As três primeiras partes relatam e apresentam o contexto estudado no momento em que se escreve este texto e, a quarta, analisa o contexto e o observa a partir dos princípios da GIT com vistas a um futuro positivo.

Para fins de melhor compreensão do conteúdo, alguns conceitos serão esclarecidos sobre como estão sendo empregados no texto. São eles: turismo rural, produtos turísticos, território, desenvolvimento sustentável, paisagens futuras e, sobretudo, gestão integrada do território. Os autores que os fundamentam são informados conforme os conceitos aparecem.

1. Serra dos Tapes

É a porção mais ao sul do Bioma Mata Atlântica, atravessada por rios, como o Camaquã e o Piratini e que corresponde à parte final da encosta do Escudo Sul-rio-grandense, cuja denominação mais frequente é Serra do Sudeste, de majoritária composição geológica de granito (Figura 1).

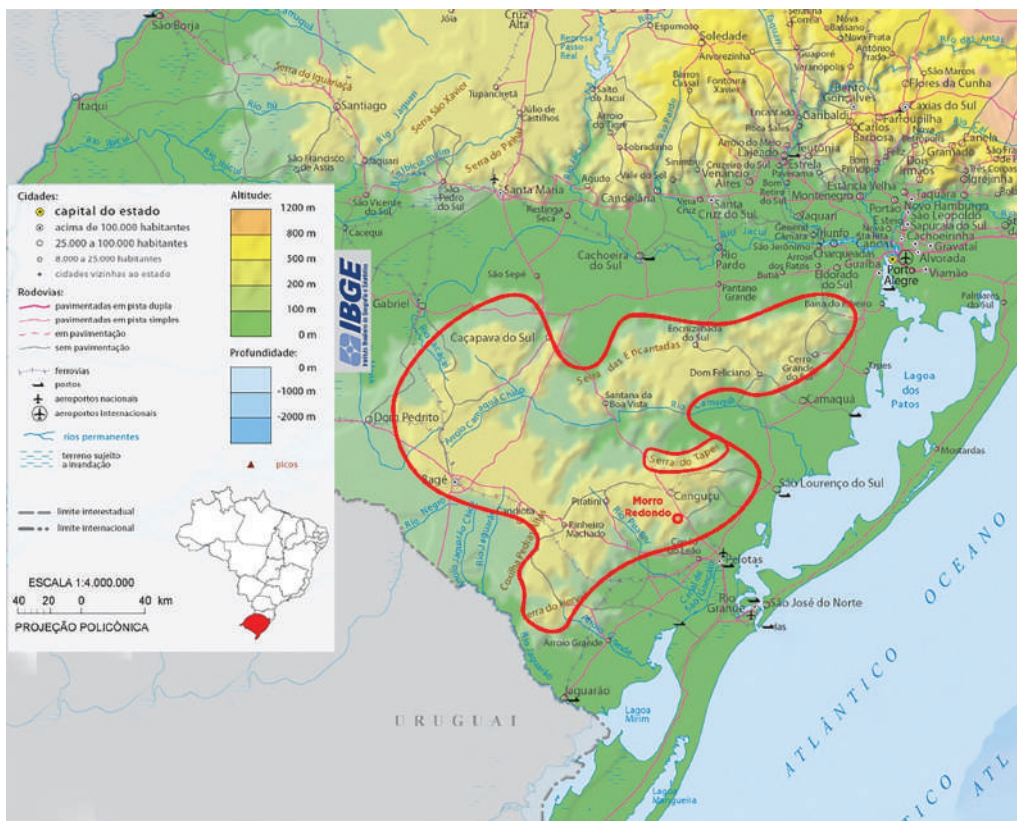


Figura 1. Mapa com o contorno da Serra Sudeste e localização da Serra dos Tapes.
Fonte: Editado a partir de mapa do IBGE.

As características marcantes da extensão na qual se situa a Serra dos Tapes são apresentadas:

Com uma variedade de relevos e solos, a diversidade de ecossistemas também é grande, visto que a flora regional também é rica, sendo originária em parte do Pampa e em parte da Mata Atlântica, com alguns elementos de origem austral-antártica. Sua vegetação consiste em um mosaico relativamente bem conservado de campos manejados principalmente com gado bovino e ovino e de florestas estacionais ocorrentes em manchas insulares, em galeria ou de maneira mais contínua nas encostas do relevo. (Gomes *et al*, 2013, p. 9)

Tais características naturais, parcialmente conservadas, somadas ao clima ameno que influencia cores de céu e vegetação nas quatro estações bem marcadas, concede uma aparência aprazível ao lugar, que se apresenta em renovadas visões ao longo dos meses.

A denominação da serra deve-se aos seus habitantes autóctones, hoje não mais encontrados, o grupo indígena Tapes, pertencente à família linguística Tupi-Guarani (Salamoni & Waskiewicz, 2013). Conforme o processo de colonização avançou, foram surgindo e se definindo as cidades que ocupariam a extensão territorial, a princípio, três: Pelotas, Canguçu e São Lourenço do Sul. Os sucessivos processos de emancipação de distritos dessas cidades deram origem a outras, parte delas nas extensões que se situam na ondulada Serra dos Tapes e que foram, a partir de meados do Século XIX, colonizadas por incentivo do Governo Geral que tinha interesse na formação de colônias restritas à área de mata e floresta.

Em síntese, o resultado da ocupação e colonização da Serra dos Tapes foi o surgimento de uma organização espacial fundamentada nas relações entre sociedade e natureza, que evidencia as articulações entre condicionantes naturais, economia, política e cultura na criação de uma geografia particular. (Salamoni & Waskiewicz, 2013, p. 97-98).

As autoras também observam que as comunidades rurais que acabaram por ocupar porções da Serra dos Tapes refletem a forma de apropriação da terra, em pequenas propriedades com trabalho familiar em sistema de policultura.

Há de se considerar um fato da ocupação dos espaços na Serra dos Tapes, observado por Thum (2009) em sua tese. A autora afirma, quando remonta às origens desta ocupação, que a geografia irregular e parcialmente pedregosa do lugar fazia com que os fazendeiros recusassem ocupar as sesmarias ali designadas, preferindo e disputando as grandes extensões de terra propícias aos rebanhos e favoráveis a cultivos planos. A autora esclarece que em decorrência “a Serra dos Tapes ficou à margem do interesse dos estancieiros e charqueadores, mas não do Estado, pois, na década de 1840, a Assembleia da Província debatia, através do Deputado Gonçalves Chaves, a criação de uma colônia de imigrantes nessa área” (Thum, 2009, p. 144). Iniciativas particulares, algumas do Estado, deram origem a diferentes colônias, mantidas ou vinculadas a empresas. Essas empresas buscavam, em diferentes países europeus, as famílias que viriam colonizar porções de terra recusadas pelos empreendedores brasileiros. Trata-se de uma história longa, marcada por conflitos entre etnias de colonizadores, submetidos a situações de vida e trabalho diversas daquelas prometidas pelas empresas que os arrematavam em sua terra natal e conflitos entre colonos e fazendeiros. Em boa parte, é a história dos grupos humanos que ocuparam a Serra dos Tapes.

Nessa Serra, o município que vem sendo estudado sob muitos aspectos, por diferentes áreas do conhecimento¹ e que exemplifica o território que ali se estabeleceu é Morro Redondo². No entanto, há de se destacar que isso é uma peculiaridade e não se observa o mesmo interesse científico, tampouco a mesma produção literária, sobre todos os municípios que se situam na extensão territorial da Serra dos Tapes. Morro Redondo possui uma área de 244 mil km², está a 245 metros acima do mar e, por ora, ainda apresenta em torno de 84% de cobertura vegetal nativa, que não se encontra ameaçada pela pluriatividades da produção rural, enquanto, ao menos, estiver sendo desenvolvida por grupos familiares (Michelon, 2020).

Portanto, o lugar oferece uma circunstância que pode ser definida como região, que se percebe para além dos limites dos municípios que foram se formando e que expressa a heterogeneidade do território, tal como afirma o documento do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2017) que “a região torna-se, por meio dessa opção, uma construção do conhecimento geográfico, delimitada pela dinâmica dos processos de transformação ocorridos recentemente e operacionalizada a partir de elementos concretos” (IBGE, 2017, p. 19). As circunstâncias históricas, a articulação espacial decorrente da interação dos habitantes com o meio e os demais processos que operam em diferentes escalas e tempos, descrevem uma realidade perceptível, nem sempre possível de descrever, mas que sendo concreta e própria, não deve ser considerada imutável.

Portanto, ao se analisar o segmento do turismo rural, que vem se constituindo recentemente, os fatores de constituição do território serão levados em conta.

2. Os produtos do turismo rural na Serra dos Tapes

A reflexão e a bibliografia que versam sobre o turismo rural são vastas. Nem tanta, no Brasil. Todavia, são as referências produzidas para dimensionar o entendimento aplicado para este segmento turístico no país que se encontram no texto, haja vista que o objeto de estudo está contextualizado dentro das políticas públicas nacionais que o manejam.

¹ Em estudo anterior, a revisão literária feita pela autora identificou “283 itens com o valor de busca “Morro Redondo” na base de dados do repositório institucional Guaiaca da UFPel, sendo 214 dissertações de mestrado e 63 teses de doutorado, predominantemente na área de Ciências Agrárias” (Michelon, 2020, p. 88). No Google Scholar foram encontrados 3560 itens. A busca foi feita com o recorte temporal de duas décadas.

² Onde está sendo implantado o Polo Morro Redondo da Cátedra Unesco-IPT de Humanidades e Gestão Integrada do Território, do qual advém o estudo no qual se insere este texto.

Em publicação recente do Ministério do Turismo (MTur, 2018), o verbete do turismo rural o afirma como atividade desenvolvida “no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade” (2018, p. 32). Seria possível completar o conteúdo do verbete, a ele agregando o que vem em seguida no dito turismo sustentável, que afirma a combinação das necessidades socioeconômicas de quem recebe com o interesse dos visitantes, sobretudo no que diz respeito a “aspectos culturais, integridade dos ambientes naturais e a diversidade biológica” (p. 33). Assim, para alguns autores, há evidente dinâmica complementar entre a prática do turismo rural e o atual modelo de desenvolvimento rural sustentável (Henz *et al*, 2017) e, na perspectiva apresentada por Schneider and Fialho (2000), há convergências possíveis de outros segmentos no ambiente rural: turismo ecológico, de aventura, esportivo, cultural e outros.

O fato é que a prática desse segmento no Brasil não tem uma data certa de início, no entanto, Schneider and Fialho (2000) afirmam, com base em outros estudos, que foi na década de 1990 que habitantes do meio rural passaram a exercer atividades não agrícolas. O estudo dos autores aponta para o modo como a diversificação de atividades praticada naquela década já antevia possibilidades para o segmento de turismo no meio rural, embora os dados aferidos por eles evidenciam o exercício de dupla atividade (agrícola e outra) pela maioria dos habitantes do meio. Portanto, o turismo rural se desenhava como uma alternativa de trabalho a partir do momento em que a atividade agrícola já não conseguia manter o nível suficiente de empregos. Isso esteve no começo, mas como bem observam os autores: “o ambiente rural também vem incorporando aspectos relacionados ao lazer e ao ludismo que, em grande medida, estão contribuindo para redefinição de percepções simbólicas da população de extração urbana” (Schneider & Fialho, 2000, p. 31).

As redes de turismo que são apresentadas neste texto se estruturam sobre um trecho da Serra dos Tapes que comporta, em dois casos, a cidade de Morro Redondo. São produtos turísticos, conforme definição do Ministério do Turismo: “Conjunto de atrativos, equipamentos e serviços turísticos acrescidos de facilidades, localizados em um ou mais municípios, ofertado de forma organizada por um determinado preço” (MTur, 2018, p. 24).

Surgiram há alguns anos, embora tenham se tornado ativos em tempos distintos. Por ora, ainda dirigem-se a um público próximo, no geral, habitantes das cidades vizinhas e de outras em um raio de distância que abrange a região sul do Rio

Grande do Sul. Embora se saiba da existência de outros empreendimentos, na atualidade, esses, por estarem interligados, são os mais acessíveis, inclusive porque são divulgados de modo convergente. Dispõem de website e contatos, podendo oferecer atividades gerenciadas por um agente turístico³, pessoa ou empresa.

Para balizar tanto a apresentação quanto a avaliação dos três casos, foram utilizadas as informações contidas nos websites, ainda que se disponha de uma quantidade maior de dados advindos de outras fontes, nelas incluído o conhecimento pessoal de alguns empreendedores e empreendimentos. Para abordar itens mais gerais, notícias e matérias publicadas foram citadas no texto.

2.1. Pedal Curticeira

Embora não seja especificamente um produto turístico e não tenha surgido como tal, colocou-se como uma proposta bem aceita por um público que se foi ampliando até chegar na realização da Via Ecológica Serra dos Tapes. O Pedal Curticeira tornou-se, portanto, o movimento no qual se desenvolveram os conceitos que vieram a compor a Via. Surgiu em 2010, por iniciativa de um ciclista⁴, conhecedor e praticante de pedalismo no Estado de Santa Catarina e que se estabeleceu em Pelotas, no ano de 2008. Em 2010, já com as bases da proposta concebidas, formou-se o grupo que deu início à promoção de passeios de bicicleta em roteiros pela cidade. Na sua origem, já continha a proposta de ser uma atividade de lazer sustentável. Ofertando uma programação sistemática e regular, em pouco tempo o grupo conquistou praticantes usuais que se somaram, reforçando a vitalidade da proposta.

Em 2016, a proposta já havia sido ampliada e passou a operar com parceiros, dentro de uma perspectiva de rede, com o perfil de cicloturismo⁵ agroecológico. Foi por volta deste ano que se lançaram as bases da Via Ecológica Serra dos Tapes.

³ O Roteiro Turístico Morro de Amores é administrado pela agência Morro de Amores Receptivo: <https://morro-de-amores-receptivo0.webnode.com>

⁴ O idealizador do movimento é o professor Leandro Karam, graduado em Ciências Biológicas e Especialista em Gestão Ambiental. O site da Via Ecológica Serra dos Tapes foi criado e é gerenciado por ele, que também assina os textos citados.

⁵ É um termo usual, mas não se encontra como verbete no Glossário do Turismo referido neste texto. No entanto, apesar das controvérsias, aceita-se o que se apresenta na publicação Circuitos de Cicloturismo: manual de incentivo e orientação para os municípios brasileiros: "Cicloturismo é uma modalidade de viagem turística usando a bicicleta não só como meio de transporte, mas como uma companheira de viagem, geralmente em estradas secundárias e caminhos de interior" (Soares, 2010, p. 3).

2.2. Via Ecológica Serra dos Tapes

Conforme encontra-se informado no Website do empreendimento, trata-se de: “Um sistema de *mapeamento, orientação e suporte ao viajante interessado em pedalar na região da Serra dos Tapes-RS, área onde se concentra o maior número de pequenas propriedades de Agricultura Familiar da América Latina*”. (Karam, 1º de outubro, 2018).

O empreendimento oferece um roteiro, indicado como inicial, que acaba por imbricar-se no Roteiro Turístico Morro de Amores, terceira apresentação a seguir. Nesse, o passeio de 3 dias e 2 noites, por 114 km percorridos em estradas secundárias, envolve empreendimentos e famílias que acolhem de diferentes modos os visitantes. Portanto, a ideia de Rede é apresentada a partir do que já existe no meio rural em um sistema de cooperação, explicitado no Website: “A *Via Ecológica Serra dos Tapes-RS* apresenta o formato inicial de uma rede de estradas e trilhas que conectam propriedades rurais de experiência sustentável na região da Serra dos Tapes-RS.” (Karam, 1º de outubro, 2018)

A iniciativa destaca os distritos rurais dos municípios de Pelotas, Canguçu e Morro Redondo como pioneiros, mas deixa o convite para que o roteiro possa ser ampliado com o ingresso de empreendedores de outros municípios. A proposta inclui, atualmente, a atividade do ciclismo e da caminhada. Conforme informação do idealizador, a “*Via Ecológica Serra dos Tapes-RS*” é a primeira da América Latina, lançada em maio de 2018. Os fundamentos associam a atividade do passeio e da visita com consciência ecológica, tal como ele explica:

O movimento do ato de pedalar ou caminhar ao ar livre – em ação contemplativa – faz com que a atenção, geralmente voltada para o “eu” se volte para o “todo”. Para o que está além da individualidade. Trata-se de potente exercício de cidadania e sensibilização. É o deslocamento da consciência do “ego” para a consciência do “eco”, em movimento discreto e poderoso de despertar para a vida em comunidade. (Karam, 1º de outubro, 2018)

E, somado a esse princípio, associam-se os princípios de sustentabilidade e desenvolvimento, motivados pelo envolvimento com os stakeholders: apoiadores, agricultores familiares, produtores rurais e, inclusive, os visitantes.

2.3. Morro de Amores - Roteiro Turístico da Cidade de Morro Redondo/RS

Das cidades que integram a região designada por seu patrimônio imaterial⁶, cujo registro no Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) denomina-se Tradição Doceira de Pelotas e Antiga Pelotas⁷, a que possui um roteiro turístico estruturado e do qual participa integradamente a população, é Morro Redondo. O Roteiro beneficiou-se desse reconhecimento, no entanto, quando surgiu em 2014, foram outros fatores que o favoreceram: “topografia e clima serranos, acesso asfaltado ao eixo Pelotas-Rio Grande, à Porto Alegre e demais cidades vizinhas, proximidade tanto física quanto de atuação no território das instituições de ensino superior e de pesquisa” (Michelon, 2020, p. 87). Ainda, outro fator essencial é a pluriatividade da produção rural desenvolvida pelas famílias e os serviços que também se caracterizam por serem empreendimentos familiares.

Em matéria publicada no jornal da cidade, informa-se que o Roteiro é um conjunto de empreendimentos no ambiente da Serra dos Tapes, que favorece o público por ser “um passeio barato, perto e um turismo original, com igrejas centenárias, cachoeiras e café colonial” (Jornal Tradição, 2020). O folder produzido por volta de 2016 lista 17 empreendimentos⁸. O atual roteiro, disponível no site, lista 16. Consta, ainda, que o roteiro mantém parcerias com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), Executivo, Legislativo, Emater-RS/ Ascar, Embrapa, produtores e colaboradores. O Roteiro é coordenado pela Associação Empreendedores Turísticos de Morro Redondo, que também organiza outros eventos da cidade. Em 2019, como consequência da trajetória dos empreendedores, a Prefeitura de Morro Redondo assinou convênio com o SEBRAE a fim de elaborar o Plano Municipal de Turismo, que resultou na promulgação da Lei n.º 2.291/2020, de 26 de agosto de 2020 pela Câmara Municipal de Morro Redondo.

3. A pandemia de Covid-19 no Brasil e o turismo

O cenário da pandemia no Brasil apresentou aspectos tão dramáticos quanto em outros países, mas com índices que precisam ser informados, ainda que brevemente, nas próximas linhas, para que se dimensione a rapidez com que se apresentaram

⁶ Pelotas, que é o núcleo deste patrimônio e as cidades que se emanciparam: Arroio do Padre, Capão do Leão, Morro Redondo e Turuçu.

⁷ Inscrição no Livro de Registro dos Saberes/ IPHAN em 15 de maio de 2018.

⁸ O atual roteiro, disponível no site, lista 16. Em matéria no Jornal Diário da Manhã de 21 de março de 2019, constam 20 destinos. No entanto, essa variação deve-se ao fato de que há produtores envolvidos, que disponibilizam seus produtos, mas não abrem o espaço para visitação.

os danos. A pandemia de Covid-19 foi, efetivamente, declarada no Brasil em 26 de fevereiro, com o primeiro caso confirmado na cidade de São Paulo⁹. Seis dias após, o Ministério da Saúde reportava o monitoramento de 433 casos suspeitos. A taxa preocupante veio em seguida: o número de óbitos em decorrência da doença. Em 17 de março: “o número de casos confirmados chegou a quase 300 e aproximadamente 8900, o número de suspeitos. No entanto, a testagem estava indicada apenas para os casos graves, o que tornou os números da notificação pálidos frente ao que estava acontecendo, na realidade” (Michelon, 2020, p. 21). Foi noticiado no dia 19 de março que em 20 das 27 unidades federativas do país, havia a notificação de casos confirmados. Na sequência, o Ministério da Saúde reconheceu a transmissão comunitária do vírus e, em seguida, todos os estados declararam a presença da doença. Ainda era março, no entanto, sobreveio que:

[...] a pandemia avançou, espalhou-se para fora das grandes cidades, levando vidas e expondo os conflitos mais profundos da nação: políticos, sociais e humanos. As informações de toda a ordem jorraram pela mídia e pelas redes sociais. Cenários diversos constituíram-se e se decomuseram em um fluxo de adversidades que mutilaram, pouco a pouco, a melhor compreensão dos fatos. Mudanças foram impostas e não houve como negá-las. A negação da gravidade do evento global adveio de muitas formas, de diferentes lados, por diversas razões. As perdas de naturezas fundamentais atingiram, e atingem, os mais vulneráveis. E em pouco tempo, o Brasil estaria entre os países mais acometidos pela pandemia e se tornaria o segundo mais crítico, após os Estados Unidos. (Michelon, 2020, p. 21)

Enquanto estas linhas estão sendo escritas, a notícia que é publicada no jornal com o maior número de assinantes no Brasil, informa que “O Brasil registrou 1.382 mortes por Covid-19, nesta terça-feira (20). É o maior número de óbitos desde 4 de agosto, quando foram registradas 1.394 mortes. Com isso, o país chega a 212.893 vítimas do Sars-CoV-2” (Folha de São Paulo, 20 de janeiro, 2021).

Em tal quadro, o isolamento social e as medidas de contenção da infecção foram sendo administrados com particularidades relativas a cada Estado. Alguns segmentos sentiram imediatamente os efeitos das necessárias medidas e o turismo foi um desses. Uma breve busca nos documentos oficiais emitidos pelo Ministério do

⁹ Todas as informações desta sequência de fatos foram obtidas na fonte: SANAR MED. Linha do Tempo do Coronavírus no Brasil, <https://www.sanarmed.com/linha-do-tempo-do-coronavirus-no-brasil>.

Turismo revela que as primeiras medidas foram de suspensão, como decorrência do Decreto Legislativo nº 6 de 20 de março de 2020, do Congresso Nacional, que reconheceu o estado de calamidade pública por conta da pandemia de Covid-19. Na mesma data, o Ministério do Turismo aprovava a Portaria nº 144, que instituiu o Comitê Setorial de Crise para encaminhar as medidas de enfrentamento à pandemia nas questões referentes à pasta.

Mais adiante, a Portaria no 181 de abril de 2020 suspendeu “a obrigatoriedade de pagamento dos débitos decorrentes de parcelamentos oriundos de glosa parcial e reprovação de contas de convênios e instrumentos congêneres, no âmbito do Ministério do Turismo” (*Portaria nº 181, 2020*).

De tal modo, em 10 de novembro de 2020, foi homologada a Portaria no 754, que estabelece as diretrizes para um plano de contenção dos efeitos negativos da pandemia sobre o turismo. Embora o texto seja rápido e genérico, o Artigo 3º estabelece que os programas a serem contemplados em iniciativas financiadas no âmbito de recursos públicos deverão atentar-se para: “V - adotar medidas para melhor distribuição de turistas pelo País, priorizando o turismo em áreas naturais; e VI - prever resultados efetivos até 31 julho de 2021” (*Portaria no 754, 2020, p. 2*). A Portaria ainda informa que os programas atinentes ao seu conteúdo deverão buscar, entre outros resultados, a ampliação de crédito para o setor.

Em 13 de janeiro de 2021, enquanto o Brasil lia as notícias sobre o programa de vacinação contra Covid-19, com expectativas que não seriam atendidas, ao menos, de imediato, o Ministério do Turismo lançava a cartilha com os programas da pasta e, conforme diz o secretário nacional de Desenvolvimento e Competitividade do Turismo, William França: “Com a volta das atividades turísticas, os estabelecimentos e prestadores de turismo devem estar preparados e qualificados” (MTur, Notícias, 13 de janeiro, 2021). No dia seguinte, outra ação era noticiada: foi lançada uma pesquisa sobre a retomada de viagens no país com o objetivo de levantar informações para elaborar políticas públicas de suporte (MTur, Notícias, 14 de janeiro, 2021). Fica claro que a estagnação do setor não está encontrando outra solução senão a de projetar o retorno, preparando os agentes para soluções voltadas a um período de restrições ainda necessárias, ou seja, um retorno lento e programado.

4. Turismo rural na Serra dos Tapes a partir da GIT pós pandemia

A pandemia da covid-19 está sendo um evento impactante, tão revelador quanto intensificador de conflitos ignorados ou silenciados. Durante o ano de 2020, a partir da declaração da crise sanitária no país, o turismo foi suspenso, praticamente em todos os lugares. Também e essencialmente neste do qual se falou no texto. E, tendo sido o setor que cresceu mais rapidamente nos últimos anos, no mundo (Oosterbeek, 2020a), entende-se que a crise que sobre esse se abate tem dimensões globais.

No caso em análise, como dito na introdução, há um dilema a resolver: manter os roteiros, manter o acesso, gerenciar os novos riscos e intensificar uma integração sem perder a especificidade dos públicos, mas, oportunizar um novo modo de pensar que supere, como aponta Oosterbeek (2020a) o modelo desenvolvimentista e dê destaque à integração entre economia e cultura. Há outros dilemas que devem ser mencionados, mas que fogem ao foco que se está a abordar. Por exemplo, em que medida a atividade turística pode ser compatível com o desenvolvimento sustentável ao se considerar que, como explica Froehlich (2000, p. 193), há: “possível incongruência entre as noções de sustentabilidade e desenvolvimento”. No texto referido, a profundidade com que o rural é abordado pelo autor, sobretudo quando se trata de observar a situação de agricultores familiares, indica que o turismo rural no Brasil demanda maior reflexão, observação e estudo para que, de fato, possa ser um vetor de desenvolvimento rural.

Todavia, para finalizar este estudo, o que se pretende é explorar a possibilidade de encontrar nos princípios da GIT um caminho para pensar em uma paisagem integrada na Serra dos Tapes como resposta possível ao dilema com que o turismo local se coloca, partindo da consideração de que:

o estudo da paisagem, resgatado através de uma concepção atual, capaz de conferir importância ao processo de sua formação, ao invés de analisar apenas o resultado pronto e acabado, ressurgiu como revitalizador do próprio estudo geográfico. A análise, a partir do cotidiano do espaço, sua intrincada relação com o passado e com a representação das mentalidades, conduz a um estudo interessante: a começar pela realidade e pelo presente concreto. (Vieira, 2005, p. 221)

E como observa Anastácio (2012) quando afirma que a elaboração de cenários está diretamente implicada na complexidade que apresenta o território, então: “o cenário desejado será sempre a utopia futura, a síntese entre o presente e os graus

de liberdade que as circunstâncias futuras e desconhecidas condicionarão os nossos planos, projetos e desejos” (Anastácio, 2012, p. 249).

Há muitos fatores que poderiam ser considerados se não se estivesse diante de um retorno inseguro, que exigirá uma postura nova como parte de um conceito novo, como apontam os autores:

Minimizar os Riscos (humanos e materiais) é prioritário. Nesta atitude coletiva, avançar-se, na maior aposta no Turismo doméstico e, nele, potenciar-se a reconquista da Internacionalização interrompida, significará uma saída viável? Conjugando o “tour virtual”, aberto e digitalmente mais bem estruturado em imagens e conteúdos, com o “tour presencial”, controlado e sobre novas regras de Segurança e de Saúde é inevitável. Assim, vender Alojamento e Restauração, Entretenimento e Lazer, Segurança e Saúde, associados à Viagem e ao Acesso a Bens e a Serviços Complementares, distintivos, exigirá esforço de reconstrução de um modelo turístico. (Figueira *et al*, 2020, p. 128)

Se há, por parte dos agentes, a preocupação com a diversificação dos produtos turísticos, com ofertas que possam reduzir o tempo das baixas estações o que, de modo geral implica na diversificação do que a região pode oferecer — inclusive com vistas a proporcionar atrativos que possam impactar positivamente no tempo de permanência do visitante —, haverá neste futuro incerto, a necessidade de observar mudanças de valores. Na região estudada, os fatores que podem contribuir para uma oferta fundada em mudança de perspectiva, advém da valorização das áreas naturais e do patrimônio cultural da região. No entanto, a valorização das culturas locais e do patrimônio a elas associados, bem como iniciativas que reduzam o impacto ambiental dependem, intensamente, da educação dos agentes locais. Torná-los aptos a serem os comunicadores do seu modo de vida de forma que o visitante possa ter uma experiência imersiva é um processo educativo profundo. É, portanto, admitir e pensar que os agentes que estão envolvidos no produto turístico terão de aprender a dar conta, juntos, que a retomada encontrará um novo princípio operando a demanda: as necessidades que carecem ser satisfeitas (Oostrbeek, 2020b). E é nesse ponto que a GIT oferece caminhos ao superar, como metodologia, os antigos valores que não foram capazes de responder aos problemas e superar os dilemas alavancados pela pandemia. Assim posto:

A compreensão deste processo e a estruturação de mecanismos para a sua regulação e governança, é o que designamos por Gestão Integrada do Território, ou Gestão Cultural Integrada do Território (que é a mesma coisa,

mas sublinhando que a integração será sempre cultural e nunca meramente instrumental ou tecnológica). (Oosterbeek, 2020b, p. 45)

Os empreendimentos oficiais de turismo indicados neste texto demandam dos atores locais ação integrada com responsabilidades compartilhadas. O que vem acontecendo desde 2013, quando a comunidade de Morro Redondo mobilizou-se para dar início ao roteiro turístico, mesmo durante a pandemia, manteve-se de algum modo - ainda que as atividades tenham sido suspensas. A suspensão pode ser entendida como uma concessão de tempo para avaliações e redirecionamentos. E um dos redirecionamentos que a análise do contexto propicia é pensar a retomada, ainda incerta, sob a perspectiva de um futuro possível construída pelos princípios da GIT.

A abordagem integrada e cooperativa pode ser decisiva para o planejamento da retomada, a identificação clara e integrada dos diversos segmentos do turismo, a valorização dos atributos ambientais, culturais e gastronômicos da região devem convergir para uma vida mais saudável dos moradores da região. Se o turismo se tornar um incentivador de valores compartilhados, se entender que o local pode oferecer ao global a sua particularidade, então, pode ser que um novo paradigma esteja se formando. Logo, com uma visão integrada e compartilhada o território será o diferencial.

E, por fim, nas palavras de Oosterbeek (2020b, p. 46): “os dilemas não podem ser resolvidos, eles só podem ser superados”.

Referências

Anastácio, R.F. (2012). Instrumentos de Gestão Integrada do Território. Scheunemann & L. Oosterbeek (Orgs.) *Gestão Integrada do Território: economia, sociedade, ambiente e cultura* (pp. 241-252). IBIO.

Figueira, L.M., Baptista, C., Santos, N., Dionísio, M. Turismo e Crise Sanitária Mundial: um olhar sobre a adaptação resiliente (2020). In, L. M. Figueira & L. Oosterbeek (Orgs.), *Turismo Mundial, Crise Sanitária e Futuro: visões globais partilhadas* (pp. 119-140). Instituto Politécnico de Tomar. <http://www.cda.ipt.pt/download/ebooks/CRENT-ebook-17.6.2020-turismo-crise-global-.pdf>

Folha de São Paulo (2021, January 20). *Brasil tem maior número de mortes por Covid desde 4 de agosto, mostra consórcio de imprensa*. <https://www1.folha.uol.com.br/eqilibrioesaude/2021/01/brasil-tem-maior-numero-de-mortes-por-covid-desde-4-de-agosto-mostra-consorcio-de-imprensa.shtml>

Forlan, D. (2020, May 8). *Empreendedores de Morro Redondo esperam incremento do turismo regional pós-pandemia*. Jornal Tradição Regional. <https://www.jornaltradicao.com.br/morro-redondo/geral/empreendedores-esperam-incremento-do-turismo-regional-pos-pandemia/>

Froehlich, J. Marcos (2000). Turismo rural e agricultura familiar: explorando (criticamente) o cruzamento de abordagens e estratégias para o 'desenvolvimento'. In J. A. Almeida & Riedl, M. (Orgs.) *Turismo rural: ecologia, lazer e desenvolvimento* - Coleção turis (pp.181-197). EDUSC.

Gomes, G. C., Cardoso, J.H., Ferrer, R.S., Rodrigues, P.R.F. & Rodrigues, W.F. (2013). Árvores da Serra dos Tapes: guia de identificação com informações ecológicas, econômicas e culturais. Embrapa. <http://www.infoteca.cnptia.embrapa.br/infoteca/handle/doc/1017892>

Henz, A. P.; Staduto, J.A. & Piffer, M. Desenvolvimento rural sustentável e turismo rural no Brasil: uma relação de interdependência (2017). *Revista Ateliê do Turismo*, 1(1), 20-35. <https://periodicos.ufms.br/index.php/adturismo/article/view/5928>

KARAM, L. (2018, 1º de outubro). *Por que uma Via Ecológica?* Via ecológica, Serra dos Tapes. <https://www.serradostapes.com.br/por-que-uma-via-ecologica/>

Michelon, F.F. (2020a). Conexões para um tempo suspenso: um registro de como a universidade movimentou-se em uma época de imobilidade. In F.F. Michelon, A.R. Bandeira, P.G. Lima & L.S.D. Zimmermann (Orgs.). *Conexões para um tempo suspenso: extensão universitária na pandemia* (pp. 17-23). Ed. UFPel,. <http://guaiaca.ufpel.edu.br:8080/handle/prefix/6834>

Michelon, F. F. (2020b). Projeto Reconhecimento, preservação e Salvaguarda do Patrimônio Cultural de Morro Redondo/RS. In L. Oosterbeek, I. Scheunemann, F.F. Michelon & J.F.I. Nunes (Orgs.), *Gestão integrada do patrimônio cultural: humanidades, sociedade e ambiente* (pp. 83-102). Ed. da UFPEL. <http://guaiaca.ufpel.edu.br:8080/handle/prefix/6668>

Ministério do Turismo. Brasil (2018). Glossário do turismo: compilação de termos publicados por Ministério do Turismo e Embratur nos últimos 15 anos. Ministério do Turismo.

Ministério do Turismo. Brasil (2021, January 20). Notícias: *MTur inicia pesquisa sobre retomada de viagens no país*. <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/mtur-inicia-pesquisa-sobre-retomada-de-viagens-no-pais> (MTur)

Ministério do Turismo. Brasil (2021, January 13). Notícias: *MTur lança cartilha com os principais programas e benefícios ofertados pela Pasta*. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/mtur-lanca-cartilha-com-os-principais-programas-e-beneficios-ofertados-pela-pasta>. (MTur)

Salamoni, G. & Waskiewicz, C. A. (2013). Serra dos Tapes: espaço, sociedade e natureza. *Tessituras: Revista de Antropologia e Arqueologia*, 1(1), 73-100. <https://doi.org/10.15210/tes.v1i1.2670>

Schneider, S.; Fialho, M. A. V. (2000). Atividades não agrícolas e turismo rural no Rio Grande do Sul. In J. A. Almeida & Riedl, M. (Orgs.) *Turismo rural: ecologia, lazer e desenvolvimento* - Coleção turis (pp.15-50). EDUSC.

Soares, A. G. (2010). *Circuitos de Cicloturismo: manual de incentivo e orientação para os municípios brasileiros*. ViaCiclo - Associação dos Ciclousuários da Grande Florianópolis; ABC - Associação Blumenauense pró-Ciclovias. https://observatoriodabicicleta.org.br/uploads/2020/01/Manual_Circuitos_Cicloturismo-ViaCiclo.pdf

THUM, C. (2009). *Educação, história e memória: silêncios e reinvenções pomeranas na Serra dos Tapes* [Doctoral dissertation, Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS]. Repositório Digital da Biblioteca da Unisinos. <http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/2087>

Vieira, S. G. (2005). *A cidade fragmentada. O Planejamento e a segregação social do espaço urbano em Pelotas*. Ed. da UFPEL.

OOSTERBEEK, L. (2012). Princípios da Gestão Integrada do Território. In I. Scheunemann & L. Oosterbeek (Orgs.) *Gestão Integrada do Território: economia, sociedade, ambiente e cultura* (pp. 35-62). IBIO.

OOSTERBEEK, L. (2020a). Turismo, património e o impacto do Covid-19 na mudança de paisagens culturais à escala global. In, L. M. Figueira & L. Oosterbeek (Orgs.), *Turismo Mundial, Crise Sanitária e Futuro: visões globais partilhadas* (pp. 141- 154). Instituto Politécnico de Tomar. <http://www.cda.ipt.pt/download/ebooks/CRENT-ebook-17.6.2020-turismo-crise-global-.pdf>

OOSTERBEEK, L. (2020b). A Cátedra Humanidades e Gestão Cultural Integrada do Território: um contributo em rede para um novo paradigma de sustentabilidade. In L. Oosterbeek, I. Scheunemann, F.F. Michelon & J.F.I. Nunes (Orgs.), *Gestão integrada do património cultural : humanidades, sociedade e ambiente* (pp. 32-50). Ed. da UFPEL. <http://guaiaca.ufpel.edu.br:8080/handle/prefix/6668>.

Legislação

Decreto Legislativo nº 6/2020 do Congresso Nacional do Brasil (2020). Diário Oficial da União - Edição Extra de 20/03/2020 - nº 55-C]. p. 1, col. 1. <https://legis.senado.leg.br/norma/31993957>

Portaria nº 144/2020 do Ministério do Turismo do Brasil (2020). Diário Oficial da União. Edição 56, Seção 1, p. 178. <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/portaria-n-144-de-20-de-marco-de-2020-249247210>

Portaria nº 181/2020 do Ministério do Turismo do Brasil (2020). Diário Oficial da União. Edição 72, Seção 1, p. 96. <http://antigo.turismo.gov.br/2020/208-2020/13922-portaria-n%C2%BA-181,-de-14-de-abril-de-2020.html>

Portaria nº 754/2020. Ministério do Turismo do Brasil (2020). Diário Oficial da União em 11 de novembro de 2020. Edição 215, Seção 1, p. 93. <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/portaria-n-754-de-10-de-novembro-de-2020-287514394>

Lei no 2.291/2020, Câmara Municipal de Morro Redondo. Sistema de Leis Municipais, Morro Redondo, p. 1-2, 1 set. 2020. <https://leismunicipais.com.br/a1/rs/m/morro-redondo/lei-ordinaria/2020/230/2291/lei-ordinaria-n-2291-2020-institui-no-municipio-o-plano-municipal-de-turismo?r=p>

Websites e Redes Sociais

<https://www.facebook.com/serradostapes>

<https://ateondedeuprairdebicicleta.com.br/grupos-de-pedal-pedal-curticeira>

<https://www.serradostapes.com.br/por-que-uma-via-ecologica>

<https://www.facebook.com/morrodeamores>

<http://roteiromorrodeamores.atwebpages.com>

<https://morrodeamores.com.br/sobre>

Segurança e Turismo na Era Pós-COVID 19

Safety and Tourism in the Post-COVID 19 Era

Rui Miguel Ferreira Carvalho

Assistant Professor at ISLA Santarém

PhD candidate and member of the research unit GOVCOPP, University of Aveiro

Collaborator in the UI&D research group in management, marketing and tourism, ISLA Santarém

Abstract

The COVID-19/SARSCOV2 global pandemic has originated *inter alia* health, economic and social crises. With limitations enforced by national governments, a global war on the virus has been followed by a vaccine war with scarcity problems on the production side, as many countries are struggling to protect their citizens. Tourism, one of the world's most important economic areas with social-cultural, political and environmental impacts, has witnessed these problems from up close. Despite this, changes operated by the pandemic have taken tourism researchers and practitioners to profile new tourists, elaborate new ways to engage with them, follow emergent market tendencies, rethink tourism businesses and redevelop new tourism strategies for the future. This essay-like contribution is developed under the premise that because the rules of the touristic game have changed, we can rethink tourism concepts in a way that reflects the vast impacts of the pandemic upon the constant change, anxiety and volatile times we are experiencing as a society. I approach this discussion by briefly mentioning the implications that originated several changes observed in tourism studies by the so-called "*cultural, critical and creative turns*". Then, drawing from the concept of transmodernity, tourism safety is addressed in a broad and updated view in the context of the tourism phenomenon in a post-pandemic reality. By aligning the discourse of transmodernity with the repercussions of the "*cultural, critical and creative turns*" in tourism studies I intend to contribute to the ongoing debated about how tourism consumption will develop in the near future.

Keywords

COVID-19; Tourism; Safety; "*Turns*"; Transmodernity.

Resumo

A pandemia global COVID-19 / SARSCOV2 originou, *inter alia*, crises na saúde, crises económicas e sociais. Com as limitações impostas pelos governos nacionais, uma guerra global contra o vírus foi seguida por uma guerra de vacinas com problemas de escassez no lado da produção, já que muitos países estão a lutar para proteger os seus cidadãos. O turismo, uma das áreas económicas mais importantes do mundo com impactos sócio-culturais, políticos e ambientais, tem assistido a esses problemas de perto. Apesar disso, as mudanças operadas pela pandemia levaram investigadores e profissionais de turismo a traçar o perfil dos novos turistas, a elaborar novas formas de se relacionar com eles, seguir tendências emergentes no mercado, repensar os negócios turísticos e desenvolver novas estratégias de turismo para o futuro. Esta contribuição em forma de ensaio é desenvolvida sob a premissa de que, como as regras do jogo turístico mudaram, podemos repensar os conceitos de turismo de uma forma que reflita os vastos impactos da pandemia sobre as constantes mudanças, ansiedade e tempos voláteis que vivemos enquanto sociedade. Abordo essa discussão fazendo uma breve menção às implicações que originaram várias mudanças observadas nos estudos do turismo pelas chamadas “cultural, critical and creative turns”. Em seguida, partindo do conceito de transmodernidade, a segurança turística é abordada de forma ampla e atualizada no contexto do fenómeno turístico em uma realidade pós-pandémica. Ao alinhar o discurso da transmodernidade com as repercussões das “cultural, critical and creative turns” nos estudos do turismo pretendo contribuir para o debate em curso sobre como se desenvolverá o consumo turístico num futuro próximo.

Palavras-chave

COVID-19; Turismo; Segurança; “Turns” Transmodernidade.

Introduction

More than a year has passed since the initial blows from the early days of the pandemic. Now that we have had some time to take into account the observed and tacit impacts of the unprecedented global health, economic emergencies and the following socio-cultural crisis (Baum & Hái, 2020), we can see that tourism has been pushed back 30 years, as is the case of Portugal, one of the destinations with positive performances before COVID-19, which is now down to levels of 1993, according to the INE (Instituto Nacional de Estatística) (Publituris, 2021). Globally, international

tourist arrivals fell by 72% in January-October 2020 representing 900 million fewer international tourist arrivals with a loss of US\$ 935 billion in export revenues from international tourism, more than 10 times the loss with the economic crisis back in 2009 (UNWTO, 2020b, 2021). The pandemic has brought us the necessity to rethink tourism in the future where almost everything has indeed changed. As countries have been affected by consecutive waves of the virus and with the number of deaths not yet controlled, a vaccine war has challenged countries' negotiation abilities and their "geopolitics" situations with countries struggling for the waiver of vaccine patents. The role of the World Health Organization (WHO) in the management of the health crisis, Europe's economic capacity to deal with vaccine acquisitions and the constant dispute about knowledge status about the pandemic between scientists, health experts, national governments, politicians and the common citizen (Lévy, 2020) have been a predictable side effect of a global conflict we are experiencing.

Amidst some speculative contributions in several research areas (Kunzmann, 2020), the way we embrace tourism research has been marked by the shift in tourism studies to address the consequences of the pandemic in the sector, leading to new and innovative ways of researching, teaching and learning about tourism. In addressing tourism impacts we can think of the necessity to update and rethink tourism-related concepts as a result of the pandemic because knowledge is not static but evolutive and the rules of the game have changed. It is in this sense that this contribution tries to build on some of the latest shifts described in tourism studies designated "turns" which have influenced not only the way researchers have looked at this phenomenon but themes and subjects that are addressed by several disciplines while electing tourism as their object of study. It is important to highlight that, despite these shifts have been addressed before Covid without mentioning any similar pandemic scenery, they are testimonies of prior powerful social and cultural changes while keeping their importance as the starting point for this discussion. Briefly, I describe three of several turns that have conditioned/liberated tourism studies namely the "*cultural, critical and creative turns*" (Ateljevic, Pritchard, & Morgan, 2007; Carson & Hartmann, 2017; Nash, 2001; Richards, 2021). Then the paradigm shift conceptualized as transmodernity (Rodriguez Magda, 2011) is used as a framework that can help to situate the emergency of rethinking tourism-related concepts. In this case, it is tourism safety I am interested in because of its significance that has expanded beyond its traditional approaches and importance for tourists. This text has the goal to contribute to the ongoing discussion of how the effects of the pandemic are impacting tourism studies, arguably with implications to tourism course curricula (Carvalho, 2020; Haywood, 2020).

1. Tourism tendencies and manifestations of Covid 19

With enough time to analyse what has happened after the advent of Covid 19, many researchers came together to embark on an ongoing search for knowledge that has been marked by new ways to conceptualize tourism-related concepts as everyday challenges have put the tourism ecosystem at alert. The effects of the pandemic are well documented by several tourism official bodies, many “call for papers” and tourism journals have been addressing the pandemic impacts. I prefer to focus on several market tendencies that have been presented and try to build on them to highlight the importance of looking at the future without forgetting how we got here. The post-covid traveller according to a study of Braintrust-CEAV, will choose mainly nature destinations with a particular interest in innovative and exotic experiences and full package tours (Vilarasau, 2020). New tendencies and tourist profiles have been presented in the past year by several official and non-official tourism sources. They represent the anxieties of those that lost the freedom to take a trip, not to mention wanderlust travellers. As many small and medium-sized tourism enterprises are going through serious difficulties, new trends/needs can represent the next step to engage with visitors in the post-Covid 19 era. The idea of nanotourism was developed by Aljoša Dekleva and Tina Gregorič back in 2014 (www.nanotourism.org) and can be defined as a constructed term describing a creative critique to current environmental, social and economic downsides of conventional tourism, as a participatory, locally oriented and a bottom-up alternative (Manthei, 2021). Seen as an alternative to overtourism (Maudin, 2020), the key characteristic of nanotourism is that of an exchange between the visitors and the host, which is different to that of simple observation and mere consumption within the model of mass tourism (Manthei, 2021). Even after Covid, the idea of a new/old way of consuming tourism seems to be linked with recent trends that characterize the new tourist as more environmentally conscious and preoccupied with its footprint. One can argue that this trend can resemble any other sustainable tourism segment that looks for authenticity and connection to a more transformational kind of tourism experience (Melo, Richards, & Smith, 2021) with similarities to the sustainable slow movement (Heitmann, Robinson, & Povey, 2011) and sustainable creative tourism (Duxbury, Bakas, Castro, & Silva, 2021) “page”:“1-17”,”title”:“Creative Tourism Development Models towards Sustainable and Regenerative Tourism”,”type”:“article-journal”,”-volume”:“13”},”uris”:[“http://www.mendeley.com/documents/?uuid=f7f9ec05-8241-4018-b7a0-93174279f2c9”]”},”mendeley”:{“formattedCitation”:“(Duxbury, Bakas, Castro, & Silva, 2021. Another positive outcome that nanotourism can offer

is the possibility of doing it in our own “backyard” as long haul trips are not necessary. This type of tourism reinforces the need for experiences, closely linked to local communities as the culture of the destination matters and needs to be preserved. The notion that culture and knowledge transmission can be used to tackle Covid, is presented in the case of Scheyvens & Movono, (2020) were in the Pacific Islands, a region deeply affected by lockdowns due to the pandemic has taken young community members organized around tourism, to learn old skills from their ancestors. As the authors mentioned people showed considerable adaptive capacities and resilience in devising a range of strategies to meet their needs in the face of this dramatic loss of earnings as there was still sufficient knowledge within communities to teach younger members who had lost jobs how to grow food and fish (Scheyvens & Movono, 2020).

This example is in line with one recent study by Amadeus where 68% of respondents want their money to help local communities and are preoccupied with climate change (Publituris, 2020). The idea of “support bubbles” is connected to family trips where it does not matter where tourists will travel but with whom and with more group holidays for adults only or with selected family members. Multi-generational family travel will also be popular and people will make up for the lost time. Deeper and immersive experiences, the possibility for tourists to extend the duration of the trip or organizing more activities within the destination, (Hausold, 2020) can be examples for the future. Restrictions to travel have also reinforced the idea of staycation and workation as Airbnb and Love Home Swap have been pushing forward touristic experiences for the so-called digital nomads (Reichenberger, 2017) where they can work from almost anywhere (Diskin, 2021; Hausold, 2020; Publituris, 2020). Digital nomadism is on the rise as remote work becomes more and more common due to the pandemic (Diskin, 2021). An entire village dedicated to being a haven for digital nomads is opening on the Portuguese archipelago of Madeira resulting from a joint effort between the government of Madeira, Startup Madeira, and a digital nomad named Gonçalo Hall, welcomed keen remote workers to the village of Ponta do Sol in February 2021 (Diskin, 2021). Digital nomad holism can be understood as a motivation triad: professional, personal and spatial freedoms. These tourists are searching for creativity, control, autonomy, learning, self-development, travel and exposure. “Only when professional freedom in terms of autonomy is achieved in combination with the utilization of spatial freedom can personal freedom be developed within the desired parameters, and only then can the desired outcome of digital nomad holism be achieved” (Reichenberger, 2017, p. 10).

All the ideas I have mentioned have the same common thought or characteristics that is, that tourism consumption must itself be different from the past and a close relation to a wealthy planet must be preserved during our vacations. These shifts can be traced back to recent changes in tourism studies as they represent alternative ways of consuming as the mentioned new “digital nomads” or “alternative hedonists” where the place/sight/site/location (Zuelow, 2016) is no longer important and tourism moral and ethics (Caruana, Glozer, & Eckhardt, 2019; Soper, 2017) is rapidly fixating in consumer’s minds. The next section tries to enlighten the reader about the roots of such changes that have influenced tourism studies and tourism praxis in the recent past.

2. The “*cultural, critical and creative turns*” in tourism studies

Several “turns” are mentioned in social science and tourism research. Notably the “*cultural turn*” (Clope, 1997; Nash, 2001; Ray & Sayer, 1999; Richards, 2021; Ritzer & Goodman, 2001), the “*critical turn*” (Ateljevic, Harris, Wilson, & Collins, 2015; Ateljevic et al., 2007; Britton, 1991; Fullagar & Wilson, 2012) and the “*creative turn*” (Carson & Hartmann, 2017; de Bruin & Jelinčić, 2016; Richards, 2011; Richards & Wilson, 2006). Several authors have identified other “*turns*” in research which made their way into tourism studies such as the “*social turn*” (Gee, 1999 cited by de Bruin & Jelinčić, 2016) “*mobilities and performance turns*” (Beck, 2008; Bianchi & Stephenson, 2013; Butler, 2017; Carson, 2017; E. Cohen & Cohen, 2012; Dujmović & Vitasović, 2015; Fullagar, Markwell, & Wilson, 2012; Hannam, Butler, & Paris, 2014; Olsen, 2002; Oppenheim, 2011; Perkins & Thorns, 2001; Richards, 2021; Richards, 2011; Russo & Bertelle, 2019; Thorpe, 2012) and the “*transformative turn*” (Carnwath & Brown, 2014; Carson & Hartmann, 2017; Carvalho, 2020; E. Cohen & Cohen, 2012; S. Cohen & Cohen, 2019; de Bruin & Jelinčić, 2016; Kirillova, Lehto, & Cai, 2017; Pung, Gnoth, & Del Chiappa, 2020; Richards, 2011, 2018; Richards & Wilson, 2006) with implications to tourism research. Here I pay attention to the “*cultural, critical and creative turns*” and their connection to tourism.

With an important influence since the 1990s, the “*cultural turn*” was heavily influenced by the humanities and the social sciences (Jacobs & Spillman, 2005; Lew, Hall, & Williams, 2014; Nash, 2001; Terkenli, 2014) where culture prevailed instead of economic orientated research (Ray & Sayer, 1999). According to Ray & Sayer, (1999) “there are many positive effects of the “*cultural turn*” - both in taking

culture, discourse and subjectivity more seriously and in escaping from reductionist treatments of culture as a mere reflection of [a] material situation. (...) Where materialist treatments of race and gender could explain their economic effects and implications but not their sources, insofar as these lay in cultural and psychological processes, the “*cultural turn*” opened these up to scrutiny “ (p. 2). Choosing culture as the central piece of the object of study or as a starting point, meant that culture was seen as “making meaningful – it is through culture that everyday life is given meaning and significance” (Chaney 1994) cited by Nash, (2001). In sociology, the “*cultural turn*” has taken two main forms: the idea that culture is universally constitutive of social relations and identities is seen as the epistemological case for culture (...) and the claim that in contemporary society culture plays an unprecedented role in constituting social relations and identities (...) seen as the historical case for culture. (...) In practice, however, these claims overlap in the application of the ‘cultural turn’ to studies of contemporary social life (adapted from Nash, 2001, pp77-78). Examples of this influence are mentioned by the same author when noticing that the “most influential example of a theory based on the idea that culture is constitutive of social relations and identities is the structuration theory of Anthony Giddens. (...) The relation between structure and agency (...) he argues that social structures are reproduced in the everyday practices of social actors who are knowledgeable about the practices in which they are engaged” (Nash, 2001, p78).

The notion of reflexivity is crucial to understand the influence of a wider concept of culture as an everyday manifestation of the culture of the touristic destination, the identity of places and how this is reflected in the relation between locals and tourists. According to Nash (2001), Giddens was concerned “with radical social change, exemplifying structuration theory with the idea of self-reflexivity (...) he sees contemporary social life as increasingly reflexive because the development of modernity has resulted in de-traditionalisation and the continual clash of cultures in globalisation Giddens (1990; 1991) cited by Nash, (2001, p78). The idea of the reflexivity of the self will be central in tourism studies, especially when arguing about the changing role of the “reflexive tourist” or the reflexive consumption of tourism (Ateljevic et al., 2015; Gnoth, 2016; Mkono, 2016; Westwood, Morgan, & Pritchard, 2006) and the specialized consumption of tourism (Carvalho, Costa, & Ferreira, 2019). The idea that culture is constitutive of social relations is particularly associated with post-structuralism and discourse theory (Nash, 2001). According to this author, “the ‘cultural turn’ in social theory coincides with the ‘postmodern turn’. As Nash informs us “even though not all those who participate in the former

are happy to be categorised as contributing to the latter, sociologists tend to share a view of culture in advanced capitalist societies as fragmented, unstable, fluid and fast-changing. These are all characteristics taken to be defining of postmodern culture” (Nash, 2001, p. 90). This has influenced the differentiation of knowledge, generating subdisciplines or subfields, the latter used here in a Bourdieusian manner, such as cultural sociology seen by Jacobs & Spillman, (2005) as “an important and intellectually rich subfield in a discipline in which “culture” had not been a founding concept and had relatively little history of explicit theoretical and empirical development” (Jacobs & Spillman, 2005, p. 2).

“The crossing of boundaries and the integration of cultural politics into the formation of knowledge have been marked as the ‘cultural turn’ in the social sciences” Chaney, (1994) cited by George, Mair, & Reid, (2009, p. 135). In the case of tourism geography “the “*cultural turn*” of the social sciences (...) opened the ground for geographers to extend their more traditional areas of academic interest, such as the study of landscape, to issues of leisure/tourism spaces and places” (Terkenli, 2014, p. 286). The influence of a more “cultural” approach to research in the field of Geography has “opened up to matters of space and geographical analysis of other tourism-related disciplines (...) encouraging the latter to turn their attention to the landscape in the context of leisure and tourism” Terkenli, (2004) cited by Terkenli, (2014, p. 286). The context of postmodernity gave rise to the recent breakdown and overlapping of “disciplinary boundaries in academia”, resulting in “a more flexible approach to engagement with space (...) allowing geographical insights” from a wide “range of disciplines and subject fields” and “leisure and tourism” related themes into the geography of tourism, Aitchison et al., (2000, p. 2) cited by Terkenli (2014, p. 286). As the same author observes because of this shift “it may no longer be placed into “a geography of tourism,” but into a series of new “geographies of tourism.” (Terkenli, 2014, p. 286).

But also these changes were noticed by other authors in rural tourism. As rural communities struggle with issues of change and work to achieve sustainability, this view of the ‘cultural turn’ has significance (Clope, 1997). Because rural communities are historically embedded in local culture, this resurgent interest in culture may present opportunities for sustainable economic development through the mechanisms of tourism (George et al., 2009). This shift, originated by a growing interest in culture, gained a pivotal role in tourism with implications to the way local culture is represented in tourism media, the cultural identity of destinations, the cultural

authenticity of tourism experiences, tourism as a mediating mechanism of cultural representations, or the cultural consumption of tourism (Carson, 2017; Crang, 2014; Russell, 2006; Smith, 2016; Smith & Robinson, 2006; Timothy & Nyaupane, 2009) to name a few. With this, a more critical approach to tourism studies emerged as the culture of “fringe” social groups, minorities, gender and feminist issues, gained a powerful voice in the battle for their rights and representation in tourism scientific discourse.

The “critical turn” has emerged from the critical theory paradigm which is grounded in the work of Marx and developed by the Frankfurt School (Horkheimer, Adorno, Marcuse and Habermas) (Ateljevic et al., 2007; Best, Bonefeld, & O’Kane, 2018; Jennings, 2010). “Researchers operating under a critical theory paradigm see inquiry as a means to benefit the world and change conditions, particularly for the oppressed (...) the world involves oppression, subjugation and exploitation of minority groups who lack any real power. The social world is perceived as being orchestrated by people and institutions in power relations who try to maintain the status quo and subsequently their positions of power” (Jennings, 2010, p. 44). Over the last two decades a quiet revolution has been taking place in tourism enquiry as the field has begun to engage with the new work on identity, difference, the body, gender and post-structural theories of language and subjectivity which have forced a rethinking in the social sciences (Ateljevic et al., 2007) “Tourism studies [have] been moving steadily towards a ‘critical turn’ (Ateljevic, Harris, Wilson, & Collins, 2005), demonstrating a post-modern/post-structural effort to deconstruct the cultural politics of tourism research and the dominant processes involved in the so-called ‘making of knowledge’” (Harris, Wilson, & Ateljevic, 2007, p41). Recently, tourism scholars have analysed tourism in the context of local, global and neoliberal economies and they have drawn on several related fields such as business, psychology, information technology, the social sciences and social theory in the humanities, to expand their understanding of the cultural and social impact of this pervasive leisure activity (Carson & Hartmann, 2017). “These new directions have been evidenced in the nomenclature used by tourist researchers that recently emerged, including ‘the critical turn’” (Bianchi, 2009) cited by Carson & Hartmann, (2017, p. 131).

Critical analysis of tourism is preoccupied with power relations, individuals and institutions that enforce meaningful actions on the oppressed, marginalised and poorly represented social groups while fighting for their emancipation (Ateljevic et al., 2007; Tribe, 2007). While first-generation tourism researchers have contributed to

important and solid economic and geographic approaches to tourism studies, “many second-generation tourism scholars are actively embracing and engaging with these challenges as they seek to piece together this ‘new tourism picture’” (Jamal & Kim, 2005, p. 56). “Such second-generation scholarship is not defined by geography or age but by a way of thinking about enquiry. For many of these researchers, their work is guided by the search for intellectual enrichment, social justice, and social equity” (Pritchard & Morgan, 2007, p. 21). “As reflexive tourism researchers, we must ‘play a more active and progressive role in the fight for equity and social justice’” Ladson, Billings & Donnor, (2005, p. 294) cited by Pritchard & Morgan, (2007, p. 21). One of the major differences that the impacts of the “*cultural and critical turns*” have brought to tourism studies is that, mainly in the latter, it is the actual tourism discourse of the observed reality; e.g. the “nature” of EU tourism policy (Estol, Camilleri, & Font, 2018), and the individuals who have developed it, that are under scrutiny. “The job of critical theory is initially to sniff out ideological influences” (Tribe, 2007, p. 30). Questions and debates in tourism studies surrounding ontology, epistemology, methodology and reflexivity have been central to the “critical turn” (Harris et al., 2007). The “conceptualization and scholarship related to extant tourism literature have been created largely by white, Anglo-centric, masculine voices. Other voices (particularly those of women, ethnic minorities and aboriginal peoples) have struggled to be heard” (Pritchard & Morgan, 2007, p. 22).

Conceptualizing a wider significance of culture, while keeping it at the centre of scientific inquiry, marks the way the subject is addressed from a critical point of view. This is exactly what is stressed by Tribe, (2007). The overwhelming nature of ideology “can be a controlling aspect of culture that occurs without recourse to physical threat or violence or indeed explicit policing. Here Kincheloe and McLaren (2003, p. 436) point how mass contemporary culture can contribute to the situation where: (...) individuals (...) have been acculturated to feel comfortable in relations of domination and subordination rather than equality and independence. In other words, some basic inequalities in the world (including the tourism world) are so entrenched, so taken for granted that they are infrequently questioned and when they are questioned they are pursued with so little effort or effect that they no longer appear significant to us” (Tribe, 2007, p. 30). The same author reckons several areas that govern critical thought in tourism studies: paradigms and permeability, ideology and independence, discourse and resistance, disciplines and unruliness and traditions and mavericks (adapted from Tribe, 2007, p. 32). Some important aspects are central to our discussion: recognizing a major focus on the ideologies of

universities on management as a powerful discourse, disciplining tourism research while promoting the legitimacy of issues such as efficiency, consumer satisfaction, marketing, competition and profitability and markets and sideline issues such as equity, power-politics, gender and exploitation. Disciplines are manifestations of discourse and power relations that highlight the importance of economics, geography, sociology, business studies and anthropology in the study of tourism. Each of these disciplines offers a partial reading of the world often meaning that critical aspects of tourism are overlooked (adapted from Tribe, 2007, pp. 32–36).

I will end this section by addressing briefly the “*creative turn*” (Carson & Hartmann, 2017; de Bruin & Jelinčić, 2016; Richards, 2011; Richards & Wilson, 2006, 2007). Creativity is a polysemic word. “Broadening notions of creativity reflect a general ‘*creative turn*’ in society, which can also be identified in many different social and academic fields, including literature, urban development, cultural policy, economy, aesthetics, academic writing, theatre, architecture and education” (Richards, 2011, p. 1227) and its productive use concerning tourism (Carvalho et al., 2019; Richards, 2011). Notably influenced by the knowledge and experience economies, “the introduction of the creative tourism concept, in theory, and practice, is a manifestation of a general “*creative turn*” in society and marks a breakthrough in tourism studies highlighting a shift from mass cultural tourism” (Jelinčić, 2009; Richards, 2011; Richards and Wilson, 2006 cited by de Bruin & Jelinčić, 2016, p. 57), to more responsible ways of tourism consumption. Creativity has been used to distinguish social groups, cultural forms of consumption, the urban regeneration of cities, the protection and preservation of intangible cultural goods, among many others. With an important application in tourism research, creativity implies a broader use of culture as a means to distinguish tourists and destinations from massive forms of tourism consumption (Richards & Wilson, 2007). Traced back from a shift from the cultural industries to creative industries, the “*creative turn*” will call tourism researchers attention to the increase of cultural consumption, the importance of intangible cultural resources, the creative use of cultural traditional venues, the creative ambience of touristic and cultural areas, the necessity to differentiate destinations from mature cultural tourism destinations, the creative and cultural development of people and places, a creative arena for the development of skills and performance and the importance of creativity in everyday lives of local communities (de Bruin & Jelinčić, 2016; Richards, 2011, 2018). As Richards, (2011, p. 1227) refers pertinently “the *creative turn*” can be seen not merely as a general trend “but also as a broader instrumentalization of culture and creativity” affecting tourism”.

Far from delving into creative tourism literature (Carvalho et al., 2019), my goal in addressing the prior “*cultural, critical and creative turns*” was to highlight its inheritance when looking at how tourism research has been affected in recent years. I do not deny other incommensurable turns or effects and subjects that have affected tourism research. But focusing my discussion on these “turns” allows the reader to understand the approach I am trying to make. Culture has been increasingly important in recent years, as tourism research has been marked by increasing academic attention to cultural representations and the use and “exploitation” of culture by tourism. This has allowed creativity to be on top of the touristic debate where its application is used in many different ways. In the case of creative tourism, not only this type of tourism is presented as a response and/or extension of cultural tourism (Duxbury & Richards, 2019), representing, therefore, a different way of consuming the culture of places, but it also keeps the “creative use of culture” at the centre of tourism development where arguably creative tourism represents an eligible process for every destination to be creative (Molina, 2016). But most importantly, how and how fast this process develops will be different, depending on the creative characteristics of the destination at hand. This is still, arguably understudied. It is the “*critical turn*” approach in tourism studies that allows us to conceptualize not only what is referred to in such studies but allows us to analyse reflexively, how tourism research is being developed and how paradigms shifts, ontological approaches and epistemological apparatus have been used in tourism (Ateljevic et al., 2015; S. Cohen, 2010; Feighery, 2006; Fullagar & Wilson, 2012; Hall, 2004; Phillmore & Goodson, 2004; Réau, 2014).

2.1. Transmodernity and the multidisciplinary subject of tourism

The recent concept of transmodernity has been mentioned by several authors while referring to different subjects (Ateljevic, 2013; Rodriguez Magda, 2011). Developed by Rodrigues Magda, the concept refers to globalization as the new grand narrative which allows for transmodernity to overcome the postmodern postulate of the end of grand narratives (Lyotard, 1984) overcoming the crisis of modernity. “The prefix “trans” connotes (...) the necessary transcendence of the crisis of modernity, taking up its pending ethical and political challenges (equality, justice, freedom...), but assuming postmodern criticism” (Rodriguez Magda, 2011, p. 7). In the opinion of the Spanish author, transmodernity represents a globalised culture of intercon-

nectedness, participation and emancipation, in which cosmopolitanism transcends universality by spreading differences beyond their traditional location (Ateljevic, 2013). It is characterised by a shift “in culture, consciousness, society, economics, politics, and human relations, they all point to the same intuitive aspirations for inclusivity, diversity, partnership, sacredness and quality of life, deep play, sustainability, universal human rights, the rights of nature and peace” (Ateljevic, 2013, p. 42). Ateljevic uses the concept of transmodernity as an umbrella term that connotes emerging socio-cultural, economic, political and philosophical shifts (Ateljevic, 2013).

Because the “*cultural turn*” has elected “culture” as a central object of study, provoking the fragmentation of knowledge in subdisciplines and subfields, tourism was not immune to these changes as we have seen, and because the “*critical turn*” gave the “oppressed” the chance for their voices to be heard, tourism research demanded a more inclusive and diverse way, in which the scientific inquiry was being orientated and developed. Finally, while the “*creative turn*” represented a broader use of culture in research, tourism studies faced a new challenge where the nature of culture and its use for economic and touristic gains, marked new ways of developing tourism research. Transmodernity marks the changes highlighted, which had occurred in social science and tourism. With implications into the way we conceptualize tourism markets and tourism praxis, if the postmodern tourist was already an environmentally-conscious consumer, knowledgeable of their rights, tech-savvy, a co-creator of meaning while searching for authentic experiences and globally connected to others, a “transmodern tourist” will influence an all-encompassing profile which will be harder to brand and to please and as he will demand personalization services in a time of a massive and global cultural market with implications to tourism.

Using transmodernity as an ontological stance to analyse the touristic phenomenon can help researchers and practitioners to focus on the new global crisis the pandemic has originated while maintaining their attention in climate change, global inequalities, minorities rights, among others. The authors de Bruin & Jelinčić, (2016) align the discourse of transmodernity with the “*social turn*”, rooted in a globalized, interconnected economy and more recently to poverty and climate change issues. In the context of the “*creative turn*”, they propose the concept of “participatory experience tourism” (PET) as an all-embracing concept, to accommodate the evolution and changes in creative tourism, value addition and the social consciousness of consumption of creative experiences (de Bruin & Jelinčić, 2016). In a similar line,

I want to allude to the linkage of the “*cultural, critical and creative turns*” as signs of larger social changes that have influenced tourism studies and to the alignment of transmodern discourse and priorities as an encompassing tool to rethink tourism related-concepts in a post-COVID era. The actual use of tourism-related concepts is a signal of the difficulties of studying tourism (Page & Connell, 2020) a difficulty I intend to overcome through the approach to the transmodernity paradigm.

As authors differ ontologically and epistemologically in studying tourism, we might say that on the one hand “it is not possible to present tourism studies as operating in the grip of a paradigm” (Tribe, 2007, p. 33) and on the other “tourism is a multidisciplinary subject where several disciplines examine tourism from their own standpoints (...) using concepts and modes of analysis that have been developed in their own disciplines” resulting in “no cross-fertilization of ideas across disciplines” and “what Cooper et al, (1998) call reductionism, reducing tourism to a series of activities and economic transactions” (Page & Connell, 2020, p. 5). Having this in mind, the paradigm shift originated by transmodernity is seen here as a possible backdrop for a more flexible approach to rethinking tourism-related concepts, reminding ourselves of the larger social changes which have occurred in recent years with a special emphasis on COVID-19 and the life changes it had brought us. In the final section, I propose to analyse tourism security from a wider standpoint in order to help and tackle some problems originated by the pandemic.

3. Contribution to a broader understanding of tourism safety

As I have mentioned before, the idea of rethinking tourism-related concepts is used here under the umbrella term of transmodernity (Ateljevic, 2013) where prior turns (*cultural, critical and creative*) (Ateljevic et al., 2015; de Bruin & Jelinčić, 2016; Richards, 2011) in tourism can be used to help us understand how tourism research was influenced by broader social changes imposed by a paradigm shift marked by overcoming the flaws of modernity while maintaining the critical and emancipatory spirit of post-modernity (Ateljevic, 2013; Rodriguez Magda, 2011). In developing this exercise we can gain a wider comprehension, in connection to previous social and cultural changes, on how to tackle recent covid-19 problems concerning tourism. The idea of proposing these updates is not an end in itself, but a contribution to an ongoing debate where tourism researchers, practitioners, enterprises, DMOs, national

tourism boards and other social tourism agents with political responsibilities, may act on a more solid basis, to further develop successful tourism products, services and experiences in a holistic manner.

According to the authors the expression “tourism security” is not well defined. According to Tarlow, (2014), the “lack of precision with the terminology does not imply that tourism security practitioners are unaware of their major responsibility, which is to ensure both safety and security” (Tarlow, 2014, p. 5). “Although many disciplines make a clear distinction between security and safety, tourism scientists and professionals tend not to (...) Another reason for this merging is that there are no clear and precise definitions of safety and security. Practitioners often view security as the act of protection of a person, place, thing, reputation, or economy against someone (or someone’s tool) that seeks to harm. They typically define safety as the protecting of people (or places, things, reputations, or economies) against unintended consequences of an involuntary nature. From the perspective of the travel and tourism industry, both a safety and a security mishap can destroy not only a vacation but also the industry” (Adapted from Tarlow, 2014, p. 14). I will discuss tourism safety and its broader significance in the touristic ecosystem with a special emphasis on consumers, that is tourists.

While safety has been a strong theme in tourism research (Mansfeld & Pizam, 2006; Tarlow, 2014) and linked to the pandemic (Koh, 2020), it has been connected to tourism research concerning crime, terrorism, wars, riots, protests, public manifestations, civil unrest, virus outbreaks or food pandemics (Lew et al., 2014; Mansfeld & Pizam, 2006; Maximiliano, 2014; Tarlow, 2014; Wall, 2006). A successful theory about tourism security should encompass these typologies with several impacts of security incidents (At the level of destinations, tourism industry and tourists, host and generating markets, governments and the media) and the reaction to tourism crises by all tourism stakeholders (Destination behaviour, Image and perception management, risk and crisis management techniques and recovery methods (adapted from Mansfeld & Pizam, 2006, pp. 3–12). “Whether they be wars, political crises, terrorist activities (real or imagined), natural disasters, health emergencies, or other extreme events, they all have swift and usually negative repercussions for those involved in tourism” (Wall, 2006, p. 143).

The authors Korstanje and Tarlow have focused on the importance of understanding the dichotomy between real and perceived safety in tourism (Maximiliano, 2014;

Tarlow, 2014). This raises the question of who is responsible for such matters around tourism safety. “Driving gives travellers a strong sense of control, whereas aeroplane travel provides uncertainty” (Maximiliano, 2014, p. xxii). The way security and safety issues are addressed in tourism depend on the manifestation of the crisis at hand. “Three (...) factors determine governments’ urgency to mitigate risks in the tourist system:

1. the status of victims;
2. the probability of repetition;
3. the threshold of impacts on tourism can be a major issue in the destination’s reputation.

A visible threat may be taken into account to a lesser extent than those threats in which there is no known form of prevention, such as virus outbreaks or food pandemics. Furthermore, if the sanitary conditions are not adequate, then the impact may be such as to destroy almost overnight even a well-known international tourism “paradise.” (Maximiliano, 2014, p. xxiii).

Referring to the prior SARS crises in Toronto, Wall, (2006) refers that “in the context of extreme events, SARS has more in common with a drought than a major earthquake. (...) SARS was a new disease but, aided by advanced communication systems, it was not the first to have a global reach, and, from that perspective, it was not without precedent” (Wall, 2006, p. 145). With different mitigation strategies “forty-four people died in Toronto as a consequence of SARS. The first case of SARS in Toronto was identified in a hospital on March 7, 2003 (...) the incidences of SARS were largely contained in hospitals, and there were never people walking on the streets of Toronto with protective masks. There were two waves of SARS in Toronto. (...) However, the consequences of SARS for Toronto were much greater than in the case of the terrorist attacks of September 11, 2001” (adapted from Wall, 2006, p. 146). The consequences as it is well known were much different from this previous SARS advent. But what is important retain from the testimony of Wall is the momentum, very close to 9/11. The problems we are struggling with are marked by the lasting effects of the economic crisis of 2009 (UNWTO, 2021).

Having this in mind, I approach the notion of tourism safety, while referring to new tourists necessities in a post-covid 19 era. Regarding innovation and sustainability as the new normal, confidence in safety and security are of paramount importance for

the tourism sector (UNWTO, 2020a). If we look at the concept of quality of tourism services when applied specifically to tourism intermediation, “most travel agencies transfer the responsibility for service quality to other stakeholders (tour operators and cruise companies, in particular)” (Augustyn & Ho, 1998, p. 74). How can this be applied to safety issues nowadays concerning COVID-free tourism supply in destinations? Can tourist intermediaries ensure that all stakeholders are properly certified against covid 19 when developing a tourism package?

Post-covid travellers will make purchase decisions based on a new set of factors: cost, comfort and safety (Pereira, 2020; Vilarasau, 2020). In a post-covid world, security isn't any longer about traditional threats. It has become a broader concept including a new and invisible threat. Travellers have always demanded confidence in their travel plans which now include health security. Security now also extends to protection against the chance of loss of money because of possible cancellations of air or hotel stays, within the event of a blockade, travel restriction or quarantine may be imposed unexpectedly (Adapted from Pereira, 2020). Costs and comfort can be less important as security has reached maximum importance, arguably to levels of the period of the 9/11 attacks.

Health insurance or a trip refund can be seen as a priority in future travel. One thing that tourism companies are already developing is the effort to pay COVID tests to future tourists as regional tourism boards do already like in the Azores islands in Portugal (Governo dos Açores, 2021). This was the context for the origin of the “COVID-19 vaccine tourism” (Ledsom, 2021). In this new situation, tourism enterprises will have to assure that they have done everything in their power to prove that their tourism products, services and experiences are 100% safe for tourists as refund becomes an important characteristic to have in mind.

As tourism professionals must have access to information in real-time about the pandemic conditions of destinations as they are already doing (for example GDS Galileo provides a rich and important update of airline companies, airports and destinations conditions and restrictions), detailed information must be passed on to clients. Keywords as “clean”, “safe”, “virus” or hygiene, disinfectant are common em positive consumer reviews. Companies that transmit a hygiene image and the effort used to assure safety are on the front line to be picked (Pereira, 2020) and as “clean and safe quality” seals attributed by the national tourism board in Portugal, have been adopted by Portuguese tourism companies raging from the

accommodation sector, transports, intermediation, tourism animation and event enterprises, tourism offices and even tour guides. Cancellation and refund policies will need to be completely transparent and fair, easy to understand for customers to be properly informed about the implications and mode of action in the event of cancellation or postponement of contracted trips. Some companies may choose to waive change fees or include travel insurance coverage at no additional cost to consumers (adapted from Pereira, 2020).

Rethinking tourism safety also has to be thought in terms of the safety present in the destination, as all tourism stakeholders must assure that safety is present throughout the tourism value chain. The more inclusive a destination can be, the safer it will be for all tourism agents. Safety must be present and be included in environmental issues and local communities must be more than passive bystander of the overall touristic apparatus. Safe job conditions must become available for all tourism workers as to local tourism business owners. Tourists are reflexive and want their consumption choices to contribute to the economic safety and sustainability of the locals. As more caution is needed to travel in the future, with or without a vaccine, tourism safety has changed and this has to be applied to every stakeholder of the touristic sector. Health security has come to remain the new main concern of the traveller. For cautious travellers, their safety has become the most significant component to add value, a fact that should be at the centre of the travel demand to be presented by companies in the sector (Pereira, 2020). Tourism researchers and practitioners must avoid thinking of tourism safety as something that concerns a respective tourism enterprise or service component. They must realize that we are now dealing with a series of new “tourism safeties” and holistically conceptualise them. Who enforces safety measures? Are all cultural communities object to equitable representation in terms of safety planning in tourism? Who defines this priority? How is safety conveyed in the post-covid 19 era by tourism enterprises? These are some of the questions that must be addressed if we are to develop a strong theory defended by Mansfeld & Pizam, (2006). As the new tourist is eager to travel, safety must be a priority for all tourism stakeholders, beyond its traditional views.

References

- Ateljevic, I. (2013). Transmodernity: Integrating perspectives on societal evolution. *Futures*, 47, 38–48. <https://doi.org/10.1016/j.futures.2013.01.002>
- Ateljevic, I., Harris, C., Wilson, E., & Collins, F. (2015). Getting “Entangled”: Reflexivity and the “Critical Turn” in Tourism Studies. *Tourism Recreation Research*, 30(2), 9–21. <https://doi.org/10.1080/02508281.2005.11081469>
- Ateljevic, I., Pritchard, A., & Morgan, N. (2007). *The Critical Turn in Tourism Studies: Innovative Research Methodologies*. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-045098-8.50005-2>
- Augustyn, M., & Ho, S. (1998). Service Quality and Tourism. *Journal of Travel Research*, 37(1), 71–75. <https://doi.org/10.1177/004728759803700110>
- Baum, T., & Hài, N. (2020). Hospitality, Tourism, Human Rights and the impact of COVID-19. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 1–13.
- Beck, U. (2008). Mobility and the cosmopolitan perspective. In Canzler, W., V. Kaufmann, & S. Kesselring (Eds.), *Tracing Mobilities: Towards a Cosmopolitan Perspective* (pp. 25–35). <https://doi.org/10.4324/9781315201078-9>
- Best, B., Bonefeld, W., & O’Kane, C. (2018). *The Sage Handbook of Frankfurt School of Critical Theory* (B. Best, W. Bonefeld, & C. O’Kane, Eds.). Los Angeles: Sage.
- Bianchi, R. V., & Stephenson, M. L. (2013). Deciphering tourism and citizenship in a globalized world. *Tourism Management*, 39, 10–20. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.03.006>
- Britton, S. (1991). Tourism, Capital, and Place: Towards a Critical Geography of Tourism. *Environment and Planning D: Society and Space*, 9(4), 451–478. <https://doi.org/10.1068/d090451>
- Butler, S. (2017). ‘Temporary belonging’: Indigenous cultural tourism and community art centres. In *Performing Cultural Tourism: Communities, Tourists and Creative Practices*. <https://doi.org/10.4324/9781315174464>
- Carnwath, J. D., & Brown, A. S. (2014). Understanding the value and impacts of cultural experiences A literature review. *Arts Council England*, p. 155. <https://doi.org/10.1080/09548963.2014.967012>
- Carson, S. (2017). Methodologies of touristic exchange: An introduction (editorial). In S. Carson & M. Pennings (Eds.), *Performing Cultural Tourism: Communities, Tourists and Creative Practices* (pp. 1–9). <https://doi.org/10.4324/9781315174464>
- Carson, S., & Hartmann, J. (2017). The creative turn: Cultural tourism at Australian convict heritage sites. In S. Carson & M. Pennings (Eds.), *Performing Cultural Tourism: Communities, Tourists and Creative Practices* (pp. 131–146). <https://doi.org/10.4324/9781315174464>

Caruana, R., Glozer, S., & Eckhardt, G. (2019). 'Alternative Hedonism': Exploring the Role of Pleasure in Moral Markets. *Journal of Business Ethics*, 166, 143–158. <https://doi.org/10.1007/s10551-019-04123-w>

Carvalho, R. (2020). The need for creative actions in tourism in the Post-COVID 19 pandemic world. In *World Tourism, Health Crisis and Future: sharing perspectives* (pp. 177–190). Retrieved from www.cda.ipt.pt/download/ebooks/CRENT-ebook-17.6.2020-turismo-crise-global-.pdf

Carvalho, R., Costa, C., & Ferreira, A. (2019). Review of the theoretical underpinnings in the creative tourism research field. *Tourism & Management Studies*, 15(SI), 11–22. <https://doi.org/10.18089/tms.2019.15si02>

Cloke, P. (1997). Country backwater to virtual village? Rural studies and “the cultural turn.” *The Rural: Critical Essays in Human Geography*, 13(4), 311–319. <https://doi.org/10.4324/9781315237213-18>

Cohen, E., & Cohen, S. (2012). Current sociological theories and issues in tourism. *Annals of Tourism Research*, 39(4), 2177–2202. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.07.009>

Cohen, S. (2010). Reflections on reflexivity in leisure and tourism studies. *Leisure*, 32(87), 27–29. <https://doi.org/10.1360/zd-2013-43-6-1064>

Cohen, S., & Cohen, E. (2019). New directions in the sociology of tourism. *Current Issues in Tourism*, 22(2), 153–172.

Crang, M. (2014). Cultural Geographies of Tourism. In A. Lew, C. M. Hall, & A. Williams (Eds.), *The Wiley Blackwell companion to Tourism* (pp. 66–77). London: The Wiley Blackwell companion to Tourism.

de Bruin, A., & Jelinčić, D. A. (2016). Toward extending creative tourism: participatory experience tourism. *Tourism Review*, 71(1), 57–66. <https://doi.org/10.1108/TR-05-2015-0018>

Diskin, E. (2021). Europe's first digital nomad village is opening in Portugal. Retrieved January 27, 2021, from Matadornetwork website: [https://matadornetwork.com/read/digital-nomad-village-portugal/?ct=t\(EDITORIAL_TRAVERSE_JANUARY_24_2021\)&fbclid=IwAR3noLc4EWefsVuFhvBxMkFsU4cc740sZ-ytbVIBab7ymde9ccBBRnKOizk](https://matadornetwork.com/read/digital-nomad-village-portugal/?ct=t(EDITORIAL_TRAVERSE_JANUARY_24_2021)&fbclid=IwAR3noLc4EWefsVuFhvBxMkFsU4cc740sZ-ytbVIBab7ymde9ccBBRnKOizk)

Dujmović, M., & Vitasović, A. (2015). Postmodern Society and Tourism. *J. of Tourism and Hospitality Management*, 3(5), 192–203. <https://doi.org/10.17265/2328-2169/2015.10.003>

Duxbury, N., Bakas, F., Castro, T., & Silva, S. (2021). Creative Tourism Development Models towards Sustainable and Regenerative Tourism. *Sustainability*, 13(2), 1–17. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.3390/su13010002>

- Duxbury, N., & Richards, G. (2019). A research agenda for creative tourism. In N. Duxbury & G. Richards (Eds.), *A Research Agenda for Creative Tourism* (1st ed.). <https://doi.org/10.4337/9781788110723>
- Estol, J., Camilleri, M., & Font, X. (2018). European Union tourism policy: an institutional theory critical discourse analysis. *Tourism Review*, 73(2), 156–168. <https://doi.org/10.1108/TR-11-2017-0167>
- Feighery, W. (2006). Reflexivity and tourism research: Telling an (other) story. *Current Issues in Tourism*, 9(3), 269–282. <https://doi.org/10.2167/cit/mp006.0>
- Fullagar, S., Markwell, K., & Wilson, E. (2012). *Slow Tourism Experiences and Mobilities* (Vol. 53; S. Fullagar, K. Markwell, & E. Wilson, Eds.). Bristol: Channel View Publications.
- Fullagar, S., & Wilson, E. (2012). Critical Pedagogies : A Reflexive Approach to Knowledge Creation in Tourism and Hospitality Studies. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 19(1), 1–6. <https://doi.org/10.1017/jht.2012.3>
- George, E., Mair, H., & Reid, D. (2009). *Rural Tourism Development : Localism and Cultural Change*. Bristol: Channel View Publications.
- Gnoth, J. (2016). Reflexivity : The Future of Tourism Experience Research Or, How do tourists achieve well-being ? *Travel and Tourism Research Association: Advancing Tourism Research Globally*. 4., 13. Retrieved from <https://scholarworks.umass.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://www.google.pt/&httpsredir=1&article=1268&context=ttra>
- Governo dos Açores. (2021). Como fazer despiste à Covid-19 antes da deslocação para a Região Autónoma dos Açores. Retrieved May 7, 2021, from Governo Regional dos Açores website: https://destinoseguro.azores.gov.pt/?page_id=6304
- Hall, C. M. (2004). Reflexivity and tourism research. In J. Phillimore & L. Goodson (Eds.), *Qualitative Research in Tourism Ontologies, epistemologies and methodologies* (1st ed., pp. 137–155). Routledge.
- Hannam, K., Butler, G., & Paris, C. (2014). Developments and key issues in tourism mobilities. *Annals of Tourism Research*, 44(1), 171–185. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2013.09.010>
- Harris, C., Wilson, E., & Ateljevic, I. (2007). Structural entanglements and the strategy of audiencing as a reflexive technique. In I. Ateljevic, A. Pritchard, & N. Morgan (Eds.), *The Critical Turn in Tourism Studies: Innovative Research Methods*. <https://doi.org/10.4324/9780080470986>
- Hausold, A. (2020). TRAVEL IN 2021 : KEY TRENDS TO KEEP IN MIND. Retrieved January 3, 2021, from Tourism Review website: <https://www.tourism-review.com/the-key-trends-of-travel-in-2021-news11790>

Haywood, K. M. (2020). A post-COVID future: tourism community re-imagined and enabled. *Tourism Geographies*, 1–11. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1762120>

Heitmann, S., Robinson, P., & Povey, G. (2011). Slow food, Slow Cities and Slow Tourism. In P. Robinson, S. Heitmann, & P. Dieke (Eds.), *Research Themes for Tourism* (pp. 114–127). Oxfordshire, UK: CABI.

Jacobs, M., & Spillman, L. (2005). Cultural sociology at the crossroads of the discipline. *Poetics*, 33(1), 1–14. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2005.01.001>

Jamal, T., & Kim, H. (2005). Tourist Studies. *Tourist Studies*, 5(1), 55–83. <https://doi.org/10.1177/1468797605062715>

Jennings, G. (2010). *Tourism Research* (2nd ed.). Milton: Wiley.

Kirillova, K., Lehto, X., & Cai, L. (2017). What triggers transformative tourism experiences? *Tourism Recreation Research*, 0(0), 1–14. <https://doi.org/10.1080/02508281.2017.1342349>

Koh, E. (2020). The end of over-tourism? Opportunities in a post-Covid-19 world. *International Journal of Tourism Cities*, 6(4), 1015–1023. <https://doi.org/10.1108/IJTC-04-2020-0080>

Kunzmann, K. (2020). Smart Cities After Covid-19 : Ten Narratives. *The Planning Review*, 56(2), 20–31. <https://doi.org/10.1080/02513625.2020.1794120>

Ledsom, A. (2021). ‘Shot Trips’ To Dubai, Florida, Tel Aviv, Havana: Covid-19 Vaccine Tourism Takes Off. Retrieved February 21, 2021, from Forbes website: <https://www.forbes.com/sites/alexledsom/2021/02/14/shot-trips-to-dubai-florida-tel-aviv-havana-covid-19-vaccine-tourism-takes-off/?sh=76b3f0bd199c>

Lévy, B. (2020). *Este Vírus que nos Enlouquece*. Lisboa: Guerra & Paz.

Lew, A., Hall, C. M., & Williams, A. (2014). *The Wiley Blackwell companion to Tourism*. London: Wiley Blackwell.

Lyotard, J. (1984). *The Postmodern Condition: A report on knowledge*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Mansfeld, Y., & Pizam, A. (2006). *Tourism, Security and Safety From Theory to Practice*. Amsterdam: Elsevier.

Manthei, E. (2021). Could nanotourism be the answer to sustainable travel? Retrieved February 15, 2021, from Independent website: <https://www.independent.co.uk/climate-change/sustainable-living/travel-sustainable-tourism-local-b1794769.html>

- Maudin, L. (2020). Will coronavirus be the end of overtourism? Retrieved April 9, 2020, from Tourism Review website: <https://www.tourism-review.com/corona-crisis-cannot-stop-overtourism-for-long-news11472>
- Maximiliano, K. (2014). Foreword two: Problems of Tourism safety in Latin America. In P. Tarlow (Ed.), *Tourism Security - Strategies for Effectively Managing Travel Risk* (pp. xxi–xxiii). Elsevier.
- Melo, C., Richards, G., & Smith, M. (2021). Transformational Tourism Experiences: The Communication of Service Providers. In *Impact of New Media in Tourism* (pp. 210–233). <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-7095-1.ch013>
- Mkono, M. (2016). The reflexive tourist. *Annals of Tourism Research*, 57, 206–219. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2016.01.004>
- Molina, S. (2016). Notas Livres Turismo Criativo. *Revista Turismo. Estudos e Práticas*, 5, 205–223.
- Nash, K. (2001). The “cultural turn” in social theory: Towards a theory of cultural politics. *Sociology*, 35(1), 77–92. <https://doi.org/10.1017/S0038038501000050>
- Olsen, K. (2002). Authenticity as a concept in tourism research: The social organization of the experience of authenticity. *Tourist Studies*, 2(2), 159–182. <https://doi.org/10.1177/146879702761936644>
- Oppenheim, R. (2011). Crafting the consumability of place. In *Consuming Korean Tradition in Early and Late Modernity: Commodification, Tourism, and Performance*.
- Page, S. P., & Connell, J. (2020). *Tourism A Modern Synthesis* (5th ed.). Andover, UK: Routledge.
- Pereira, P. (2020). O novo comportamento dos consumidores - Covid 19. Retrieved February 2, 2021, from Travelbi Turismo de Portugal website: <https://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Paginas/novo-comportamento-dos-consumidores-covid-19.aspx>
- Perkins, H., & Thorns, D. (2001). Gazing or performing? Introduction: the tourist performance. *International Sociology*, 16(2), 185–204.
- Phillimore, J., & Goodson, L. (2004). Qualitative research in tourism. Ontologies, epistemologies and methodologies. In *Tourism*. <https://doi.org/10.4324/9780203642986>
- Pritchard, A., & Morgan, N. (2007). De-centring Tourism’s Intellectual Universe, or Traversing the Dialogue Between Change and Tradition. In *The Critical Turn in Tourism Studies: Innovative Research Methods* (pp. 12–28). Amsterdam: Elsevier.
- Publituris. (2020). 2021 está aí. Conheça as tendências de viagens. Retrieved January 17, 2021, from <https://www.publituris.pt/2020/12/11/2021-esta-ai-conheca-as-tendencias-de-viagens>

Publituris. (2021). Turismo recuou 27 anos. Retrieved February 20, 2021, from https://www.publituris.pt/2021/02/01/turismo-recuou-27-anos/?utm_term=Turismo+recuou+27+anos&utm_campaign=Publituris&utm_source=e-goi&utm_medium=email

Pung, J. M., Gnoth, J., & Del Chiappa, G. (2020). Tourist transformation: Towards a conceptual model. *Annals of Tourism Research*, 81(October 2019), 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102885>

Ray, L., & Sayer, A. (1999). *Culture and Economy after the Cultural Turn*. London: Sage.

Réau, B. (2014). The historical social science of tourism. *Journal of Tourism History*, 6(0), 210–222. <https://doi.org/10.1080/1755182X.2015.1008058>

Reichenberger, I. (2017). Digital nomads – a quest for holistic freedom in work and leisure. *Annals of Leisure Research*, 1–17. <https://doi.org/10.1080/11745398.2017.1358098>

Richards, G. (2011). Creativity and tourism. The state of the art. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1225–1253. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.07.008>

Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12–21. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005>

Richards, G. (2021). *Rethinking cultural tourism*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.

Richards, G., & Wilson, J. (2006). The creative turn in regeneration: Creative spaces, spectacles and tourism in cities. *Tourism, Culture and Regeneration*, (December 2006), 12–24. <https://doi.org/10.1079/9781845931308.0012>

Richards, G., & Wilson, J. (2007). *Tourism, Creativity and Development*. <https://doi.org/10.4324/9780203933695>

Ritzer, G., & Goodman, D. (2001). Postmodern Social Theory. In J. H. Turner (Ed.), *Handbook of sociological theory* (pp. 151–169). <https://doi.org/10.1007/0-387-36274-6>

Rodriguez Magda, R. M. (2011). Transmodernidad: un nuevo paradigma. *Journal of Peripheral Cultural Production of the Luso-Hispanic World*, 1(1), 1–14.

Russell, I. (2006). *Images, representations and heritage: Moving beyond modern approaches to archaeology*. <https://doi.org/10.1007/0-387-32216-7>

Russo, A., & Bertelle, S. (2019). Mobilising memoryscapes: tourist entanglements at two Catalan Civil War sites. *Journal of Heritage Tourism*, 6631. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2019.1632868>

Scheyvens, R., & Movono, A. (2020). Traditional skills help people on the tourism-deprived Pacific Islands survive the pandemic. Retrieved February 17, 2021, from heconversation.com website: https://theconversation.com/traditional-skills-help-people-on-the-tourism-deprived-pacific-islands-survive-the-pandemic-148987?utm_medium=email&utm_campaign=Latest from The Conversation for November 2 2020 - 1774017206&utm_content=Latest from The Conversa

Smith, M. (2016). Issues in Cultural Tourism Studies. In M. Smith (Ed.), *Tourism Management* (3th ed.). Routledge.

Smith, M., & Robinson, M. (2006). *Cultural Tourism in a Changing World*. <https://doi.org/10.2167/cit051b.0>

Soper, K. (2017). *A new hedonism: A post-consumerism vision, the next system project*. Retrieved from <https://thenextsystem.org/learn/stories/new-hedonism-post-consumerism-vision>

Tarlow, P. (2014). *Tourism Security - Strategies for Effectively Managing Travel Risk* (P. Tarlow, Ed.). Oxford: Elsevier.

Terkenli, T. (2014). Landscapes of Tourism. In A. Lew, C. M. Hall, & A. Williams (Eds.), *The Wiley Blackwell Companion to Tourism* (pp. 282–293). London: Wiley.

Thorpe, H. (2012). Transnational Mobilities in Snowboarding Culture: Travel, Tourism and Lifestyle Migration. *Mobilities*, 7(2). <https://doi.org/10.1080/17450101.2012.654999>

Timothy, D. J., & Nyaupane, G. P. (2009). *Cultural Heritage and Tourism in the Developing World: A regional perspective*. London: Routledge.

Tribe, J. (2007). Critical Tourism : Rules and Resistance. In *The Critical Turn in Tourism Studies: Innovative Research Methods* (pp. 29–39). Amsterdam: Elsevier.

UNWTO. (2020a). *GLOBAL GUIDELINES TO RESTART TOURISM*. Retrieved from <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-05/UNWTO-Global-Guidelines-to-Restart-Tourism.pdf>

UNWTO. (2020b). Impact Assessment of the Covid-19 Outbreak on International Tourism. Retrieved from <https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism>

UNWTO. (2021). UNWTO World Tourism Barometer. Retrieved February 20, 2021, from Global Tourism Statistics website: <https://www.unwto.org/unwto-world-tourism-barometer-data>

Vilarasau, D. (2020). Así será el viajero pos-COVID, Cómo querrá viajar y a dónde. Retrieved February 14, 2021, from Hosteltur website: https://www.hosteltur.com/141159_asi-sera-el-viajero-pos-covid-19-como-querra-viajar-y-a-donde.html?code=home-page%7B2020-12-16%7D&utm_source=newsletter-es&utm_medium=email&utm_campaign=asi-sera-el-viajero-pos-covid-como-querra-viajar-y-a-donde-hosteltur-

Wall, G. (2006). Recovering from SARS: The Case of Toronto Tourism. In *Tourism, Security and Safety From Theory to Practice* (pp. 143–152). Amsterdam: Elsevier.

Westwood, S., Morgan, N., & Pritchard, A. (2006). Situation, Participation and Reflexivity in Tourism Research: Furthering Interpretive Approaches to Tourism Enquiry. *Tourism Recreation Research*, 31(2), 33–41. <https://doi.org/10.1080/02508281.2006.11081260>

Zuelow, E. (2016). *A History of Modern Tourism*. London: Palgrave.

Turismo e educação: uma reflexão sobre o passado e os desafios da era pós-covid 19

João Neto Azevedo¹,

ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa | ISTAR-ISCTE

joao_netto_azevedo@iscte-iul.pt

João Tomaz Simões²

IPT - Instituto Politécnico de Tomar | TECHN&ART-IPT

ISLA - Instituto Superior de Gestão e Administração | UI&D

jsimoes@ipt.pt | joao.simoes@islasantarem.pt

Resumo

Os efeitos da globalização, planetarização e democratização do turismo, levaram à expansão da atividade turística e, por consequência, a uma necessidade permanente de formação de profissionais dotados de competências adequadas à nova realidade, num mercado em plena mutação e cada vez mais exigente.

A pandemia COVID 19 ajudou, neste sentido, a dar lugar a importantes desafios no que diz respeito aos processos, metodologias e desenvolvimento dos programas curriculares das mais diversas áreas educacionais, em turismo.

Deste modo, este artigo apresenta uma análise sobre a necessidade de adaptar a realidade educacional aos desafios que enfrentamentos na atualidade, evidenciando, com base numa revisão da literatura, o trajeto apresentado por outros autores, enquanto exemplos de sucesso.

Palavras-chave

Ensino no turismo; COVID 19; programas curriculares; planeamento curricular.

¹ Frequência de Doutoramento em Ciências e Tecnologias da Informação (ISCTE-IUL); Mestrado em turismo/ Estratégias de Desenvolvimento Turístico (ULHT); Licenciatura em turismo/Gestão de Operações Turísticas (ISLA).

² Prof. Adjunto Conv. (IPT); Prof. Especialista (ISLA) e doutorando em turismo (IGOT-ULISBOA/ESHTE-ESTORIL); Mestrado em Desenvolvimento de Produtos de turismo Cultural (IPT); Licenciatura em turismo/Gestão de Operações Turísticas (ISLA).

Abstract

The effects of globalization, planetarization and democratization of Tourism, led to the expansion of tourism activity and, consequently, to a permanent need for training professionals with skills appropriate to the new reality, in a market in full mutation and increasingly demanding.

The COVID 19 pandemic helped, in this sense, to give rise to important challenges with regard to the processes, methodologies and development of the curricular programs of the most diverse educational areas, in Tourism.

Thus, this article presents an analysis on the need to adapt the educational reality to the challenges that we face today, showing, based on a literature review, the path presented by other authors, as successful examples.

Keywords

Tourism education; COVID-19; curricular programs; curricular planning.

1. Turismo e educação: desafios no passado recente

O turismo, enquanto fenómeno, tem registado um crescimento profundamente impulsionado pelo efeito de democratização, no que concerne à maior acessibilidade tecnológica e económica dos produtos e serviços prestados; pelo efeito de planetarização, expresso pela diluição das fronteiras e pela promoção de deslocações e transações a uma escala planetária; e pelo efeito de globalização, manifesta pelos laços de natureza económica, política, social, cultural e ambiental que o turismo tende a ver expresso, nas suas atividades, e que operam numa lógica da oferta e da procura (Cunha, 2013).

Não obstante desta realidade e apesar do dinamismo resultante da globalização, da permanente necessidade de atualização e dos seus impactos na constante transformação do fenómeno, como referem Smith & Cooper (2000), esse efeito ainda não se manifesta no campo da formação de recursos humanos, particularmente, na forma como os programas curriculares são desenhados. Com efeito, Smith & Cooper (2000) referem que, apesar da necessidade de preparação de recursos humanos ser fundamental na área, e no que ao desenvolvimento dos programas curriculares e metodologias educativas diz respeito, pouca atenção tem sido prestada por parte do

meio educativo (Fidgeon, 2010; Mei, 2017). A este respeito, Smith & Cooper (2000) apontam duas razões possíveis:

1. por um lado, o ritmo imposto pela globalização tornou impossível que o setor educativo consiga, de forma síncrona, acompanhar e ajustar a oferta formativa à nova realidade;
2. por outro lado, o turismo, enquanto um campo de estudos recente, tende a concentrar esforços na caracterização e contextualização dos seus fenómenos internos (Cooper, 2002), ou seja, delimitando do ponto de vista técnico e epistemológico, os seus modelos de ação.

O turismo, enquanto atividade global e transversal, está exposto ao ritmo resultante do dinamismo social sendo, ele próprio, uma manifestação de natureza social. Deste modo, quer seja pelas mudanças no contexto da procura, afetas a alterações no padrão do estilo de vida, quer seja pelo impacto dos meios informáticos e comunicacionais, hoje presentes e dessiminados de forma transversal na sociedade, tais atualizações solicitam dos profissionais que operam na área do turismo uma constante resiliência e adaptação às condições de um ambiente altamente competitivo (Wang & Ryan, 2007). A este respeito e na perspetiva do mercado de trabalho, como referem Cooper (2002) e Mei (2017), verificando-se a existência de uma mão de obra capacitada, tal permitirá um incremento na produtividade e na vantagem competitiva das empresas. Por outro lado, na perspetiva das entidades formadoras e das instituições de ensino, como referem Inui, Wheeler & Lankford (2006), corroborados por Goh & King (2020, p. 1), citando Kim & Jeong (2018), a preocupação e desafio centra-se na preparação de recursos humanos que conquistem acesso imediato ao mercado de trabalho.

Todavia, como identificado por Cooper (2002), Mei (2017), Smith & Cooper (2000) e Wang & Ryan (2007), a investigação sobre o desenvolvimento e adequação de programas curriculares ainda é limitada. A este respeito Wang & Ryan (2007, p. 30) referindo-se a Airey & Johnson (1999) referem que, o debate existente a este respeito, a uma escala internacional, tem-se focado na dicotomia “estudos centrados na área de negócios”, versus “estudos de natureza sócio cultural”. Numa perspetiva complementar, Inui, Wheeler & Lankford (2006, p. 26), referindo-se a um estudo de Busby & Klug (2001), apontam para a dimensão “vocacional” dos programas curriculares, caracterizados pelo limitado peso de temáticas sociológicas e filosóficas. Semelhante posição é corroborada por Churchward & Riley (2002).

Por outro lado, Cooper (2002) e Tribe (2002) afirmam que, para além da limitação de estudos, regista-se ainda um clima de tensão entre os agentes da indústria turística e a academia, pelo facto de, nem sempre, se encontrar representatividade dos primeiros na definição de prioridades de ação e na criação dos programas educativos ou, pelo facto de estes últimos não representarem, num contexto mais prático e operacional, a realidade das necessidades do mercado de trabalho e, por consequência, da indústria.

Apesar das divergências apontadas, Inui, Wheeler & Lankford (2006) sublinham que, para os estudantes, a conquista no acesso ao mercado de trabalho na sequência da sua atividade de formação é resultado da interdependência entre os agentes do turismo e a academia. Com efeito, o estudo de Busby (2001), sustenta essa mesma realidade, afirmando que, o impacto e importância da ação dos agentes envolventes no desenvolvimento dos programas curriculares permite caminhar ao encontro das necessidades de natureza “vocacional”, mas também “intelectual”, das quais resultam aprendizagens e experiências práticas na área.

Neste cenário, poder-se-á concluir que, a busca por um equilíbrio funcional, deverá passar pela procura de:

1. uma maior proximidade entre a realidade operacional do turismo, as suas necessidades de natureza técnica, funcional e o conjunto de competências que deverão ser adquiridas por aqueles que se formam na área;
2. uma mais objetiva e profícua relação entre os agentes operacionais e a academia que, em última instância, beneficiam mutuamente de melhores resultados operacionais.

2. O ensino, o turismo e os desafios num cenário pós-COVID19

Da pandemia COVID 19 e dos seus efeitos no turismo resultam, hoje, inúmeros artigos mas, são poucos aqueles que relacionam o evento e o seu impacto no processo educacional a uma escala mais profunda (Edelheim, 2020; Tiwari, Séraphin & Chowdhary, 2020). A este respeito, como nos referem Benjamin, Dillette & Alderman (2020), talvez este seja um tempo de mudança, um tempo de revisão das abordagens clássicas, para algo que os autores defendem como “pedagogia critica para a transformação”. Segundo os autores, hoje, deverá ser missão dos educadores promover um processo de “desaprendizagem” dos modelos normais (aqui entendidos como

tradicionais) do turismo e compreender o fenómeno turístico como uma força de natureza social que permite gerar impactos favoráveis e justos. Assim, é defendido que os programas curriculares devem ser revistos, incentivando estratégias que promovam debates, estudos de caso e em comunidade, por forma a desconstruir os modelos préestabelecidos.

Para Edelheim (2020), a formação deve ser orientada com base numa realidade existente devendo, por isso, seguir uma linha de práticas de sucesso. Em todo o caso, o autor considera que as práticas de transformação no ensino, particularmente no ensino superior, não são usuais ou a norma. Este, considera que o ensino superior, na atualidade, resulta enquanto uma forma de extensão do ensino secundário e da meritocracia social, sustentada pela perseguição de estatísticas, métricas e rankings, em oposição ao princípio de potencialização de indivíduos que contribuam, por força da sua capacidade, para a transformação. Por outro lado, refere, citando:

“Education, both generally and more specifically tied to tourism higher education, requires a stronger awareness of lived values and aspirational values to transform how education is carried out. These include, for example, an emphasis on wellbeing indicators over revenue and tourist arrival numbers. All humans act and plan for their futures according to their lived values, but such values are hardly ever overtly acknowledged in research or in daily parlance.” (Edelheim, 2020, p. 547)

Daqui resulta uma perspetiva mais holística e humana, no que concerne à própria experiência e existência do indivíduo, representando, igualmente, o que deve ser a transformação do turismo e da própria educação no turismo, daí que, o autor, considere que a axiologia e o estudos dos valores, no caso os valores vividos e os valores aspiracionais, sejam temáticas centrais na educação em turismo.

Numa perspetiva mais direcionada ao domínio prático, Tiwari, Séraphin & Chowdhary (2020) propõem que a abordagem por parte dos educadores deverá passar pela sua adaptação, tornando possível que estes possam desenvolver os seus cursos em diversas modalidades formativas e com base em duas lógicas temporais:

1. aplicar estratégias de curto e médio prazo que permitam dar resposta no imediato às necessidades resultantes do impacto do COVID 19, a que os autores chamam de inovação incremental;
2. a médio e longo prazo, desenvolver estratégias que permitam antever as necessidades formativas enquadradas nos requisitos do mercado, gerando

a partir daqui um programa curricular atualizado e que vá ao encontro das necessidades da comunidade educativa e do mercado de trabalho, a que os autores chamam de inovação radical.

No seu estudo Tiwari, Séraphin & Chowdhary (2020) refletem três domínios que deverão ser introduzidos na aprendizagem e conquistados pelos alunos no sentido de enfrentar os desafios educativos impostos pela pandemia:

1. criatividade e inovação no ambiente digital, que se refere ao conhecimento e literacia digital;
2. revisão do programa curricular, no que diz respeito à introdução de temáticas como a segurança, saúde, gestão de crises e de risco);
3. competências vocacionais (vulgo “skills”), nomeadamente as que se relacionam com comunicação e capacidade de interação, línguas estrangeiras, pensamento crítico, criatividade e capacidades ao nível do conhecimento informático.

Por outro lado, refere como mudanças radicais introduzidas pelo COVID 19:

1. a necessidade de adaptação ao mundo *online*, ao ensino *online* e a distância, advogando a implementação de soluções como *blended teaching* (aulas presenciais com recursos a ferramentas *online*) ou gamificação para fins educativos;
2. a limitação de uma lógica de interdisciplinariedade e de aplicação em sessões práticas no espaço virtual;
3. o desânimo e desinteresse que se geram nos alunos, fruto do contexto e da limitação dos recursos;
4. outras limitações de natureza logística, particularmente relacionadas com acesso a equipamentos e rede informática correspondente às necessidades.

Não menos importante é a referência à resultante do estudo no que concerne à reinvenção da educação em turismo, sendo destacados neste campo:

1. a necessidade de apoio governamental em termos de financiamento de projetos, nomeadamente na promoção de investigação ética;
2. a necessidade de estabelecimento efetivo de relações entre *stakeholders*, particularmente a academia, indústria e governos, ainda que, como referem os inquiridos, seja complexo identificar quais as competências vitais num conjunto de áreas tão vasto e dinâmico;

3. a necessidade de ouvir e absorver do mercado e dos profissionais conhecimento válido para a definição de programas educativos, permitindo uma melhor integração entre os domínios prático e teórico.

Noutra perspetiva o artigo de Qiu, Li & Li (2020), oferece uma descrição do plano implementado pela Universidade de Nankai no sentido de lidar com os constrangimentos da pandemia. Ainda que referidas na revisão da literatura soluções como simulações 3D em mundos virtuais, realidade virtual via *Second Life* e aplicativos de Inteligência Artificial de robots educativos de assistência à aprendizagem, o foco da estratégia assentou no desenvolvimento de um plano de ensino *online* baseado em três abordagens:

1. adaptação de cursos na modalidade SPOC (small private *online* course; trata-se de um conceito criado pelo Prof. Armand Fox, da Universidade da Califórnia, Berkeley e que resulta em termos concetuais, oposto aos MOOC). O conceito de SPOC baseia-se na preparação de formação em formato de curso privado *online* assíncrono e em *blended learning*;
2. transmissão ao vivo, por difusão de video, texto e voz síncrono/em tempo real;
3. uso de recursos MOOC (massive open *online* courses; conceito de formação aberto baseado na disponibilização de conteúdos educativos nos mais diversos suportes video, audio, texto ou outros e que recorre a redes sociais ou aplicações de fórum e chat para promover a interação entre os participantes), no sentido de permitir interação e discussão entre os participantes.

No sentido de permitir a coerência da aplicação do plano foi dada:

1. preparação aos docentes a respeito das ferramentas tecnológicas de base, sobre software auxiliar e consequente ajuste das metodologias de ensino;
2. aos alunos, foram prestadas instruções de acesso e de operação às diversas plataformas;
3. foi desenvolvido um gabinete de assistência técnica para ambos intervenientes.

Com o objetivo de auditar a qualidade dos resultados obtidos foi criado um plano dividido em três fases:

1. auto verificação por parte dos docentes;

2. verificação por parte dos coordenadores de departamento;
3. órgão supervisor de ensino e aprendizagem (equivalente ao Conselho Pedagógico).

Desta abordagem resultaram um total de 2070 cursos, sendo que 67% adotaram SPOC, 29% transmissão ao vivo e 4% socorreram-se dos recursos existentes nos MOOC.

Em perspetiva similar a autores anteriormente citados, Ye & Law (2021) consideram que a pandemia de COVID 19 limita a diversidade de cenários de aprendizagem, particularmente pelo facto dos programas curriculares da área serem dependentes de uma necessária aplicação prática.

Em todo o caso, como é referido ter acontecido desde 2003, aquando da pandemia SARS, de menor escala no ocidente, muitas instituições desenvolveram programas com vista à necessária transição do domínio *offline* para *online*. Com efeito, Ye & Law (2021) destacam que essa modalidade apresenta vantagens:

1. em virtude do uso das tecnologias de informação e comunicação, torna-se possível a gravação de conteúdo audiovisual, mantendo um padrão de desempenho regular e que, a médio e longo prazo, se manifesta na redução de custos e de recursos humanos;
2. o ensino *online* pode converter-se num mecanismo de aprendizagem eficiente e com resultados positivos, uma vez que permite uma melhor gestão do tempo e flexibilidade da experiência educativa, claro está, em função do perfil de entrada do aluno e das suas competências. Por outro lado, a aplicação de conteúdos mais interativos e dinâmicos tende a promover o pensamento criativo e crítico.

Não obstante, os autores salientam a existência de barreiras a este processo, particularmente aquelas que resultam:

1. da necessidade de apoio institucional, consubstanciado pelo necessário aporte financeiro para implementação da transformação;
2. da consciencialização e aceitação da mudança e da atitude dos intervenientes para com a tecnologia;
3. da necessidade de garantir a acessibilidade dos recursos tecnológicos aos intervenientes;

4. da má gestão de tempo e atitude de desinteresse ou baixa motivação por parte dos alunos. Acrescem a estas barreiras outras limitações referenciadas e que se referem aos recursos tecnológicos disponíveis e a dificuldades concretas, nomeadamente no controlo de avaliação e de performance de alunos, na distribuição e no peso das tarefas de natureza avaliativa.

Deste modo, é apontada como sugestão o ajuste dos programas curriculares, adotando-se uma lógica mais racional na avaliação, considerando-se uma maior distribuição de trabalhos no tempo e um menor peso em exames finais. Por outro lado, refere-se o incremento de uma lógica de equipas de trabalho, com o objetivo de:

1. dar resposta a situações de emergência e reportar notícias referentes ao desenvolvimento da pandemia;
2. apoiar do ponto de vista técnico, os serviços educativos, no sentido de não serem comprometidas as atividades letivas em virtude de falhas de natureza tecnológica;
3. apoiar os estudantes que se encontrem em ciclos de estágio, em instituições parceiras;
4. apoiar a comunidade escolar e educativa em termos de aconselhamento de natureza psicológica e, se necessário, em termos de suporte financeiro.

Por sua vez, Sobaih, Hasanein & Elnasr (2020) oferecem uma análise que acrescenta valor às recomendações já identificadas, uma vez que os autores apresentam as vantagens e impactos do recurso a *sites de social media* (que se referem a *sites*, aplicações ou plataformas que permitem a interação social, publicação e partilha de conteúdos digitais em diversos formatos), enquanto ferramentas de apoio na relação e comunicação no meio académico.

A alternativa apresentada pelos autores resulta da impossibilidade, do ponto de vista do investimento, de implementação de LMS (learning management systems; que se referem a plataformas de gestão da aprendizagem e de implementação de recursos educativos digitais, permitindo o planeamento, criação, disponibilização e avaliação de conteúdos, síncronos e assíncronos de *e-learning*, aos seus utilizadores).

Com efeito, os autores concluem que o recurso a *social media* tem um impacto positivo na aprendizagem, contribuindo para:

1. agilizar a relação entre docentes e alunos;

2. uma melhoria do desempenho e da experiência;
3. a criação de um ambiente mais focado no trabalho em equipa.

Neste sentido, também é destacado que os diferentes intervenientes manifestam comportamentos distintos no uso das tecnologias, sendo que, os docentes tendem a concentrar o seu foco em objetivos de aprendizagem e, os alunos, somam a esse objetivo o estabelecimento de ambientes de proximidade com outros alunos, em sentido comunitário. Por outro lado, nos inquéritos e entrevistas realizadas no estudo aos docentes, são identificadas um conjunto de barreiras:

1. a manifestação do “fosso digital”, referindo-se ao processo de diferenciação entre os indivíduos que têm acesso a recursos digitais de outros que não dispõem dessa possibilidade;
2. preocupação com questões de segurança e de separação de ambientes pessoais (íntimos) e profissionais;
3. perda de controlo sobre conteúdos e de monitorização;
4. falta de apoio técnico e institucional;
5. a aceitação para a mudança e integração das tecnologias no processo educativo.

Resulta particularmente significativo o trajeto evidenciado pelos autores e que, demonstra o peso de efeito surpresa e da ausência de um plano pré-estabelecido, para situações de crise. Em primeiro lugar, a tomada de decisão de interrupção de aulas presenciais foi comunicada aos docentes, sem que tivessem sido estabelecidos meios de comunicação de uso comum:

“(...) they received a call from their institution leadership to connect with their students online as a response to COVID-19 and the stopping of traditional face-to-face learning. Interestingly, all faculty members stated that they were flexible to choose the most convenient free tool for online communication with their students. All interviewed faculty members also agreed that the call did not include a specific type of online tool or social media. With limited support from institutions, faculty members started their self-learning about online platform usage.” (Sobaih, Hasanein & Elnasr, 2020, p. 8)

Nesta sequência, e tendo adotado meios em função de critérios pessoais, os docentes perceberam que não lhes era possível estabelecer contacto com os alunos sem

recurso a *social media* (no caso em estudo, com forte prevalência para o *Facebook*, *WhatsApp* e *YouTube*). Desta forma, desenvolveram grupos formais fechados e atribuíram funções a um aluno “administrador”, tendo como missão ajudar a migrar todos os restantes alunos para o grupo criado. Seguidamente os docentes passaram a disponibilizar conteúdos em *powerpoint*, por vezes com gravação de áudio anexa, documentos em formato escrito e aulas síncronas, pelas redes de *social media*. Da experiência resultou, ainda, como opiniões negativas dos docentes que, os alunos, têm um conhecimento limitado de plataformas como o *Zoom* e o *Google Classroom* e que, o *social media*, trouxe um acréscimo de *stress*, na medida em que os alunos requeriam, com extrema regularidade, o apoio dos docentes.

Sendo clara a contribuição do *social media* e o exemplo de adaptação anteriormente apresentado, fica também expressa a dificuldade de aplicação de um plano concertado e uma ação em conjunto, por parte das instituições visadas, que envolva todos os intervenientes numa estratégia única, com recursos definidos e centralizados.

Em Portugal o cenário não foi distinto. A 27 de março de 2020, seria disponibilizado o “Roteiro 8 Princípios Orientadores para a Implementação do Ensino a Distância (E@D) nas Escolas”. Tal documento visa estabelecer um “(...) instrumento de apoio às Escolas, na conceção da melhor estratégia e Plano de Ensino a Distância (E@D), tendo em conta a sua realidade e o curto espaço de tempo de que dispõem.” (DGE, 2020, p. 1). No sentido de dar resposta às necessidades, o roteiro evidencia os seguintes princípios:

1. mobilizar para a mudança;
2. comunicar em rede;
3. decidir o modelo de ensino a distância;
4. colaborar e articular (entre docentes);
5. metodologias de ensino;
6. selecionar os meios tecnológicos de ensino a distância;
7. cuidar da comunidade escolar;
8. acompanhar e monitorizar.

Neste cenário, como referem Flores & Gago (2020), o documento em questão delega nas escolas a definição da estratégia de ensino a distância, ainda que num cenário

impar e, espera-se, limitado no tempo. Deste modo, coube de forma independente, a cada unidade de ensino, a determinação da agenda de sessões síncronas e assíncronas, maioritariamente conduzidas por aplicações como o *Google Meet*, *Microsoft Teams*, *Skype* e *Zoom*. Os resultados da implementação do estudo conduzido por Flores, Machado & Alves (2020), citados em Flores & Gago (2020), demonstram que os docentes não conseguiram manter um ritmo usual de interação com dois estudantes por turma, em virtude da limitação de recursos, equipamentos, tempo, do próprio envolvimento dos alunos e da falta de apoio dos encarregados de educação.

De acordo com Flores & Gago (2020) acresce à análise que, do lado dos docentes, se registou um aumento das tarefas a desenvolver e uma dependência de uso dos seus equipamentos pessoais. Para além do necessário planeamento e adaptação de recursos, revela-se difícil a criação de cenários que permitam uma favorável articulação entre os domínios teóricos e práticos.

Paralelamente à divulgação do roteiro, foi lançado, com o apoio da Universidade Aberta, o curso para Docência Digital em Rede, tendo em vista a prestação de formação em educação a distância, a docentes do ensino não superior (Moreira, Henriques & Barros, 2020). O curso em questão centrou-se no estudo das potencialidades do uso das tecnologias em educação e do necessário processo de transformação e adaptação à realidade do ensino a distância.

Com efeito, o cenário português reflete tanto mais um “ensino remoto de emergência” do que um plano de educação a distância, citando:

“(…) Mas ninguém, nem mesmo os professores que já adotavam ambientes online nas suas práticas, imaginava que seria necessária uma mudança tão rápida e emergencial, de forma quase obrigatória, devido à expansão do coronavírus. Na realidade, com a chegada abrupta do vírus, as instituições educativas e os professores foram forçados a adotar práticas de ensino a distância, práticas de ensino remoto de emergência, muito diferentes das práticas de uma educação digital em rede de qualidade.” (Moreira, Henriques & Barros, 2020, p. 351).

De acordo com os autores, o uso que tem sido dado a tecnologias como o *Zoom*, *Skype* e *Google Hangout*, ou plataformas como o *Microsoft Teams*, *Google Classroom* e *Moodle*, é apenas com vista à resolução de um problema operacional, que não se reveste de enquadramento metodológico, persistindo numa linha de ensino expositivo, que não promove um clima de educação digital em rede.

É, por isso, imperativo um processo de transição para um verdadeiro ambiente *online*, consubstanciado por um necessário *design* instrucional, que envolve dos agentes responsáveis, um processo de planeamento, recolha e seleção de recursos educativos, para produção de atividades, com foco nos reais objetivos dos educadores, dos alunos, dos agentes públicos e privados que apoiam e sustentam o ambiente educativo e, naturalmente, com total prioridade no mercado de trabalho.

Em suma, remetendo-nos à revisão de literatura efetuada, resultam duas tendências de estudos que abordam a transformação no cenário pós-COVID 19:

1. um primeiro grupo de autores advoga uma transformação mais profunda e que vai além dos processos e metodologias de ensino, defendendo que a educação em turismo carece de um processo de desconstrução dos modelos tradicionais, necessitando, para isso, da participação de indivíduos preparados e motivados para refletir sobre a transformação;
2. um segundo grupo que procura evidenciar, com base nos levantamentos e estudos de caso referidos, a utilização de soluções como o *blended learning*, gamificação, ou os conceitos SPOC, MOOC ou mesmo recurso a *social media*, que se apresentam resilientes face às transformações a que assistimos, sendo apresentadas, igualmente e nesse contexto, estratégias e linhas de ação que se referem ao investimento em capital humano, logístico e tecnológico, em resposta ao cenário apresentado.

Por fim, evidenciam-se os desafios do panorama nacional, através da transição do modelo clássico de ensino para o modelo de ensino remoto de emergência e, deste, para um verdadeiro modelo de ensino a distância.

3. Reflexão final

Apesar de, no momento presente, o cenário da pandemia registar melhorias, ainda nos encontrarmos sob o seu domínio. O foco, legitimamente considerado, porque falamos de saúde pública, tem sido concentrado na recuperação dos afetados, na procura pela libertação do peso centrado nos serviços de saúde e, mais recentemente, no lançamento de objetivos de vacinação a curto, médio e longo prazo.

Deste modo, as recentes previsões de melhoria são momentos de contida alegria, mas deverão ser mais do que isso. Reportando-nos à atividade turística, tal cenário

remete-nos para a necessária planificação da próxima época alta e reabertura, em pleno, de todo um setor ferido, desorganizado, desmotivado e com significativas perdas económicas, sociais e afetivas. Refira-se que, além dos poucos apoios anunciados pelo atual governo, não parecem, pelo menos espeditamente, ter resultado uma clara aposta na valorização ou qualificação profissional.

Este momento de interrupção, que poderia ter servido para alinhar estratégias, ouvir os parceiros do setor, planear o futuro do turismo e, planear e organizar a formação de alunos, técnicos, especialistas, professores e outros para o “turismo do Futuro”, pouco mais tem servido do que, aparentemente, um enorme intervalo entre o mesmo.

A ideia de “repensar” o turismo não é recente, tendo sido das primeiras a destacar-se nas longas dissertações a que assistimos *online*, nas plataformas de webinars e outras entrevistas dedicadas ao tema. No entanto, aparentemente, a palavra “retoma” rapidamente superou esta primeira, aquando de anúncios de programas de apoio.

Este “repensar” do turismo acabaria por assumir múltiplas facetas. Para uns autores significava uma mudança no paradigma das motivações turísticas, por outras palavras, o desvanecer de um turismo massificado e de sol e mar para um turismo muito mais próximo dos recursos naturais, da ruralidade, de benefícios psicológicos e físicos como a tranquilidade e da própria busca pela sustentabilidade. Para outros, seria o fim “da praga dos tuk-tuk”, ou o fim das intermináveis filas em rota direta às praias do Algarve.

Todavia, o desafio lançado por Benjamin, Dillette & Alderman (2020), que nos fala da necessária transformação crítica do turismo, assente na equidade e na justiça, e sobretudo, no compromisso, ficou para trás, sendo certo que nenhum setor promove mais a equidade, do que o setor da educação. É, assim, fundamental retomar esse pensamento e que, do lado da academia, dos agentes públicos e privados, se possa promover, efetivamente, um crescimento mais dinâmico, apoiado por um quadro ético mais vasto e com foco equitativo como nos referem os autores acima referidos.

Deste modo e atendendo à reflexão apresentada, justifica-se a necessidade de reavaliar o atual posicionamento e as escolhas tomadas, trabalhando na conceção de programas de estudos, independentemente do seu grau académico, que vão ao encontro das necessidades do mercado, que o ouçam e que possam atuar, junto deste, facilitando as competências e valências dos indivíduos que se formam nas áreas de estudo e, preparando tecnicamente esses recursos humanos, em consonância com a realidade do mundo em que vivemos. Assim, a educação em turismo deverá

permitir ao estudante uma autonomia funcional e um conjunto de ferramentas que permitam um processo de autoatualização, devendo esse programa ser dotado de estratégias e meios que permitam, no que diz respeito aos próprios programas, uma mais ágil atualização de referenciais, em função da evolução do mercado turístico e do mundo globalizado.

Num tempo em que restam mais dúvidas do que certezas, parece que as medidas tomadas a longo prazo se tornam fúteis, ou mesmo egoístas, pelos tardios resultados. Contudo, são elas o motor que nos dá a esperança de um futuro inspirador, sustentável, justo e Humano.

Referências

- Airey, D., & Johnson, S. (1999). The content of tourism degree courses in the UK. *Tourism Management*, 20(2), 229-235.
- Benjamin, S., Dillette, A., & Alderman, D. H. (2020). “We can’t return to normal”: committing to tourism equity in the post-pandemic age. *Tourism Geographies*, 22(3), 476-483.
- Busby, G. (2001). Vocationalism in Higher Level Tourism Courses: the British perspective. *Journal of Further and Higher Education*, 25(1), 29-43.
- Busby, G. & Klug, J. (2001). Movie-induced tourism: the challenge of measurement and other issues, *Journal of Vacation Marketing*, 7 (4) 316-332.
- Churchward, J. & Riley, M. (2002). Tourism Occupations and Education: An Exploration Study. *International Journal of Tourism Research*, 4, 77-86.
- Cooper, C. (2002). Curriculum planning for tourism education: From theory to practice. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 2(1), 19-39.
- Cunha, L. (2013). Economia e Política do turismo (3ª edição). Lisboa: Lidel.
- DGE. (2020). ROTEIRO - 8 Princípios Orientadores para a Implementação do Ensino a Distância (E@D) nas Escolas. Lisboa: Direção Geral de Educação - Ministério da Educação. Disponível em <https://www.dge.mec.pt/noticias/roteiro-8-principiosorientadores-para-implementacao-do-ensino-distancia-ed-nas-escolas>
- Edelheim, J. (2020). How should tourism education values be transformed after 2020?. *Tourism Geographies*, 22(3), 547-554.
- Fidgeon, P. (2010). Tourism education and curriculum design: A time for consolidation and review? *Tourism Management*, 31(6), 699-723.

- Flores, M., & Gago, M. (2020). Teacher education in times of COVID-19 pandemic in Portugal: national, institutional and pedagogical responses. *Journal of Education for Teaching*, 46(4), 507-516.
- Flores, M., Machado, E. & Alves, P. (2020). Ensino e Avaliação a Distância Em Tempos De COVID-19 Nos Ensinos Básico E Secundário Em Portugal. Webinar, July 3. Disponível em https://ciecum.files.wordpress.com/2020/07/resultados-doestudo_versc3a3ofinal_pc393s-sessc383o.pdf
- Goh, E., & King, B. (2020). Four decades (1980-2020) of hospitality and tourism higher education in Australia: Developments and future prospects. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 32(4), 266-272.
- Inui, Y., Wheeler, D., & Lankford, S. (2006). Rethinking tourism education: What should schools teach. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*, 5(2), 25-35.
- Kim, H., & Jeong, M. (2018). Research on hospitality and tourism education: Now and future. *Tourism Management Perspectives*, 25, 119-122.
- Mei, X. Y. (2017). Gaps in tourism education and workforce needs: attracting and educating the right people. *Current Issues in Tourism*, 1-5.
- Moreira, J. A., Henriques, S., & Barros, D. M. V. (2020). Transitando de um ensino remoto emergencial para uma educação digital em rede, em tempos de pandemia. *Dialogia*, 351-364.
- Qiu, H., Li, Q., & Li, C. (2020). How technology facilitates tourism education in COVID19: Case study of Nankai University. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 100288.
- Sheldon, P. J., Fesenmaier, D. R., & Tribe, J. (2011). The Tourism Education Futures Initiative (TEFI): Activating Change in Tourism Education. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 11(1), 2-23.
- Smith, G., & Cooper, C. (2000). Competitive approaches to tourism and hospitality curriculum design. *Journal of Travel Research*, 39(1), 90-95.
- Sobaih, A. E. E., Hasanein, A. M., & Abu Elnasr, A. E. (2020). Responses to COVID-19 in higher education: Social media usage for sustaining formal academic communication in developing countries. *Sustainability*, 12(16), 6520.
- Tiwari, P., Séraphin, H., & Chowdhary, N. R. (2020). Impacts of COVID-19 on tourism education: analysis and perspectives. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 1-26.
- Tribe, J. (2002). The Philosophic Practitioner. *Annals of Tourism Research*, Vol. 29(2), 338-357.
- Wang, Z. & Ryan, C. (2007). Tourism Curriculum in the University Sector: Does it Meet Future Requirements? Evidence from Australia, *Tourism Recreation Research*, 32:2, 2940.
- Ye, H., & Law, R. (2021). Impact of COVID-19 on hospitality and tourism education: a case study of Hong Kong. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 1-9.

*Restitution of cultural objects
Impact on cultural tourism development before
and during the Covid-19 pandemic*

Elena Makeeva

Master DYCLAM+ 2019-2021

elena.makeeva@gmail.com

Abstract

In the present article, the restitution of cultural objects by the North to the South is examined from legal and economic points of view. The key question is how it influences the development of cultural tourism in Southern countries. Besides, considering the current pandemic as well as some impediments to the restitution, special emphasis is placed on analyzing advantages and disadvantages of fostering virtual cultural tourism.

Resumo

No presente artigo, a restituição de bens culturais do Norte para o Sul é abordada dos pontos de vista jurídico e econômico. A questão principal é como esta influencia o desenvolvimento do turismo cultural nos países do Sul. Além disso, considerando a pandemia atual, assim como alguns impedimentos à restituição, uma ênfase especial é colocada na análise das vantagens e desvantagens do fomento do turismo cultural virtual.

Keywords

Restitution, cultural objects, cultural tourism, COVID-19, pandemic.

Palavras-chave

Restituição, objetos culturais, turismo cultural, COVID-19, pandemia.

Introduction

Being conventionally divided by the Brandt Line, the contemporary world is characterized by a substantial disparity between the levels of economic development in the North and in the South. Historically the North possesses most of the world's wealth, while many people in the South face precarious living conditions. At the turn of the XX and the XXI centuries, the rise of globalization only exacerbated this inequality. As argued by **B. Milanovic** (born in 1953), an equitable distribution of profits generated by globalization will never be achieved (Milanovic, 2017). At the same time, the international community constantly takes measures to reduce the existing imbalances. For example, in 2000, combatting poverty in countries on the path of development was proclaimed by the then Secretary-General of the United Nations (UN) **K. Annan** (1938-2018) one of the UN's priorities in the new millennium. In 2019, the Sveriges Riksbank Prize in Economic Sciences in Memory of Alfred Nobel was awarded to **A. Banerjee** (born in 1961), **E. Duflo** (born in 1972), and **M. Kremer** (born in 1964) for their experimental studies on alleviating the global poverty. In 2020, the **World Food Programme** received the Nobel Peace Prize for its humanitarian initiatives devoted to providing food security and fighting against hunger throughout the planet.

A strong asymmetry also concerns the geographical distribution of the internationally labeled cultural heritage sites. In particular, when in 1978 they started to draw up the List of UNESCO World Heritage Sites, immediately there appeared a bias in favor of Europe and the United States of America (U.S.) (Amendoeira, 2012). As a result, in 1994, the Global Strategy for a Representative, Balanced and Credible World Heritage List was launched (Ibidem). A country's presence in the List influences its touristic attractiveness, although this relationship has not been confirmed statistically (Gravari-Barbas et al., 2012). Nevertheless, it is a kind of a signal to those travelers who find it difficult to sort their own preferences (Ibidem). Besides, the choice of European and North American destinations (60 % of all international trips, according to the 2011 data) can be explained by a more developed infrastructure, better sanitary conditions, food and political security (Duterme, 2011).

The articulated problem is complemented by significant cultural losses suffered by the South during the colonial period, the up-to-date dominance of imposed patterns of thought and behavior in former colonies (Latouche, 2005), and, moreover, the general uniformization of cultures worldwide due to globalization. Speaking about

cultural losses, I remember encountering the book by the Nobel Prize-winning writer **H. K. Laxness** (1902-1998) titled *Iceland's Bell (La Cloche d'Islande)* while strolling once in September 2020 between the shelves of the Jean Monnet University Library in Saint-Étienne. Not being, unfortunately, quite familiar with the Icelandic literature, I started to look through the summary and immediately got struck by the beginning of the story. A poor peasant slays a royal envoy from Denmark for the latter trying to take away and melt down for cannons the national independence symbol – the old bell of Thingvellir. That particular episode not only contributed to my personal reading list, but also made me think about a broad range of problems that exist nowadays over the restitution of cultural objects to their countries of origin.

As evidenced by the 2018 report prepared by the Senegalese economist **F. Sarr** (born in 1972) and the French art historian **B. Savoy** (born in 1972), in French public museum collections there are at least 88 000 cultural objects from sub-Saharan Africa (Sarr & Savoy, 2018). In turn, according to the 2020 UNESCO estimations, there are 95 000 museums in the world “with 65 % of them located in North America and Western Europe, 34 % in Eastern Europe, Latin America and the Asia-Pacific states, but only 0,9 % in Africa and 0,5 % in the Arab States region” (UNESCO, 2020, p. 5). The biggest number of museums is situated in:

- Germany, Japan, Russia, U.S. (more than 5 000 per country);
- France, Brazil, Italy, United Kingdom (UK), Canada (from 2 001 to 5 000 per country);
- Spain, Mexico, Poland, Switzerland, Republic of Korea, China, Argentina (from 1 001 to 2 000 per country);
- Australia, Belgium, Hungary, Austria, Netherlands, Iran, Norway, Georgia, Ukraine (from 501 to 1 000 in each country) (Idem, p. 9).

Perhaps the goals of restoring historical justice as well as of boosting cultural tourism in the South could be achieved through the restitution of cultural objects that are currently kept by Northern institutions. Let us study this issue in greater detail.

Restitution of Cultural Objects: Legal Basis

Many cultural objects had been taken away from the South before the system of their international legal protection emerged. In particular, the UNESCO *Convention on the Means of Prohibiting and Preventing the Illicit Import, Export and Transfer of Ownership of Cultural Property* dates back by 1970, the Council of Europe *European Convention on Offences relating to Cultural Property* (didn't enter in force) by 1985, the UNIDROIT *Convention on Stolen or Illegally Exported Cultural Objects* by 1995. These legal documents are not retroactive, which hinders their application while presenting restitution claims. At the same time, the acts of colonizers or of other conquerors of previous historical epochs at the moment of their committing were not considered crimes, although for sure they were condemned by a part of society.

As a consequence, the restitution often has the nature of goodwill gestures of Septentrional states. So far in the world practice there have not been many cases of restitution. It is also important to mention the barriers created by some national legislations. For example, in France public museum collections are inalienable and imprescriptible (Mairesse & Rochelandet, 2015). Notwithstanding, this principle is frequently called into question by economists who believe that granting to museums more independency in managing their pieces would bring them additional incomes or other benefits (e.g., saved expenses on further inventories) (Ibidem).

By contrast, in Anglo-Saxon countries museums have more flexibility administering their holdings. For instance, in October 2020, the Royal College of Physicians in London announced a plan to sell a part of its rare books collection in order to improve its financial situation (Faraday, 2020). Nevertheless, it is not a sufficient condition for the implementation of restitution acts. An illustrative example is the position of the British Museum whose representatives, willing apparently to avoid the return of the Parthenon Marbles to Greece, proclaimed cultural objects to be global public goods that create positive externalities for all the humanity and thus do not have specific geographic reference in terms of exhibiting (Merryman, 1986; Benhamou, 2012; Winter, 2015). According to the U.S. art law scholar **J. H. Merryman** (1920-2015), such approach derives from the *1954 Hague Convention for the Protection of Cultural Property in the Event of Armed Conflict*. The author characterized it as “cultural internationalism” and opposed it to the so-called “cultural nationalism” reflected in the UNESCO 1970 *Convention on the Means of Prohibiting and Preventing the Illicit Import, Export and Transfer of Ownership of Cultural Property* (Merryman, 1986, pp. 836, 842, 843, 846).

However, nowadays the provenance research is complicated by constant changes in the world order that have taken place since ancient times (including the disappearance of kingdoms in Africa and pre-Columbian civilizations in the Americas) as well as by ethnic and confessional dynamics on different continents. As for the concept of cultural internationalism, presumably it has its weaknesses too. In particular, it seems that cultural objects cannot be treated as global public goods because they are not, economically speaking, non-excludable neither non-rivalrous, given territorial remoteness of museums and other cultural heritage sites from a part of potential visitors, visa restrictions, high cost of traveling, queues to exhibitions.

Further some economic implications of the restitution will be considered.

Economic Implications of The Restitution: Developing Cultural Tourism

The economic effect of the restitution is associated with the development of cultural tourism. Despite a serious decrease in international tourist flows in 2020 due to the COVID-19 pandemic, maybe in the medium and long term the number of tourists traveling abroad will continue to grow globally. During the period from 1950 to 2007, it increased 36 times (from 25 to 900 million people) (Girard, 2011), despite economic crises, terrorist threats, armed conflicts, and disease outbreaks. Only in Europe the “attendance at museums, historical monuments and archaeological sites has doubled between 1977 and 1997 (European Commission, 1998)” (Richards, 2003).

Besides, as evidenced by the United Nations World Tourism Organization (UNWTO) data, in 1995 cultural tourism accounted for about 37 % of the world tourist flow, or 199 million people, and in 2004 40 %, or 305 million people (Pereiro Pérez, 2013), although in the absence of a unique definition of cultural tourism these figures are conditional. In particular, it is debatable which touristic activities can be considered properly “cultural”. Do they cover sporadic visits of cultural institutions and attractions without any special motivation or interest in cultural issues? Or is it crucial for a tourist to be truly inspired by culture to fall in this category, i.e., to consume culture constantly, not only on holidays, but also in everyday life? (Richards, 2003).

Anyway, cultural tourism has many positive economic consequences thanks to the so-called multiplier effect. It helps create new employment opportunities in the tourist industry as well as in the related fields, develop national crafts, build and maintain touristic infrastructure, redecorate the urban / rural environment and

therefore deter an eventual exodus of population to more prosperous regions. It also diversifies exports of host countries, brings them hard currency, and a priori improves their labor force and human capital quality by encouraging people to study languages, read much in order to prepare excursions, hang out with foreigners, and, as a result, to become more open-minded and tolerant.

In contrast with other types of tourism that proliferate nowadays and deal with, for example, technological disasters, poverty (favelas, bidonvilles walking tours), theatres of military operations, space, role-playing as prisoners, homeless or kidnapped, etc., cultural tourism seems safer and more enlightening, but, at the same time, not less photogenic (today it is perhaps an important characteristic for many travelers (Michel, 2011; Vaetisi, 2018)). For the locals, the popularization of their heritage and its appreciation by overseas visitors must feed the national pride and promote social cohesion (Vernières, 2011), which finally also creates positive externalities for the economy. People begin to feel connected, trust each other more, and reduce the degree of opportunism. Talking about Southern countries, it is also noteworthy that many of them are not so deeply affected by the “demographic winter”, and the presence of young population (under 45-50 years) is an important advantage for tourism development (Pereiro Pérez, 2013).

An illustrative case of a successful multiplier effect launch is the inauguration of branches of the Pompidou Center in Metz (France) in 2010 and of The Louvre in Lens (France) in 2012 as well as of the Guggenheim Museum in Bilbao (Spain) in 1997 (Terrisse, 2010; Benhamou, 2012). Besides, applying for recognizing the historic center of Valparaíso (Chile) as a UNESCO World Heritage Site in 1999 and 2001 also aimed at revitalizing the local economy (Jacquot, 2006). In 2003, the city received this honorary status, which helped it become one of the most important tourist destinations in Chile.

Simultaneously, among the risks of cultural tourism development, one could distinguish: a substantial increase in food, coffee, parking, and real estate prices in the areas that are adjacent to cultural heritage sites and the gentrification phenomenon; a forced displacement of citizens from those areas to set up HoReCa infrastructure there (like, for example, in Guatemala in the early 2000s (Volle, 2011)); tourist industry monopolization by large foreign or domestic agencies to the detriment of indigenous communities (which is already happening in Latin America and, for instance, in the 1970s in Panama even ended in an armed clash between the authorities and the Kuna Indians (Ibidem; Amendoeira, 2012)); conflicts between tourists and the locals.

Back in 1961, the West Indian philosopher **F. Fanon** (1925-1961) warned about the danger of neo-colonialism emerging under the guise of tourism in the Third World countries. In 1962, the British writer **V. Naipaul** (1932-2018) described the development of tourism in the Caribbean as a “new form of slavery” (as cited in Michel, 2011, pp. 175-176). In 2011, the French social entrepreneur **T. Lecomte** (born in 1973) published a book titled *How I Became More Humane (Comment je suis devenu plus humain)*. The author compared contemporary North American evangelicals arriving in Papua New Guinea and promising the local population material assistance in exchange for converting into their faith with the missionaries from the Age of Discovery (Lecomte, 2011). The so-called “fair tourism” focused on franco-phone states of Africa also bears the imprint of neo-colonialism (Volle, 2011). Let us specify that in the regarded context neo-colonialism is interpreted as the dominance of foreign companies and interests (Pereiro Pérez, 2013). Moreover, a noteworthy observation was made by the scholar from the University of KwaZulu-Natal (South Africa) **S. Marschall**. With reference to the U.S. anthropologist **R. Werbner** (born in 1937), she mentioned “a striking boom in colonial nostalgia” on the African continent nowadays (Marschall, 2008, p. 356) and supposed that it was “appealing especially to heritage tourists from the former colonial powers” (Idem, p. 357).

In view of the above, it is very important to consider the international recommendations and guidelines for developing sustainable tourism. UNWTO defines sustainable tourism as “tourism that takes full account of its current and future economic, social and environmental impacts, addressing the needs of visitors, the industry, the environment and host communities” (UNESCO, 2017), and “The UNESCO World Heritage Centre has an extensive program on sustainable tourism that ensures cooperation and dialogue of the various stakeholders in the interest of protecting natural and cultural assets” (Ibidem).

Despite the statistical data about the global tourist flow trend provided at the beginning of this section, it cannot be ruled out that in the first years after the COVID-19 pandemic, in many countries a “short distance” tourism will prevail. Changing government priorities, mobilizing resources for the needs of health care, pharmaceutical research and education, supporting small and medium-sized business, further development of digital technologies and online platforms – all this will inevitably slow down the construction of new airports, seaports, highways, railways and hotels, which, in turn, will impede massive movements of people. Therefore, when developing cultural tourism, Southern countries should probably focus on

the local population as well as on citizens of neighboring states. In this respect the experience of France is indicative. There exists a remarkable label called *Towns and Lands of Art and History (Villes et pays d'art et d'histoire)*. The settlements that receive this label assume the responsibility not only to host tourists, but also (and above all) to sensitize their own inhabitants about the local architecture and cultural heritage (Auclair, 2010).

Perhaps a part of the problems associated with a certain reluctance of some Northern countries to reconstitute cultural objects to the South along with the need to adapt cultural tourism to the realities of the current pandemic can be solved using digital technologies. In the next section this matter will be examined in more detail.

Steps Towards Digitizing Cultural Tourism During The COVID-19 Pandemic

In 2020, many museums throughout the world switched quickly to the distant online work offering their visitors virtual tours and various events on social media (live broadcasts, interviews, thematic meetings, etc.). Nevertheless, such initiatives did not take place everywhere. In particular, according to the 2020 UNESCO estimations, “in African countries and Small Island Developing States” “only 5% of museums are able to offer online content to their audiences” (UNESCO, 2020, p. 18) due to technical or organizational difficulties. Hence, I tried to draw up a list of formal criteria that would permit to measure and compare the presence of museums and other cultural heritage sites in the virtual reality as well as to evaluate their service quality and help them elaborate strategies of digital expansion. The criteria are the following:

1. Availability of the official website (*yes / no*).
2. Number of mobile applications developed (*at a specified date*) and its dynamics (*over a chosen period*).
3. Number of downloads of these applications (*at a specified date*) and its dynamics (*over a chosen period*).
4. Number of videos on YouTube¹ dedicated to the cultural heritage site (*at a specified date*) and its dynamics (*over a chosen period*).
5. Number of views of these videos (*at a specified date*) and its dynamics (*over a chosen period*).

¹ YouTube was chosen as one of the most popular video-sharing platforms in the world.

6. Availability of the official YouTube channel (*yes / no*).
7. Number of subscribers on YouTube (*at a specified date*) and its dynamics (*over a chosen period*).
8. Participation in the project Google Arts & Culture or in other similar projects (*yes / no*).
9. Availability of pages on social media (e.g., Facebook, Instagram or others) (*yes / no*).
10. Number of followers on social media (*at a specified date*) and its dynamics (*over a chosen period*).
11. Number of posts on social media (*over a chosen period*).
12. Date of the last publication on social media.
13. Number of hashtags used on social media (*at a specified date*) and its dynamics (*over a chosen period*).
14. Presence on TripAdvisor² (*yes / no*).
15. Number of reviews on TripAdvisor (*at a specified date*) and its dynamics (*over a chosen period*).
16. Tonality of these reviews (measured using linguistical tools, e.g., API Repustate).
17. Overall rating on TripAdvisor (from 1 (the lowest) to 5 (the highest)) (*at a specified date*) and its dynamics (*over a chosen period*).

The debate over digitizing cultural heritage is quite active nowadays. Indeed, transferring, for example, industrial heritage into the virtual reality might prove rather difficult, given the corporeality, the physicality of industrial objects and installations, their characteristic smells, noises... On the contrary, linguistic heritage, for instance, is mostly an intangible network-based phenomenon, and its main “carriers” are people. That is why “exhibiting” and promoting languages and dialects through online initiatives seems a more feasible task. Such initiatives may include organizing music festivals, literary salons, speaking clubs as well as digitizing the existing printed materials (books, newspapers, magazines) and spreading them among the interested audience.

² TripAdvisor was chosen as one of the biggest online travel companies in the world.

In my opinion, digitizing culture entails the following positive effects. Firstly, it creates an accessible cultural environment for people with reduced mobility, people living in remote places or underprivileged groups that do not have the possibility to engage in cultural tourism even within their localities. The only expenditure items in this case are linked to purchasing hardware (a computer or a mobile device) and paying Internet connection. However, from many points of view, including the gender-based (UNESCO, 2020) and the geographical ones, the access to technologies is very uneven worldwide today. Below in table 1 some data about spreading Internet in Russia in 2016-2019 are presented for reference. We can see that the rate of Internet penetration in rural area is lower than in urban area.

Table 1. Households with the Internet Access in Russia in 2016-2019, % of total number of households (Rosstat, 2019; Rosstat, 2020)

Indicator	2016	2017	2018	2019
Households with the Internet access	74,8	76,3	76,6	76,9
<i>including broadband Internet access</i>	70,7	72,6	73,2	73,6
<i>including in urban area</i>	78,5	79,5	79,7	79,9
<i>including in rural area</i>	63,6	66,5	67,1	67,7
Households accessed the Internet from:				
desktop computers	42,4	40,6	39,9	36,8
portable personal computers (laptops, netbooks, etc.)	39,1	40,6	39,3	38,5
tablet computers	24,5	26,8	25,6	23,3
other mobile devices (mobile phones or smartphones, eBook readers, etc.)	48,9	56,0	61,9	66,0

Secondly, during the COVID-19 pandemic in the conditions of confinement, enjoying culture in the comfort of home might contribute towards reducing panic and fear among population. By the way, studying the role of cultural heritage and aesthetic factors in fostering human happiness and wellbeing during various periods of turbulence, including economic and epidemic crises, natural and technogenic catastrophes, seems an interesting and important field of research.

Thirdly and finally, preparing high accuracy electronic replicas for both two- and three-dimensional cultural objects could stimulate the restitution process by mitigating the risk of Northern museum collections impoverishment. It is beyond doubt that this issue requires a profound legal and art expertise and, if put into action, will fundamentally transform the existing exhibition practice. As argued by the art critic, media theorist, and philosopher **B. E. Groys** (born in 1947), «the digitalized image becomes even more infected with non-identity <...> which means that supplementary curing of the image – its curating – becomes unavoidable» (Groys, 2012, p. 86). According to another expert, the art historian **I. A. Antonova** (1922-2020), “reproduction is flawed, it does not even reproduce the size <...> there is a huge difference between a copy and the authentic work”³ (Antonova, 2019).

Conclusion

In conclusion I would like to underline that the restitution of cultural objects could be a grand gesture in favor of reconciliation, solidarity and cooperation between the North and the South, which takes on additional importance nowadays considering the COVID-19 pandemic and other new global challenges. Simultaneously, a reasonable use of benefits accruing from digitalization presumably can contribute towards reaching compromises by the states over the restitution and also help reorient cultural tourism, at least partly, to the virtual reality.

Bibliography

Printed publications

Amendoeira, A. P. (2012) *Patrimoine Mondiale et Tourisme: Autre Praxis, Autre Paradigme* in Bourdeau, L., Gravari-Barbas, M., & Robinson, M. (Eds.) *Tourisme et Patrimoine Mondial*. Québec: Presses de l'Université Laval, pp. 199-216.

Auclair, É. (2010) *Développement culturel, développement durable. Vers une plus grande démocratie locale?* in Fournier, L. S., Bernié-Boissard, C., Crozat, D., & Chastagner, C. (Eds.) *Développement culturel et territoires*. Paris: L'Harmattan, pp. 49-67.

³ The author's translation. The original quote in Russian is the following: “Репродукция ущербна, она не воспроизводит даже размера <...> есть огромная разница между копией и подлинным произведением” (Antonova, 2019).

Benhamou, F. (2012) *Économie du patrimoine culturel*. Paris: Éditions La Découverte, 128 p.

Duterme, B. (2011) *Mondialisation du tourisme: un festin partagé?* in Furt, J.-M., & Michel, F. (Eds.) *Tourismes, patrimoines et mondialisations*. Paris: L'Harmattan, pp. 381-391.

Girard, A. (2011) *Quelle signification attribuer à la mondialisation des pratiques touristiques?* in Furt, J.-M., & Michel, F. (Eds.) *Tourismes, patrimoines et mondialisations*. Paris: L'Harmattan, pp. 351-367.

Gravari-Barbas, M., Bourdeau, L., & Robinson, M. (2012) *Introduction* in Bourdeau, L., Gravari-Barbas, M., & Robinson, M. (Eds.) *Tourisme et Patrimoine Mondial*. Québec: Presses de l'Université Laval, pp. 1-15.

Groys, B. (2008) *Art Power*. Cambridge (MA): The MIT Press, 200 p.

Jacquot, S. (2006) *La redistribution spatiale du pouvoir autour du patrimoine à Valparaiso (Chili)* in Lombard, J., Mesclier, É., & Velut, S. (Eds.) *La mondialisation côté Sud. Acteurs et territoires*. Paris: IRD Éditions, pp. 389-407.

Latouche, S. (2005) *Décoloniser l'imaginaire*. Lyon: Parangon/Vs, 189 p.

Lecomte, T. (2011) *Comment je suis devenu plus humain...* Paris: Flammarion, 251 p.

Mairesse, F., & Rochelandet, F. (2015) *Économie des arts et de la culture*. Paris: Armand Colin, 271 p.

Marschall, S. (2008) *The Heritage of Post-colonial Societies* in Graham, B., & Howard, P. (Eds.) *The Ashgate Research Companion to Heritage and Identity*. Hampshire (UK), Burlington (USA): Ashgate Publishing, pp. 347-363.

Merryman, J. H. (1986) *Two Ways of Thinking About Cultural Property*. *The American Journal of International Law*. Vol. 40, No. 4, pp. 831-853.

Michel, F. (2011) *Le tourisme international, un nouvel impérialisme?* in Furt, J.-M., & Michel, F. (Eds.) *Tourismes, patrimoines et mondialisations*. Paris: L'Harmattan, pp. 165-203.

Milanovic, B. (2017) *A desigualdade no mundo: uma nova abordagem para a era da globalização*. Coimbra, Lisboa: Actual Editora. 282 p.

Museums Around the World in the Face of COVID-19 (UNESCO Report) (2020). Paris: UNESCO, 31 p.

Pereiro Pérez, X. (2013) *Turismo cultural. Uma visão antropológica*. Maia: Edições ISMAI, 340 p.

Rossiya v tsifrah. 2019: Kratkiy statistichesky sbornik (2019). Moskva: Rosstat, 549 p.

Rossiya v tsifrah. 2020: Kratkiy statistichesky sbornik (2020). Moskva: Rosstat, 550 p.

Terrisse, M. (2010) *La place du développement culturel dans le projet urbain et dans le contexte de compétitivité des territoires* in Fournier, L. S., Bernié-Boissard, C., Crozat, D., & Chastagner, C. (Eds.) *Développement culturel et territoires*. Paris: L'Harmattan, pp. 169-187.

Vaetisi, Ş. (2018) *Postsocialist Informal Urbanism between Creativity and Power. Notes on Four Projects from Romania*. *Südosteuropa* 66. No. 1, pp. 45-68.

Vernières, M. (2011) *Patrimoine, patrimonialisation, développement local: un essai de synthèse interdisciplinaire* in Vernières, M. (Ed.) *Patrimoine et développement. Études pluridisciplinaires*. Paris: Éditions Karthala, pp. 7-18.

Volle, A. (2011) *Tourisme et inégalités en Amérique Latine* in Furt, J.-M., & Michel, F. (Eds.) *Tourismes, patrimoines et mondialisations*. Paris: L'Harmattan, pp. 247-258.

Winter, T. (2015) *Heritage Diplomacy*. *International Journal of Heritage Studies*. No. 21 (10), pp. 997-1015.

Internet sources

Affirming UNESCO's role in sustainable tourism for development. (2017). UNESCO. Executive Board. 202 session. Item 45 of the provisional agenda. 4 p. URL: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000259059> (10.02.2021).

Antonova, I. (2019) *Plokhoe obrazovanie tolko dobavljaet hrupkosti tsivilizatsii v tselom*. Nesnilos.com. 04.05.2019. URL: <https://nesnilos.com/kultura/plohoe-obrazovanie-tolko-dobavljaet-hrupkosti-civilizacii-v-celom-irina-antonova-jomko-tochno-pravdivo-o-degradacii/> (10.02.2021).

Faraday, C. J. (2020) *The Royal College of Physicians' plan to sell its rare books would be a serious medical error*. APOLLO – The International Art Magazine. 28.10.2020. URL: <https://www.apollo-magazine.com/royal-college-of-physicians-library-sale/> (09.02.2021).

Richards, G. (2003) *What is Cultural Tourism in Erfgoed voor Toerisme. Nationaal Contact Monumenten*. Amsterdam: Stichting Nationaal Contact Monumenten. URL: https://www.academia.edu/1869136/What_is_Cultural_Tourism (09.02.2021).

Sarr, F., & Savoy, B. (2018) *Rapport sur la restitution du patrimoine culturel africain. Vers une nouvelle éthique relationnelle*. November 2018. 232 p. URL: http://restitutionreport2018.com/sarr_savoy_fr.pdf (09.02.2021).

As crises sanitárias e o turismo em Cabo Verde: dos primeiros sinais evidenciados pela Dengue ao colapso do setor com a Covid 19

Nélida do Rosário da Luz

Nelidar.luz@student.unicv.edu.cv

Resumo

Este artigo compara os efeitos da COVID-19 em Cabo Verde com epidemias/pandemias anteriores e outros tipos de crises globais, nas últimas duas décadas, e explora como a pandemia pode mudar a sociedade, e discute porque que há necessidade de questionar o modelo de turismo de crescimento em volume implementado pelas autoridades nacionais e incentivado pelos organismos internacionais até o presente momento: Ao compararmos a evolução das entradas de turistas com as epidemias/pandemias que de forma direta ou indireta atingiram o país nas últimas duas décadas, podemos constatar que, coincidentemente, há ligeiras diminuições nos anos em que Cabo Verde foi atingido pelas epidemias da dengue, ou quando a região da costa ocidental africana foi afetada pelo vírus do ébola. Contudo, não temos elementos que comprovam que estas oscilações se devem diretamente a razões sanitárias ou se foram afetadas por outros fatores não analisados neste trabalho. Por outro lado, houve um aumento de entradas no mesmo período temporal em que o país foi afetado do vírus do Zika. Ao contrário das anteriores crises sanitárias, em que os sinais são tímidos ou inexistentes, a pandemia do COVID19 teve efeitos devastadores sobre o turismo.

Abstract

This article compares the effects of COVID-19 in Cabo Verde with previous epidemics/pandemics and other types of global crises over the past two decades, and explores how the pandemic can change society, and discusses why there is a need to question the model of tourism growth in volume implemented by national authorities and encouraged by international bodies until now: When we compare the evolution of tourist arrivals with the epidemics/pandemics that have directly or indirectly hit the country in the last two decades, we can see that, coincidentally, there are slight decreases in the years when Cabo Verde was hit by dengue epidemics, or when the

West African coast region was affected by the Ebola virus. However, we have no evidence that these oscillations are directly due to sanitary reasons or if they were affected by other factors not analysed in this work. On the other hand, there was an increase in entries in the same time period in which the country was affected by the Zika virus. Unlike previous health crises, in which the signs are timid or non-existent, the COVID19 pandemic had devastating effects on tourism.

Introdução

Algumas semanas depois de declarar a COVID-19 uma Emergência de Saúde Pública Internacional, a Organização Mundial de Saúde (OMS) elevou-a à categoria de Pandemia, o que levou a um bloqueio global sem precedentes. A restrição de viagens foi uma das medidas tomadas na altura de modo a limitar a propagação desta nova estirpe de gripe.

Historicamente, a humanidade sofreu diversas pandemias, da peste negra, ao ébola, à gripe espanhola. Pandemias e doenças que transformaram o ambiente, as estruturas, as relações sociais e as unidades societárias. Contudo, a pandemia do COVID-19 trouxe novidades nas questões socioculturais, políticas, urbanas e turísticas, devido à globalização, ao consumo de massa e à aceleração da mobilidade. De acordo com De Sá (2020), a globalização, em todos os seus aspetos, cooperou com o vírus, que invadiu e ultrapassou fronteiras sem permissão e sem consentimento. E dessa maneira, percorreu territórios tão rapidamente que existem suspeitas de sua propagação em um único dia (De Sá, 2020; Gössling, Scott & Hall, 2020).

Neste sentido, o turismo, mais do que qualquer outro setor da economia, apresenta uma característica de extrema sensibilidade a toda a alteração situacional, sendo extremamente retrátil a oscilações de taxa de câmbio, flutuações sazonais da demanda, riscos meteorológicos, geológicos, convulsões sociais, instabilidade política, terrorismo e riscos epidêmicos e pandêmicos que comprometam a saúde pública, como o recente surto do COVID-19 (Beni, 2020).

Restrições de viagens globais sem precedentes e ordens de permanência em casa causaram a mais grave perturbação da economia global desde a Segunda Guerra Mundial. Com as proibições de viagens internacionais que afetaram mais de 90% da população mundial e as restrições generalizadas às reuniões públicas e à mobilidade comunitária, o turismo cessou em grande parte do mundo em março

de 2020. Os primeiros estudos publicados sobre o impacto nas viagens aéreas, cruzeiros e alojamentos apontaram logo para um cenário devastador (Gössling, Scott & Hall, 2020).

Segundo os dados da Organização Mundial do Turismo¹ as chegadas de turistas internacionais despencaram em 70% durante os primeiros oito meses de 2020 devido à pandemia do coronavírus. Entre janeiro e agosto de 2020 houve 700 milhões de visitantes a menos que no mesmo período do ano de 2019. A situação levou a uma perda de US\$ 730 bilhões, mais de oito vezes acima da queda registrada após a crise económica de 2009.

Portanto, o turismo é especialmente suscetível a medidas para combater as pandemias devido à mobilidade restrita e ao distanciamento social. O tráfego turístico mundial já enfrentou, num passado não muito distante, a epidemia da SARS, também conhecida por Gripe Asiática, com uma discreta retração, porém nada semelhante ao que enfrentamos em 2020 com a COVID19.

Cabo Verde se transformou nos últimos anos, à semelhança dos principais destinos insulares, num país extremamente dependente do turismo (Körössy, Cordeiro, & Selva, 2008; Luz, 2020). Cerca de 25% de toda a riqueza produzida anualmente em Cabo Verde é proveniente desta atividade económica (BCV, 2021). Em 2019, Cabo Verde registou um recorde de 819 mil turistas e a meta do Governo era chegar ao milhão de turistas anuais a partir de 2021 (OGE, 2020), cenário drasticamente alterado com a pandemia de Covid-19.

As previsões apontam para uma retoma apenas a partir de 2023 para os níveis anteriores à pandemia de Covid-19. A procura turística em Cabo Verde deverá recuar em 2020 a níveis de 2009, com a perda de 536 mil turistas face à previsão inicial do Governo.

Estas previsões constam do documento de suporte ao Orçamento Retificativo para 2020, apontando para uma quebra de 58,8% na procura turística, face aos 819 mil turistas que o arquipélago recebeu em 2019. Contudo, na previsão do Governo que consta do documento de suporte orçamental, Cabo Verde receberia apenas 337.555 turistas em 2020. Deste total, 170.778 são turistas que visitaram o país no primeiro trimestre, pelo que até final de 2020 o país deveria receber pouco mais de 165.000 turistas (OGE, 2020).

¹ Fonte: *Covid-19 ditou queda de 70% em chegadas de turistas internacionais* | *ONU News*. Retirado em 28.02.2020.

Esta revisão em forte baixa das previsões para 2020 reflete-se desde logo numa quebra de 66,1% nas receitas com o setor. As receitas com o turismo renderam em 2019 um máximo histórico de 43.103 milhões de escudos (389 milhões de euros), mas segundo a previsão do Governo deverão cair este ano para 15.086 milhões de escudos (136 milhões de euros).

Contudo, ao analisarmos o comportamento evolutivo do turismo nos últimos 20 anos observamos que apesar desta atividade ter tido um forte crescimento, notamos também algumas quebras e sinais de vulnerabilidades em alguns momentos.

Podemos constatar que desde o início do desenvolvimento do turismo as pandemias registadas localmente e nos países vizinhos podem ter afetado Cabo Verde. Todavia o COVID veio por a nú as fragilidades do nosso turismo que é um turismo muito dependente de fatores externos. A diferença em relação as outras crises sanitárias é que a nível mundial o impacto desta crise afetou todos os países. Portanto podemos dizer que o modelo de turismo implementado no país é um modelo muito sensível e que a solução realmente passa pela diversificação o que poderá levar o seu tempo (Bernardo, 2015; Luz & Ferreira, 2016). Como também será fundamental trabalharmos a parte do saneamento, habitação social, saúde, melhoria das infraestruturas, etc.

Para o desenvolvimento de um turismo com sustentabilidade há que defender-se medidas que sejam duráveis e economicamente viáveis no longo prazo e que respeitem o meio, nomeadamente em termos de capacidade de carga dos espaços naturais e culturais; medidas que estejam devidamente integradas com a totalidade do território e que permitam a efetiva participação das populações locais (Ferreira, et al. 2020).

Assim sendo é importante que saibamos ver as oportunidades que esta crise nos dá para futuros choques e estar cientes de que o turista agora mais do que nunca irá recorrer aos sites especializados para estudarem o que o destino possui e sobretudo quais as condições, ambientais, sanitárias e sociais que o mesmo oferece.

Este artigo compara os impactos da COVID-19 em Cabo Verde com epidemias/pandemias anteriores e outros tipos de crises globais, entre 2009 a 2020, e explora como a pandemia pode mudar a sociedade, e discute porque que há necessidade de questionar o modelo de turismo de crescimento em volume implementado pelas autoridades nacionais e incentivado pelos organismos internacionais até ao presente momento.

Procedimentos metodológicos

Para a realização deste trabalho recorreremos a pesquisa eletrónica relativa aos dados referentes as epidemias/pandemias que assolaram Cabo Verde nas últimas duas décadas, mais concretamente entre 2009 a 2020. Neste período identificamos 5 crises sanitárias: dengue em 2009, ébola em 2014, zika em 2015, malária em 2017 e COVID-19 em 2020.

Apesar de não ter atingido Cabo Verde optamos por incluir o ébola porque teve um grande impacto nos países vizinhos, nomeadamente, Guiné-Konacri, Serra Leoa e Libéria.

Os dados disponíveis das epidemias/pandemias foram comparados com os dados estatísticos referentes as entradas e permanência de turistas de 2000 a 2020. Para o efeito recorreremos as publicações do Instituto Nacional de Estatísticas e as previsões sobre o impacto da COVID19 no turismo disponível no Orçamento Retificativo do Estado para 2020.

As crises sanitárias e a evolução da procura turística

Dados epidemiológicos da dengue em Cabo Verde

O primeiro surto de dengue ocorreu entre setembro e dezembro de 2009, causando a maior epidemia de sempre até então na África Ocidental, com a identificação do serotipo DENV-3 como causador (Silvano & Abreu, 2014). A grande dimensão atingida pelo surto - 21382 casos suspeitos e seis óbitos foram registados em pelo menos cinco ilhas - Brava, Fogo, Maio, Sal e Santiago deveu-se em parte à expansão possibilitada por uma estação chuvosa particularmente vigorosa (WHO, 2009). O dengue é transmitido pelo mosquito *Aedes aegypti*, o mesmo responsável pela transmissão da febre-amarela, chikungunya e zika. Existem duas formas principais da doença: a dengue clássica que é semelhante à gripe e que provoca dores de cabeça, cansaço, dor muscular e vômitos. E a dengue hemorrágica que é grave e se caracteriza por alterações da coagulação sanguínea da pessoa infetada. Esta última forma da doença pode conduzir à morte se não for bem tratada.

Durante o surto, o Ministério da Saúde de Cabo Verde, o Nucleo Operacional para a Sociedade da Informação (NOSI) e a Organização Mundial de Saúde (OMS), lançaram um sistema de alerta e comunicação de casos a nível nacional através de mensagens

de texto e da Internet, fornecendo informação em tempo real a especialistas e a indivíduos em risco (WHO, 2009). A OMS proporcionou também equipamento de proteção pessoal, larvicidas, máquinas para fumigação, testes diagnósticos e recomendações em língua portuguesa.

A disseminação deste serotipo - cuja transmissão no continente foi documentada pela primeira vez durante uma epidemia em Pemba, Moçambique, entre 1984 e 1985 - a partir do subcontinente Indiano para África foi ventilada como hipótese para a origem do surto em Cabo Verde (Gubler, et al., 1986).

O turismo em Cabo Verde deu os seus primeiros passos na década de 60 do século passado, ainda enquanto uma colónia da República Portuguesa, após a construção do aeroporto internacional na ilha do Sal. A construção da então Pousada Morabeza (hoje Hotel com o mesmo nome) pela família belga Vynkier em 1967 marca o arranque da ilha do Sal como destino turístico, sobretudo do turismo balnear (devido às extensas praias abundantes na ilha) e dos desportos náuticos, que viria a acelerar-se com a estadia dos tripulantes da South African Airways que escalavam a ilha, com muitos vôos em direção à Europa e EUA². O turismo foi assim progressivamente ganhando importância enquanto instrumento estratégico de desenvolvimento, ainda que as condições indispensáveis para a sua implementação não estivessem totalmente asseguradas, inviabilizando um progresso mais célere, integrado e sustentado do setor (Luz, 2020).

Em 2003 já representava 10% do PIB cabo-verdiano. A receita do turismo apresenta um saldo positivo na balança de pagamentos a partir de 1999, e a Participação deste setor de atividade nos serviços evoluiu de forma positiva, chegando a atingir, em 2003, 41.60% do crédito total dos serviços.

Até 2005, as grandes unidades hoteleiras resultaram de investimentos externos, nomeadamente de capitais italianos, mas onde pontificaram também investimentos portugueses através do GRUPO OÁSIS ATLÂNTICO e do HOTEL TRÓPICO do GRUPO PESTANA, seguidos por outros promotores, igualmente europeus, como os espanhóis e canarinos. Um novo fenómeno ocorreu a partir de 2006 com a chegada

² Durante o período de sanções contra o Governo de Apartheid na África do Sul, os aviões da companhia aérea sul-africana South African Airways (SAA) faziam escalas de reabastecimento na ilha do Sal, chegando-se a atingir cerca de 40 voos semanais entre partidas e chegadas. Nos anos 70, Cabo Verde serviu de corredor como base avançada para a guerra colonial e muitas das negociações secretas que levaram à normalização das relações entre a África do Sul e Angola. E depois das independências foi um importante palco nas negociações sobre os conflitos na África Austral.

massiva de capitais britânicos (ingleses, irlandeses e escoceses), em parceria com empresários caboverdeanos, para construção de “resorts” e habitações de luxo (2ª habitação).

A abertura de novas unidades hoteleiras e de novos mercados emissores contribuiu para contínuo crescimento do turismo em Cabo Verde, tendo a ilha do Sal como referência. Entretanto, depois de vários anos de crescimento registamos um ligeiro decréscimo de 0,9% no ano de 2009. De 333.354 entradas em 2008 baixou-se para 330.319.

Há um conjunto de fatores que poderão estar associados à esta ligeira descida. O mais apontado tem sido a crise financeira de 2008, cujo epicentro se deu nos Estados Unidos e tendo como marco da crise a falência de um dos bancos de investimentos mais tradicionais dos Estados Unidos, o Lehman Brothers, e a consequente queda das principais bolsas do mundo. Contudo, para o contexto nacional, apesar da descida ter sido ligeira o mesmo coincide com o facto de 2009 ter sido o ano de maior impacto do surto da dengue no país. Em 2010 o turismo nacional retomou o seu ritmo crescimento registando um aumento de 15% em relação a 2009.

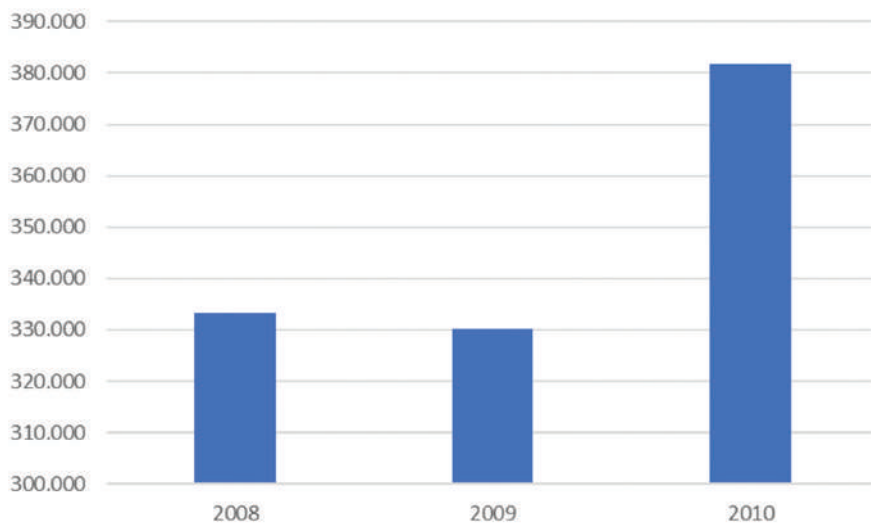


Gráfico 1. Entrada de Turistas (2008-2010) . **Fonte:** INECV (2020).

A epidemia na ébola na africa ocidental

A epidemia na África Ocidental foi caracterizada oficialmente em março de 2014 e foi considerada até o momento a maior e mais complexa desde que o vírus foi descoberto³. Apesar de Cabo Verde não ter registado nenhum caso, o impacto desta doença sobre a subregião da africa ocidental foi visível em vários domínios. Houve mais casos e óbitos nessa epidemia do que em todas as outras somadas anteriormente. Em 8 de agosto 2014, a epidemia foi declarada pela OMS como Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional - ESPII. Esta foi a terceira vez que a OMS declarava um estado de emergência pública mundial desde 2005, ano da publicação da atual versão do Regulamento Sanitário Internacional - RSI. A medida foi tomada em 2009, devido à Influenza A (H1N1) na Ásia, e em maio de 2014, devido a um surto de poliomielite no Iraque, Afeganistão e Guiné Equatorial. A epidemia de 2014, alcançou dimensões inéditas, pois até o 5 de agosto de 2015 foram registrados 27.862 casos e 11.281 óbitos registrados nos três países afetados: Guiné, Libéria e Serra Leoa⁴.

Este período coincide com uma fase de contínuo crescimento da oferta turística nacional com a abertura de novas unidades hoteleiras na ilha da Boavista e consolidação da ilha do Sal como principal mercado recetor do país.

Do leque de áreas priorizadas o turismo de cruzeiro foi o segmento que mais cresceu ao longo da legislatura passando de 22.909 passageiros em 2008 para 75.643 em 2013. Aliás o ano de 2013 apresentou valores superiores aos esperados para o turismo de cruzeiros do país com um crescimento de 111% face a 2012, no que respeita ao número de passageiros. Porto Grande (Mindelo, Ilha de São Vicente) continua a liderar os indicadores de turismo de cruzeiros de Cabo Verde, mas nos últimos anos tem visto o seu peso no total reduzido.

De 333.354 entradas em 2008, Cabo Verde ultrapassou a barreira de meio milhão de entradas em 2012. Apesar do contínuo crescimento registou-se uma ligeira descida em 2014 face aos números de 2013. De um total de 552.144 entradas em 2013, registou-se uma descida para 539.621 em 2014, com uma retoma do crescimento logo no ano seguinte.

³ Fonte: *Ebola virus disease (who.int)*. consultado em 1/03/2021

⁴ Idem

Neste sentido, apesar do ligeiro declínio de entradas em 2014 não temos evidências que comprovem a existência de uma relação direta entre epidemia da ébola na região e a oscilação do número de visitantes.

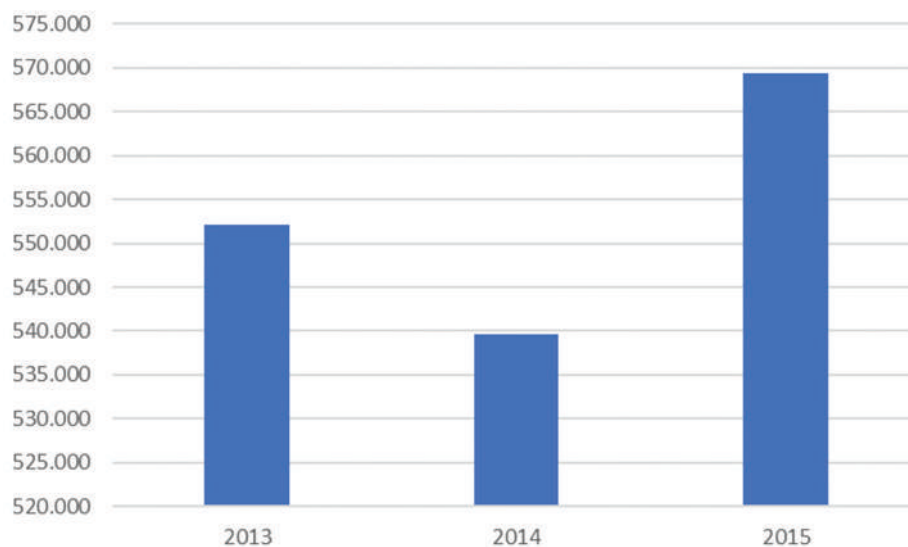


Gráfico 2. Entrada de Turistas (2013-2014) . Fonte: INECV (2020).

A epidemia do Zika em Cabo Verde

Cabo Verde declarou oficialmente a epidemia por vírus Zika a 2 de novembro de 2015, tornando-se no primeiro país africano a registrar uma epidemia por este vírus. Desde os primeiros casos até setembro de 2016 foram notificados 7613 casos de entre confirmados e suspeitos, com a transmissão a ocorrer nas ilhas de Santiago, Fogo, Maio e Boa Vista (MSSS, 2019). Nas outras ilhas do norte do país, apesar da existência do vetor, não houve transmissão local, semelhante ao que tinha acontecido durante primeira a epidemia de dengue em 2009.

A notificação de casos suspeitos teve uma diminuição significativa a partir da semana epidemiológica 53 do ano 2015, mantendo essa tendência até a semana 10 do ano 2016, seguindo-se um período de notificação de casos esporádicos. O fim da epidemia foi declarado em outubro de 2016, após duas semanas sem a notificação de casos suspeitos de Zika (MSSS, 2019).

Neste período o turismo se consolida como uma atividade econômica com um papel cada vez mais relevante no equilíbrio da Balança de Pagamentos, nomeadamente

como alternativa à redução dos fluxos de Ajuda Pública ao Desenvolvimento (APD). Para se alcançar este objetivo, segundo o O Plano Estratégico de Desenvolvimento Sustentável (PEDS), era essencial agir corrigindo os efeitos negativos dos fluxos migratórios intensos provocados pela aposta no turismo de massas para as ilhas do Sal e da Boavista, e inverter os impactos negativos sobre as infraestruturas locais, designadamente nos domínios da saúde, da educação, da habitação, da água, da energia, do saneamento e do urbanismo. Era essencial, ainda, garantir, nestes dois destinos, elevados padrões de segurança turística e minimizar os impactes ambientais negativos decorrentes, em particular, da ação do homem (Luz, 2020).

Contudo, apesar da tomada de consciência da **importância** de uma maior diversificação da oferta turística nacional, através da aposta em segmentos de pequena escala (turismo rural, de montanha, etc.), o turismo de massa (de sol e praia) continuou a ser predominante.

Apesar do país ter sido afetado pela epidemia do Zika em finais de 2015 o mesmo não causou alterações no ritmo de crescimento de entradas de turistas. De 569.387 entradas em 2015 o país ultrapassou a cifra dos 600 mil entradas em 2016, com um aumento de cerca de 14% em relação ao ano anterior. O mesmo ritmo de crescimento manteve-se em 2017, tendo-se ultrapassado a barreira dos 700 mil entradas.

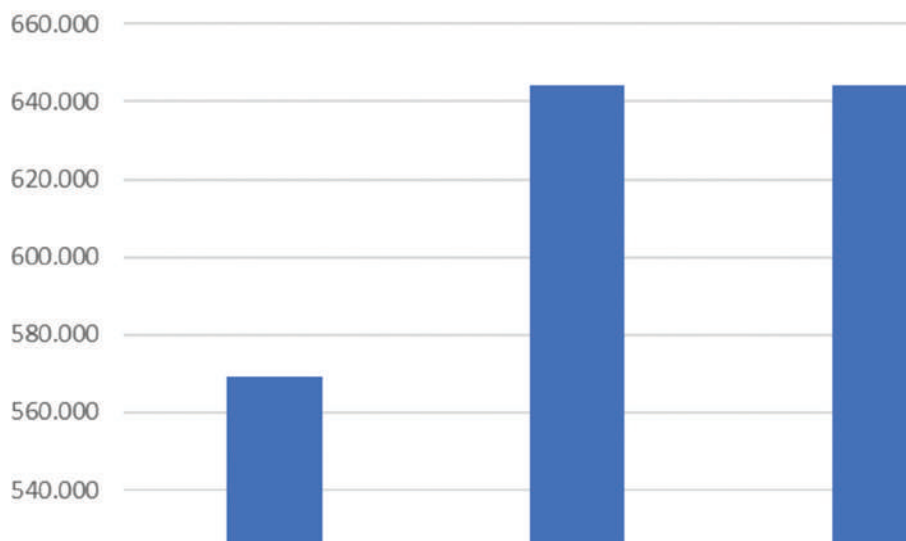


Gráfico 3. Entrada de Turistas (2015-2017) . **Fonte:** INECV (2020).

A epidemia da malária em Cabo Verde

A malária é uma doença infecciosa transmitida por mosquitos e causada por protozoários parasitários do género *Plasmodium*. Os sintomas mais comuns são febre, fadiga, vômitos e dores de cabeça. Em casos graves pode causar icterícia, convulsões, coma ou morte. Os sintomas começam-se a manifestar entre 10 e 15 dias após a picada. Quando não é tratada, a doença pode recorrer meses mais tarde. Uma nova infeção geralmente causa sintomas mais ligeiros. No entanto, esta imunidade parcial pode desaparecer no prazo de meses a anos se a pessoa não for continuamente exposta à doença (Camargo, 2003).

A doença é geralmente transmitida pela picada de uma fêmea infectada do mosquito *Anopheles*. A picada introduz no sistema circulatório do hospedeiro os parasitas presentes na sua saliva. Os parasitas depositam-se no fígado, onde se desenvolvem e reproduzem.

Os dados da OMS apontam que em 2017 foram registados 228 milhões novos casos de malária em todo o mundo, 213 milhões dos quais em África. De acordo com o relatório anual sobre a malária, a malária causou em 2018 mais de 400 mil mortes, 380 mil em África sendo 270 mil de crianças menores de cinco anos.

No caso de Cabo Verde, depois da epidemia declarada em 2017, com o registo de quase 500 casos, a maioria na cidade da Praia, as estimativas da OMS apontam para a inexistência de casos autóctones em 2018, colocando o país no caminho para a erradicação da doença em 2020⁵.

A epidemia do paludismo em Cabo Verde

O paludismo em Cabo Verde tem um carácter instável e de transmissão curto, com um pico geralmente observado no final da estação chuvosa. O mosquito vetor *Anopheles Gambiae* está presente em 7 das 9 ilhas, à exceção da ilha do Sal e da ilha Brava. Atualmente, a única espécie do parasita que se regista no país é o *Plasmodium falciparum*. No passado, o paludismo constituiu um importante problema de saúde pública. Contudo, o número de casos tem sido mantido em níveis baixos desde 1989, mas houve 4 epidemias localizadas nas ilhas de Santiago (1995, 2000, 2001, 2017) e de Boa Vista (2003 de 2009).

⁵ Fonte: *Rumo à eliminação do paludismo em Cabo Verde* | *Regional Office for Africa (who.int)*. Consultado em 14/03/2021

Apesar do paludismo ainda ser endêmico em Cabo Verde e a maior ilha do país (Santiago) ter sido afetado 2017 com cerca de 500 casos, o mesmo não causou alterações no ritmo de crescimento de entradas de turistas.

A pandemia do COVID-19: do anúncio dos primeiros casos ao balanço do primeiro ano

Na sequência do surto de COVID-19 reportado pela República Popular da China, em 31 de dezembro de 2019, foi emitida a Declaração de Emergência em Saúde Pública de Âmbito Internacional pelo Diretor-Geral da OMS, no dia 30 de janeiro de 2020, admitindo a possibilidade de ocorrência de casos importados para outros países devido à evolução rápida dos números registados de casos suspeitos e confirmados dessa doença. Consequentemente, a OMS emitiu recomendações a todos os países, no sentido de se prepararem implementando medidas de alerta, incluindo vigilância ativa, deteção precoce, gestão de casos, rastreamento de contatos e prevenção da propagação da infeção por COVID-19, bem como a partilha de dados completos com a OMS.

Cabo Verde, enquanto país arquipelágico com grande mobilidade de viajantes, através dos quatro aeroportos internacionais, iniciou rapidamente a operacionalização de todas as recomendações emanadas da OMS e, ao mesmo tempo, acompanhou a evolução dos conhecimentos científicos que vinham sendo disponibilizados através das publicações de pesquisa sobre esta doença.

Um Plano Nacional de Contingência foi elaborado e validado com a participação de membros do Governo, entidades governamentais, dirigentes e profissionais do Ministério da Saúde e Segurança Social, representações das instituições públicas e privadas nacionais, parceiros nacionais e internacionais, Organizações Não Governamentais, entre outros, com o objetivo de sistematizar todas as ações e procedimentos em curso no país e a serem implementados, desde o nível central até às unidades mais descentralizadas de prestação de cuidados de saúde, abrangendo a participação de todos os setores importantes neste processo.

Face ao risco iminente de surgimento de casos do novo Coronavírus e do seu alastramento, no dia 16 de março de 2020, antes da confirmação do primeiro caso positivo, o Governo de Cabo Verde tomou um conjunto de medidas preventivas de natureza excecional necessárias e preparatórias por forma a fazer face ao COVID-19.

Assim, através da Resolução nº 45/2020, de 13 de março, o governo tomou algumas medidas preventivas para garantir a segurança do país em matéria de saúde pública, nomeadamente a prorrogação do prazo de suspensão dos voos da Itália, interditadas pela Resolução nº 35/2020 de 27 de fevereiro, e aprovou o Plano Nacional de Contingência para a prevenção e o controlo do COVID-19 para todo o território nacional, foi ainda aprovada uma resolução que inibiu a realização de todos os eventos, em todo o território nacional, que reúnam número elevado de participantes vindos de países assinalados com a pandemia do coronavírus e, posteriormente foi interditado as ligações aéreas e marítimas de Cabo Verde com o países assinalados com a epidemia.

A 7 de março, foi declarada situação de Contingência, para todo o território nacional, com carácter excecional e com algumas medidas de natureza restritiva. Após o surgimento do primeiro caso nacional, na ilha da Boavista entramos na fase de perigo iminente nos termos do previsto no referido Plano Nacional de Contingência em na sequencia, determinou-se o encerramento físico de empresas públicas (com recurso ao teletrabalho) e a suspensão das ligações aéreas e marítimas inter-ilhas de passageiros.

Cabo Verde viveu, pela primeira vez na sua história, uma calamidade pública de natureza sanitária e que justificou, por parte dos órgãos de soberania, a unanimidade de entendimento de que se tratava de um quadro excecional, que exigia medidas excecionais, apenas admissíveis num contexto de estado de emergência, declarado nos termos constitucionalmente consagrados. Assim, no dia 28 de março de 2020 o Presidente da República decidiu decretar o estado de emergência, por se ter considerado necessário reforçar a cobertura constitucional a medidas mais abrangentes e efetivamente mais restritivas e excecionais, que se revelavam importantes adotar para combater à situação emergencial.

Com a declaração do estado de emergência a 28 de março, e as suas subsequentes prorrogações, decidiu-se recorrer a um estado de exceção que legitima a limitação de exercício de alguns direitos, liberdades e garantias constitucionalmente consagrados, por um período limitado, por razões superiores de preservação da saúde pública.

Do mesmo modo, as sucessivas prorrogações foram abrangendo apenas as parcelas do território nacional onde se fazia sentir a necessidade de manter o grau de restrições ajustadas à situação. Assim, a primeira prorrogação do Estado de Emergencia abrangeu apenas as ilhas da Boa Vista, Santiago e São Vicente, onde se verificavam casos positivos. A segunda prorrogação abrangeu as ilhas da Boa Vista e Santiago e a partir de 15 de maio, vigorou apenas para a ilha de Santiago, onde o número de

casos e a evolução da situação epidemiológica recomendou a manutenção de um quadro de medidas apenas constitucionalmente admissíveis em estado de emergência.

A partir de finais do mês de maio não houve renovações do Estado de Emergência e registou-se uma considerável diminuição das medidas restritivas até aí impostas, permitindo-se, aos poucos, a retoma do convívio social e das atividades económicas. Contudo, o funcionamento de vários setores que voltaram a estar autorizados a funcionar foi acompanhado de um conjunto de regras de funcionamento, relativamente aos horários, limites de lotação, uso de máscaras faciais e demais regras de segurança sanitária e higiene, cujo cumprimento se impunha impor e acompanhar.

No dia 30 de dezembro de 2020⁶ Cabo Verde registava 110 casos ativos, 11.496 casos recuperados e 112 óbitos por COVID-19. Os casos recuperados e os óbitos representaram 98,1% e 0,96%, respetivamente, dos casos notificados até a data⁷.

Evolução da procura turística de 2000 a 2019

De 2000 a 2019, a procura turística cresceu cerca de 565% registando um crescimento positivo praticamente todos os anos, à exceção dos anos 2002 (-6,2%), 2009 (-0,9%) e 2014 (-2,3%). Por outro lado, 2005 e 2011 foram os anos em que se atingiu o pico, com taxas de crescimento de 26,4% e 24,5% respetivamente, face aos anos anteriores. Esses números revelam que o fluxo turístico caracterizou-se por uma certa estabilidade, com tendência de crescimento contínuo de 2000 até o primeiro trimestre de 2020.

Por razões históricas já apontadas, a ilha do Sal tem dominado em todos os domínios no que se refere à atividade turística, exceto em três anos (2011, 2012 e 2013) em que a ilha da Boavista conseguiu interromper esse longo ciclo, entretanto novamente recuperado pelo Sal nos anos seguintes, tendo acolhido 47,9% do total das entradas em 2017, enquanto para a Boavista fixou-se nos 28,8%. Portanto em conjunto estas duas ilhas representam um total 76,7% das entradas no país, o que comprova a existência de uma grande concentração dos investimentos turísticos num reduzido número de ilhas.

⁶ Data da última contagem oficial do ano 2020

⁷ Fonte: Boletim Covid19 Cabo Verde. Disponível em [Boletim-COVID19-No-04-30-Dezembro.pdf](#)

A ilha de Santiago, apesar de ser a maior do país (em termos territoriais e demográficos) representa atualmente apenas 10,9% das entradas de turistas, seguido por São Vicente (o segundo maior centro urbano de Cabo Verde) com 6,3%. As demais ilhas apresentam números residuais e no total são recetoras apenas cerca de 6% das entradas (tabela 1). Portanto o turismo nacional é pouco diversificado e bastante concentrado em apenas duas ilhas.

Ao analisarmos os dados de entrada por país de residência podemos constatar que o turismo interno tem um peso bastante residual, não ultrapassando os 6,8%. A Europa se situa como o continente que mais turistas enviam para Cabo Verde e o Reino Unido se destaca-se entre os demais países representando cerca de 23% do total de entradas no ano de 2017. Portanto estes dados nos indicam que no nosso turismo é bastante dependente do mercado britânico.

Tabela 1. Hóspedes por ilha e país de residência (2017)

País de residência habitual	Santo Antão	São Vicente	São Nicolau	Sal	Boavista	Maio	Santiago	Fogo	Brava	Total	%
Cabo Verde											
Cabo-Verdianos	5 180	7 780	758	11 461	3 479	919	14 205	2 857	744	47 383	6,6
Estrangeiros	80	480	1	202	408	67	450	9	2	1 699	0,2
Estrangeiros											
Africa do Sul	6	50	6	36	1	0	463	0	2	564	0,1
Alemanha	3 737	4 265	121	29 470	33 027	132	6 666	2 524	129	80 071	11,2
Áustria	80	449	8	440	314	1	492	129	11	1 924	0,3
Belgica+Holanda	2 000	4 778	127	39 392	20 480	32	2 504	329	38	69 680	9,7
Espanha	547	2 002	54	4 546	678	24	3 754	330	17	11 952	1,7
Estados Unidos	50	885	2	813	567	18	3 283	282	58	5 958	0,8
França	11 366	12 005	445	20 669	13 268	213	7 781	3 521	449	69 717	9,7
Reino Unido	296	1 429	78	86 731	78 091	9	1 787	464	11	168 896	23,6
Itália	255	986	64	24 795	11 595	85	1 553	205	19	39 557	5,5
Portugal	638	4 140	73	25 886	16 382	59	20 279	373	52	67 882	9,5
Suíça	615	1 698	49	4 853	1 744	66	1 894	472	16	11 407	1,6
Outros Países	1 230	4 525	55	93 917	26 580	44	13 274	425	35	140 085	19,5
Total	26 080	45 472	1 841	343 211	206 614	1 669	78 385	11 920	1 583	716 775	100,0
%	3,6	6,3	0,3	47,9	28,8	0,2	10,9	1,7	0,2	100,0	

Fonte: (INECV, 2018).

O fecho das fronteiras e o colapso do turismo em 2020

Com o fechamento das fronteiras, a partir de finais de março, os efeitos da crise provocada pela pandemia do COVID19 sobre a atividade turística foram devastadores. Ao analisarmos os dados de entrada de turistas podemos imediatamente constatar um total de 819.308 entradas em 2019. A previsão inicial das autoridades governamentais apontavam para uma redução na ordem dos 58% das entradas em 2020.

Porém, os dados definitivos publicados posteriormente vieram a evidenciar um cenário ainda mais catastrófico do que inicialmente previsto. Segundo o Instituto Nacional de Estatísticas o total de hóspedes que deram entrada em Cabo Verde durante o ano de 2020 foi de apenas 207 mil, correspondendo a uma diminuição de 74,7% face ao ano de 2019 (INECV, 2020).

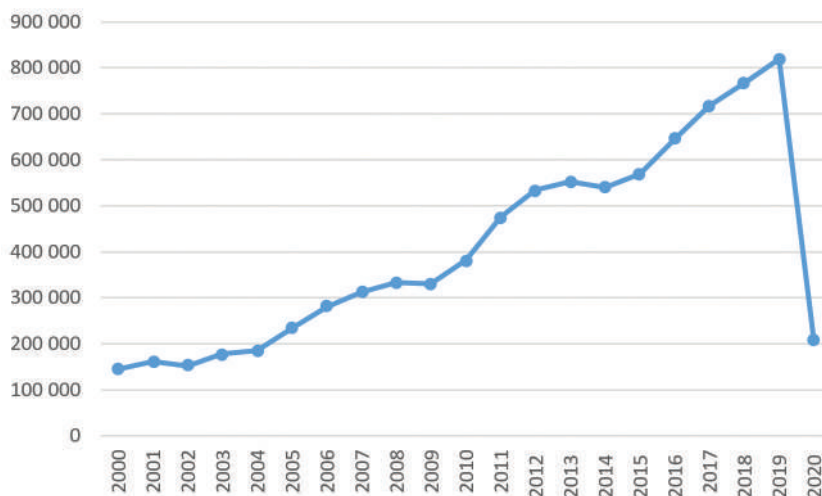


Gráfico 4. Evolução da procura turística em Cabo Verde (2000-2020). **Fonte:** INECV (2020).

Ao analisarmos o impacto da pandemia sobre as empresas de um modo geral podemos constatar que, de acordo com os dados do segundo trimestre de 2020 (gráfico 5), o turismo foi o setor de atividade mais afetado pela pandemia da COVID-19 em Cabo Verde. Cerca de 77% das empresas desse setor encerraram temporariamente as suas atividades e apenas 7,7% mantiveram-se parcialmente em funcionamento.

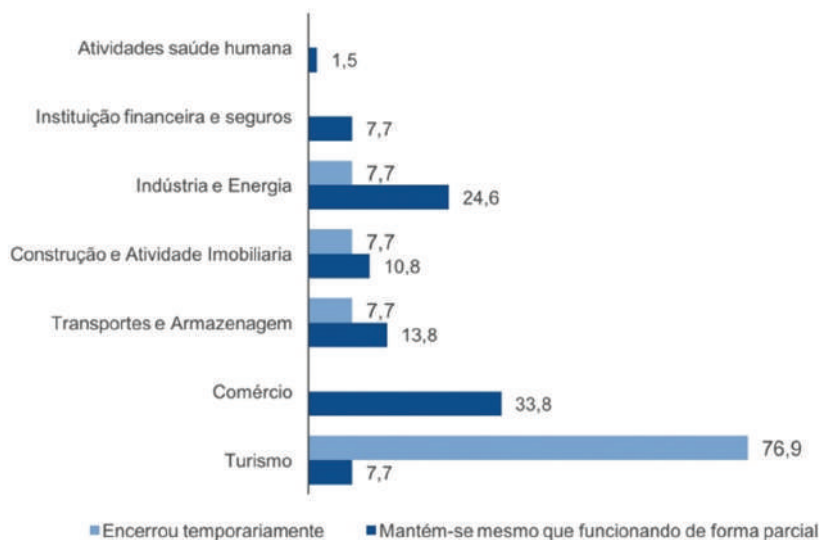


Gráfico 5. Situação das empresas segundo o ramo de atividade (2 trimestre de 2020) . **Fonte:** INECV (2020).

A queda de entradas na ordem dos 74% e o conseqüente encerramento das unidades hoteleiras terá levado à perda de 19.800 empregos em 2020. O Orçamento Retificativo para 2020 estima ainda que o país tenha terminado o ano com uma taxa de desemprego de 19,2% (da população ativa), em comparação com os 11,3% verificados no final de 2019 (OGE, 2020).

Mais de 11 mil trabalhadores cabo-verdianos viram os contratos de trabalho suspensos (abril a junho), recebendo 70% do salário, suportado em partes iguais pela entidade empregadora e pelo Instituto Nacional da Previdência Social, o que custou 155 milhões de escudos (1,4 milhões de euros) por mês ao Estado, refere o mesmo documento.

Considerações finais

Cabo Verde ao longo da sua história tem sido regularmente atingido por crises sanitárias com perdas de vidas e efeitos sobre as atividades produtivas. Nas últimas décadas apostou-se no turismo como a principal atividade económica do país.

Ao compararmos a evolução das entradas de turistas com as epidemias/pandemias que de forma direta ou indireta atingiram o país nas últimas duas décadas, podemos

constatar que, coincidentemente, há ligeiras diminuições nos anos em que Cabo Verde foi atingido pelas epidemias da dengue ou quando a região da costa ocidental africana foi afetada pelo vírus o ébola. Contudo, não temos elementos que comprovam que estas oscilações se devem diretamente a razões sanitárias ou se foram afetadas por outros fatores não analisados neste trabalho. Por outro lado, houve um aumento de entradas no mesmo período temporal em que o país foi afetado do vírus do Zika.

Ao contrário das anteriores crises sanitárias, em que os sinais foram tímidos ou praticamente inexistentes, a pandemia do COVID19 teve efeitos devastadores sobre o turismo. Ao analisar os dados provisórios de 2020, constatamos que houve uma queda de 58,8% de entradas no país. Esta queda teve como **consequência** o fecho de mais de 70 das unidades hoteleiras e paralização de todas as demais atividades conexas.

A pandemia da COVID-19 pode mudar a sociedade, a economia e o turismo. Neste sentido é preciso que se aprofunde as pesquisas com vista a uma melhor compreensão destas mudanças e contribuir para um setor de turismo pós-pandémico mais sustentável. No entanto, a crise contém mensagens importantes sobre a resiliência do sistema turístico, também em relação a outras crises em curso que não são tão imediatas, mas potencialmente ainda mais devastadoras do que a COVID-19, tais como as alterações climáticas.

Conforme defendido por Bernardo (2015) para que a atividade turística seja efetivamente sustentável exige-se que se implemente mecanismos de participação informada assim como uma liderança política forte para assegurar a criação de consensos sobre os vários desafios que Cabo Verde enfrenta atualmente. A prossecução da sustentabilidade do turismo é um processo contínuo, que requer a constante monitorização dos seus impactos e a atempada introdução das medidas necessárias em termos preventivos e/ou corretivos.

Bibliografia

BANCO DE CABO VERDE – BCV. (2021). Indicadores Económicos & Financeiros Fevereiro 2021. Cidade da Praia. Disponível em: **Microsoft Word - Síntese de conjuntura (bcv.cv)**

BENI, M.C. (2020). Turismo e Covid-19: algumas reflexões. *Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade*, 12 (3-Especial Covid19), 1-23, DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v12i3a02>

BERNARDO, E. (2015). Planeamento Turístico e Impactos Percecionados na Ilha da Boa Vista, Cabo Verde. *Turismo em Análise*, 26(4), pp. 817-842. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v26i4p817-842>

CAMARGO, E. P. (2003). Malária, maleita, paludismo. *Ciência e Cultura*, 55(1), 26-29. Retrieved March 14, 2021. Disponível em: http://cienciaecultura.bvs.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0009-67252003000100021&lng=en&tlng=en

DE SÁ, F. Z. (2020). Mobilidade da produção científica sobre Turismo e Covid-19. *Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade*, 12 (3 Especial Covid19), 1-12. DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v12i3a11>

FERREIRA, V., Luz, N., Ferreira, I. (2020). Viver no lixo e trabalhar no luxo: Grandes Projetos turísticos e os seus impactos na Ilhada Boavista, Cabo Verde. *Cuadernos Sobre Relaciones Internacionales, Regionalismo Y Desarrollo*, v. 15, p. 163-187, 2020. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/340062311_VIVER_NO_LIXO_E_TRABALHAR_NO_LUXO_GRANDES_PROJETOS_TURISTICOS_E_OS_SEUS_IMPACTOS_NA_ILHA_DA_BOAVISTA_CABO_VERDE

GÖSSLING, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-20. DOI: <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>

GOVERNO DE CABO VERDE. (2017). *Plano Estratégico de Desenvolvimento Sustentável 2017-2021-PEDS*. Cidade da Praia. Disponível em: <https://peds.gov.cv/sites/default/files/2018-10/PEDS%202017-2021%20-%20Vers%C3%A3o%20Final.pdf>

GOVERNO DE CABO VERDE. (2020). *Orçamento retificativo 2020*. Cidade da Praia. Disponível em: <GDOrçamentoEstado.aspx> (parlamento.cv)

GUBLER, D. J., Sather GE, Kuno G, Cabral JR. (1986). Dengue 3 vírus transmission in Africa. *The American Journal of Tropical Medicine and Hygiene*. 35: 1280–1284. DOI: <https://doi.org/10.4269/ajtmh.1986.35.1280>

INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICAS – INECV. (2020). Avaliação de Impacto da Pandemia da COVID-19 - Inquérito rápido às empresas 2º Trimestre 2020. Cidade da Praia. Disponível em: http://ine.cv/wp-content/uploads/2020/10/resultados-estudo-covid_30-09-2020-vf-1.pdf

KÖRÖSSY, N., Cordeiro, I. D., & Selva, V. F. (2008). Turismo e Desenvolvimento Sustentável em Fernando de Noronha (Pernambuco – Brasil): Uma Análise a partir do consumo de água. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, pp. 107-121. DOI: <https://doi.org/10.34624/rtd.v0i10.13577>

LUZ, N. R. (2020). Turismo, ambiente e desenvolvimento sustentável: uma análise a partir do consumo da água na ilha da Boavista, Cabo Verde. Tese de Doutoramento em Gestão e Políticas Ambientais apresentado à Universidade de Cabo Verde para obtenção do grau de doutor.

LUZ, N., & Ferreira, V. (2016). Turismo e Conservação Ambiental em Cabo Verde: Números, Políticas, programas e ações na Ilha da Boavista. *Sensos*, 5, pp. 108-125. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/337446317_TURISMO_E_CONSERVACAO_AMBIENTAL_EM_CABO_VERDE_NUMEROS_POLITICAS_PROGRAMAS_E_ACOES_NA_ILHA_DA_BOAVISTA

MINISTÉRIO DA SAÚDE E DA SEGURANÇA SOCIAL – MSSS. (2019). *Revisão pós ação da epidemia zika em Cabo Verde*. Cidade da Praia. Disponível em: <https://extranet.who.int/sph/sites/default/files/REVISAO%20P%C3%93S%20A%C3%87%C3%83O%20DA%20EPIDEMIA%20ZIKA%20EM%20CABO%20VERDE.pdf>

SILVANO, S & ABREU, C. (2014). Dengue nos Países da Lusofonia: Que Ligações Epidemiológicas Poderemos Traçar? *Acta Med Port*. 2014 Jul-Aug;27 (4):503-510

WORLD HEALTH ORGANIZATION - WHO. Global Alert and Response. Dengue fever in Cape Verde-update 1. (2009). [Consultado 2014 Fev 02]. Disponível em: http://www.who.int/csr/don/2009_11_18/en/

*Acelerando a crise para ir além dela: pandemia, turismo
e como algumas coisas tendem a permanecer,
para que tudo o resto possa mudar*

*Accelerating the crisis to move beyond it: pandemic, tourism
and how some things will tend to remain, so that all the rest may change*

Luiz Oosterbeek

Professor Coordenador do Instituto Politécnico de Tomar
Centro de Geociências da Universidade de Coimbra

loost@ipt.pt

Resumo

Defendemos, antes, que a pandemia atual reorganiza os debates, mas também as tendências comportamentais, com impactos significativos em todas as atividades, nomeadamente na mobilidade e no turismo. Neste texto, discutimos como a pandemia acelera as tendências pré-existentes e contribui para as ultrapassar. O rácio entre aceleração e ritmo mais lento de transformações, entre economia de mercado e de subsistência, entre o turismo e a mobilidade excursionista, entre experiências tangíveis e virtuais, entre direitos individuais e coletivos ou entre identidades locais e globais,... tudo isto está a mudar. Esta é uma consequência de mudanças objetivas no contexto, mas também de uma mudança na mentalidade das pessoas, e requer subsequentes alterações no quadro institucional, nos métodos de avaliação, na dinâmica da governação, na agenda académica, na compreensão das identidades e, sobretudo, nas antecipações do futuro (prospetiva). O turismo desempenha um papel particularmente relevante neste domínio, uma vez que envolve as pessoas em experiências de relações interculturais, fomentando a noção de uma nova identidade humana. O texto argumenta que o turismo do século XXI ou se baseará nesta perspetiva de humanidade, centrada na procura, e poderá florescer também na dimensão económica, ou permanecerá capturado por uma lógica excursionista, que ainda é etnocêntrica e tenderá a deteriorar-se, mesmo que comece a reemergir na pós-pandemia...

Palavras-chave

Turismo, Pandemia, Transformação, Interculturalidade.

Abstract

We argued, before, that the pandemic reorganizes debates but also behaviour trends, with significant impacts on all activities, namely on mobility and tourism. In this text, we further discuss how the pandemic accelerates pre-existing trends and contributes to move beyond them. The ratio between acceleration and slower transformations rhythm, between market and subsistence economy, between tourism and excursionist mobility, between tangible and virtual experiences, between individual and collective rights or between local and global identities,...all these are changing. This is a consequence of objective changes in the context but, also, of a change in the mindset of people, and it requires subsequent changes in the institutional framework, in the assessment methods, in the governance dynamics, in the academic agenda, in the understanding of identities and, above all, in the anticipations of the future (foresight). Tourism plays a particularly relevant role within this, since it engages people into experiences of intercultural relations, fostering the notion of a new human identity. The text argues that the tourism of the 21st century will either be based in this humanity perspective, demand driven, and may flourish also in the economic dimension, or will remain captured by a logic of excursion, which is still ethnocentric and will tend to decay, even if it starts re-emerging in the post-pandemic.

Keywords

Tourism, Pandemic, Transformation, Interculturality.

Defendemos, em artigo anterior (Oosterbeek, 2020a), que a pandemia atual reorganiza os debates, mas também as tendências comportamentais (Oosterbeek, 2020b), com impactos significativos em todas as atividades, nomeadamente na mobilidade e no turismo. Neste texto, discutimos como a pandemia acelera as tendências pré-existentes e contribui para as ultrapassar.

Uma tensão entre cidadãos e instituições

A evolução da pandemia, ao longo de mais de 12 meses, aprofundou a intuição das populações de que ela marca uma nova realidade que impede o regresso ao passado. A percepção de um longo ciclo depressivo (no qual o crescimento económico não compensará, por muitos anos, as perdas sociais, nomeadamente do trabalho), acompanhada pela compreensão de que a perda nas variáveis de natureza cultural-identitária (valores, afetos, sentido de vida, bem-estar global) são radicalmente mais desestruturantes do que as perdas nas variáveis socioeconómicas (poder aquisitivo, conforto, estabilidade laboral), tem acelerado o processo adaptativo dos cidadãos, em contextos nacionais e culturais distintos, o que se exprime pelo reforço dos laços afetivos de proximidade (ou a correlata depressão psíquica, decorrente do isolamento) e pela precaução com as poupanças (por parte de quem as pode fazer neste contexto, para prover a possíveis dificuldades futuras ou para apoiar quem já as sofre atualmente, nesse mesmo círculo afetivo-vicinal de proximidade). Esta é, aliás, uma característica comum aos contextos que se sucedem a guerras e outros tipos de catástrofes (Oosterbeek, 2020c).

É curioso registar como, ao mesmo tempo, as instituições persistem em retomar o essencial do passado, não tanto em termos dos instrumentos da estratégia consumista-extrativista, pois nesse plano existe um esforço de reorganização do mercado com o chamado “Green New Deal”, mas do aparato institucional e metodológico. O discurso institucional, em especial dos governos (e suas oposições mais organizadas), para além das diferenças entre negacionistas de olhos fechados e racionalistas neopositivistas, encontra o futuro numa combinação entre “isolar os doentes” (para que a economia volte ao normal) e “cumprir as indicações” (pois não existe alternativa). Este discurso, de cariz ingénuo e totalitário, mesmo quando bem intencionado (e muitas vezes o é) não integra de forma sequer residual os eixos das preocupações das pessoas: a diversidade dos valores, a prioridade à dimensão psicológica, o debate sobre como construir um mundo diverso. Se é certo que as preocupações centrais dos cidadãos são a saúde e o emprego, uma leitura mais fina desses indicadores evidencia não apenas uma desconfiança, mas uma descrença, ou desilusão, em relação às instituições. Por exemplo, apenas 20% dos inquiridos pelo *The Workforce Institute* em 11 países consideraram que os seus empregadores os apoiaram de forma adequada face à pandemia, enquanto as prioridades se orientavam para a prevenção da fadiga e aspetos psicológicos com ela relacionados

(Workforce 2020). Esta desconfiança, que acelerou e ampliou tendências anteriores, será difícil de superar, e terá impactos duradouros no comportamento dos cidadãos face aos serviços não essenciais, como é o caso do turismo.

Ao mesmo tempo, uma retórica de violência que marca a abordagem institucional (com palavras como “exterminar”, “cumprir” ou “inimigo”) está distante da experiência dos cidadãos: não há inimigos invisíveis e não racionais e as guerras só se travam entre humanos ou, pelo menos, seres racionais com inteligência complexa. Esse descompasso entre a retórica e as percepções, que vislumbram sobretudo incerteza e dúvida sobre quais os caminhos a prosseguir, também tende a consolidar o divórcio entre cidadãos e instituições.

Finalmente, o discurso científico, pelo menos nas últimas três décadas, foi dividido entre um relativismo pós-moderno que reduzia a ciência a uma opinião (favorecendo os argumentos negacionistas da anti-ciência) e um neopositivismo autoritário que reduz a verdade a um valor estatístico (sem nunca explicar o que são probabilidades). Esta dupla face de um campo que se rendeu ao mercado, substituindo o conhecimento crítico pela procura de soluções de curto prazo, é o terceiro pilar do quadro de desconfiança dos cidadãos.

Desde finais do século XX que prevalece, nas instituições e Estados, a noção de que o futuro comporta, no essencial, uma única possibilidade, aparentemente distinta entre correntes de matriz ideológica distinta no século XX mas no essencial idêntica, em torno da expansão da lógica de um único mercado global, centrando as estratégias nas dinâmicas institucionais de base socioeconómica e não nas dinâmicas humanas de base sociocultural, reduzindo a produtos todas as realidades (incluindo as pessoas) e reduzindo o conhecimento a competências (diminuindo a sua capacidade de transformação).

Esta retórica dominante do discurso global, autoritário e de “possibilidade única”, é declinada em instituições de proximidade, com palavras como “reestruturação inevitável”, “competição”, “ganhar o futuro”, “salvar a empresa”, “mercado do ensino”, etc., gerando respostas orgânicas não menos desprovidas de capacidade de transformação, como “direitos adquiridos”.

A expressão mais grave deste discurso, por ser bem intencionada e distraidamente anti-humana, é o chamamento a “sair da zona de conforto”, como se o conforto (i.e., “fortalecer”, no sentido original, e “aliviar” ou “suavizar” no sentido hoje dominante),

quer dizer, o bem-estar, o sentido de vida em comunidade, fosse algo a trocar por uma qualquer estatística.

Ora são o conforto, a qualidade de vida, a suavidade dos afetos e os seus sucedâneos (solidariedade, compaixão, atenção pelos que nos rodeiam ou, para usar uma palavra que o uso corrompeu mas é mais que nunca atual, a *caritas*) que parecem nortear os cidadãos, as diferentes palavras e expressões formando uma constelação diversa mas convergente (Pinto et al., 2017), que se aprofunda com a pandemia e tenderá a permanecer no futuro a médio prazo (pelo menos).

Cultura: entre a antiga economia e a reorganização

As expressões e vestígios da diversidade cultural no planeta constituem o foco mobilizador da atividade turística, acima de qualquer outro, pois é uma componente presente nas preocupações dos turistas, mesmo quando se deslocam para espaços que entendem como “naturais”, como as praias ou as montanhas, obviamente devidamente antropizadas, para que possam corresponder às expectativas de quem a elas se desloca (Chevrier & Clair-Saillant, 2006). Observar os impactos da pandemia neste domínio é, por isso, nuclear para tentar compreender como se tenderá a desenvolver o turismo nos próximos anos.

Em 2019, antes da pandemia, o setor cultural e criativo na União europeia representava quase 650 biliões de euros, dos quais mais de um terço eram mais valias (com um peso que era o dobro do da indústria farmacêutica), globalmente correspondendo a 4,4% do PIB (Lhermitte, 2021). Estes números traduziam-se, também, em 7,6 milhões de postos de trabalho (3,9% do total), sem contar os 10,7 milhões de postos de trabalho diretamente no setor do turismo (5,6% do total). Este peso no mercado do emprego só era superado pela indústria da construção (12,1 milhões, ou 6,3%), ficando acima do setor dos transportes e logística (5,3%) e muito acima da indústria química (apenas 0,6%) e de setores tecnológicos (em que o campo de maior expressão são as comunicações, com uns magros 0,5%).

Em 2021 o setor registou uma quebra de 31%, que não foi maior devido ao peso da vertente digital (81% do fluxo de dados na internet estava associado a este setor), e foi acompanhado de uma retração do turismo na ordem dos 27%. Foram especialmente graves os impactos nas artes performativas (quebra de 90%) e na área

musical (menos 76%). Uma análise mais detalhada por setores evidencia, aliás, que os setores mais impactados foram (são) os que mais postos e trabalho geram, mesmo que tenham menor rentabilidade financeira. Inversamente, setores com forte dimensão digital, como a comunicação social ou o audiovisual, registam quebras menores.

Esta realidade é continuada pelas expectativas de futuro na sociedade. Cerca de 46% dos inquiridos, à escala europeia, indicaram que não voltariam a espetáculos presenciais durante muitos meses e, mais significativamente, 21% disseram que o não fariam durante vários anos. Certamente que, se a primeira percentagem se pode interpretar na relação com a expectativa de prolongamento das restrições decorrentes da pandemia, já o facto de mais de um quinto dos inquiridos projetar esse “abandono” por anos terá de ser compreendido à luz de outros fatores, como a crise económica e a reorientação para a poupança e como uma reorientação de prioridades nos processos de vivência em sociedade, ou seja, de participação na *polis*.

A ser assim, e mesmo se se pode considerar correto um discurso que valoriza o setor cultural e criativo no processo de construção europeia, o que se regista é um divórcio agravado entre as estratégias públicas de afirmação dos setores tradicionais (globais), de que este é um exemplo, e as novas necessidades percebidas pelos cidadãos (não apenas os 21% que o afirmam abertamente, mas a grande maioria que se vai realinhando com outras práticas, mesmo que não o admita, ou não reflita formalmente sobre essa mudança). Um indicador desse desfasamento é a relação entre as mais rápidas taxas de crescimento do setor até 2019 (na Europa de Leste mas, também, em Portugal) e as mais graves quebras em 2020 (igualmente na Europa de Leste, que registou quebras acima dos 35% e, em alguns países, dos 40%, enquanto Portugal registou uma quebra um pouco abaixo desse valor, mas acima de países como a Espanha ou a Itália, onde a relação dos equipamentos culturais com a sociedade nacional é mais forte).

O crescimento das chamadas “indústrias criativas” afirmou-se, nos anos que se seguiram à crise de 2008, como um setor por excelência de crescimento económico apoiado na precarização do emprego (33% de trabalhadores sem vínculo laboral, contra 14% na economia em geral, ainda que registando uma maior igualdade de género, uma mais elevada taxa de ocupação de jovens e uma maior qualificação média), assumindo uma “flexibilidade” cuja resiliência se verificou, em 2020, ser de extrema fragilidade. É difícil não refletir sobre a possível correlação entre este emprego “jovem, qualificado e igualitário, mas absolutamente precário” e a

radicalização social crescente nas sociedades europeias, e na Portuguesa também (escrevo estas linhas no dia em que uma sondagem da *Aximage* para o jornal *Diário de Notícias* revela que a figura que, para a maioria dos jovens, lidera a oposição não é o dirigente do maior partido – que tem essa liderança entre os mais velhos – mas o do partido de extrema direita).

A quebra do setor cultural e criativo, mais que triplicando a quebra geral da economia europeia em 2020, afetou mais severamente os mais pobres, precipitou na pobreza uma parte das classes médias e agravou as expectativas dos mais jovens, ao mesmo tempo que obrigou a uma revisão de prioridades por parte dos mais velhos. Enquanto muitos dos equipamentos culturais esperam uma recuperação plena até 2024, entendendo por “recuperação plena” as hordas de turistas que percorriam museus sem qualquer mediação intercultural, são 12,5% os museus que, a par de muitos cafés, pequenos restaurantes ou lojas de roupa, admitem não poder reabrir (Lhermitte, 2021). Seja com a expectativa de poder regressar ao passado, seja com a resignação de não conseguir sobreviver, não deixa de ser assinalável e preocupante que a maioria dos equipamentos culturais não pareça incorporar a noção de transformação na sua própria existência, quando não se cansa de o recomendar ao resto da sociedade (e.g. Hafner et al., 2007).

Estes dados do setor cultural e criativo são essenciais para prever a evolução do turismo nos próximos anos. Ela será condicionada pela reorganização da sua maior âncora, que é a cultura e por um conjunto de perceções que se refletem na forma como é encarado eventual regresso a anteriores práticas: enquanto o regresso aos espaços culturais é admitida, por mais de 50% da população, como podendo ocorrer nos próximos meses (ainda assim, com mais de 25% da população a rejeitá-lo), a ideia de esperar anos para viajar de avião é assumida por 34% das pessoas e a perspetiva de fazer um cruzeiro de barco é posta de lado por 63% das mesmas.

É por isso muito insuficiente uma orientação, como a defendida pela EY (Lhermitte, 2021) para a recuperação do setor cultural e criativo, a partir dos eixos financeiro (investimento mínimo de 2% da chamada “bazuca” de recuperação e resiliência), de afirmação do mercado privado das empresas culturais (que sem dúvida precisa de regulamentação) e de uma ideia, algo ingénua, de utilização deste setor para “alavancar”, com o “poder da cultura” o valor do “European Green Deal” (visão que até poderia funcionar, mas como António Ferro já não está entre nós, não se vislumbra outro intelectual totalitário e brilhante para o substituir – ainda que as máquinas

institucionais da cultura institucional estejam repletas de candidatos falhados a esse posto).

Esta insuficiência regista-se no setor cultural e criativo, de forma mais ampla no setor turístico e, globalmente, nas insuficiências do “New Green Deal” (Comissão Europeia, 2019), cuja designação é, em si mesma, todo um programa de novidade (m continuidade), ação climática (essencialmente mercantil) e pacto (apresentado como único caminho), no qual a humanidade, as suas culturas e os cidadãos são, apenas, um elemento secundário, pese embora a versão nacional desta abordagem (a *Visão estratégica para o Plano de Recuperação Económica de Portugal*) até se poder considerar “um oásis de relevância no deserto de trivialidades” (Soromenho-Marques, 2020). Também o Plano de Recuperação e Resiliência é, em traços gerais, um documento positivo: integrador (ao invés de isolar a cultura como um segmento de mercado apenas, o que aliás deixou insatisfeitos alguns dos seus profissionais), incorpora conceitos como “cultura científica”, “apropriação social do conhecimento” ou “interculturalidade”, inscrevendo a cultura e o património nas dinâmicas territoriais (como os “Condomínios de Aldeia”, que recuperam, e bem, a proposta de “Empresas de Aldeia” que o Município de Mação propõe há anos).

Mas terão estes documentos estratégicos força suficiente para contrariar uma abordagem liberal e nostálgica que domina as instituições e as estratégias de bate territorial, como no caso do *Visão Estratégica para a Região Centro 2030* a qual, apesar de datar de setembro de 2020, se centra plenamente na velha economia (oferta e procura, produção, distribuição, mercado internacional, transformação digital), temperada com algumas temáticas sociológicas (emprego, saúde, curiosamente sem considerar nas preocupações introdutórias a educação) e sem uma única referência à cultura (para além da sua dimensões criativa/económica, empresarial e securitária)? É interessante registar como uma palavra fundamental perante a incerteza, “transformação”, aparece sempre associada ou à digitalização ou à economia, mas nunca aos valores ou mentalidades. Que futuro se poderá esperar para a região centro, com uma “visão” que exclui a principal variável do comportamento humano perante a incerteza?

Um relançamento do turismo, não limitado à promoção de uma bolha especulativa apoiada na desregulação, deverá conceber-se como um serviço social que parte da diversidade cultural, assumindo a complexidade desta e a sua vivência não como exercício de propaganda de ideias simplificadas, mas como campo de experimen-

tação (como, por exemplo, no excelente exemplo de Chambon-sur-Lignon – vd. Gril-Mariotte, 2020), e que em primeiro lugar se dirige à comunidade onde os bens culturais (incluindo os paisagísticos) se inserem (o oposto da realidade até 2019, onde, em Portugal, 70% dos visitantes “contabilizados” eram estrangeiros, gerando uma orientação dos equipamentos culturais não para a formação crítica para a cidadania, mas apenas para a geração de rendimento).

Caminhos de convergência

A economia financeira das últimas décadas privilegiou o crescimento determinado pela ampliação da oferta, com escassa consideração das necessidades que poderiam determinar uma procura consciente e crítica, ou seja, baseada numa reflexão de médio e longo prazo e não apenas de satisfação imediata. Uma orientação determinada pela procura, nesta base, não teria permitido um crescimento tão rápido da economia (e não negamos o impacto positivo desse crescimento, em vertentes como a redução da pobreza ou a igualdade de género, por exemplo), mas também não teria conduzido ao sobre-endividamento das famílias, que é um problema global e especialmente grave em Portugal, nem teria alimentado as bolhas especulativas que, com cadências e escalas cada vez maiores, foram sacudindo a economia desde a década de 1980 (Tapia, 2013).

Num contexto de divórcio entre cidadãos e instituições e de reorganização da economia em torno das novas perceções de necessidades e serviços, o turismo terá um futuro sustentável se, ao invés de centrar os planos de recuperação sobre a forma dos produtos que oferecia antes da pandemia, começar por visitar os seus fundamentos enquanto serviço determinado pela procura e não pela oferta, dado que a palavra-chave no pós-pandemia e em contexto de depressão global, é “confiança” (Hubeek et al., 2008).

O divórcio referido coloca, como em outros momentos da história, a necessidade de renovação da confiança, o que implica uma racionalização do processo e o foco num conhecimento crítico. Um exemplo muito relevante para o turismo é o tráfego aéreo, que após a crise de 2008 demorou 4 anos a recuperar, em termos globais, mas que, quando observada a crise pandémica de SARS em 2003, que teve uma amplitude menor, deixou vestígios no comportamento das populações mais afetadas que duram até hoje (Puttaiah et al. 2020).

O rácio desequilibrado entre aceleração de processos (precipitada pela pandemia e a resposta adaptativa dos cidadãos) e ritmo mais lento de transformações (decorrente da resistência à mudança das instituições) tenderá a equilibrar-se à medida que uma nova dinâmica se for instalando, na qual se irão combinar expressões de economia de subsistência em paralelo com a economia de mercado (o que já ocorre, com a designação e economia paralela, mas tenderá a aumentar e a ser normalizado, nomeadamente como forma de evitar roturas sociais num quadro de redução do mercado de trabalho e como forma não apenas de assegurar renda mas, também, ocupação), com o turismo (no seu sentido original) a crescer mais do que a mobilidade excursionista (pois o primeiro é guiado pela procura), especialmente orientado para as experiências tangíveis (pois são essas que foram amputadas com a pandemia), num quadro global em que se discutirão, cada vez mais, as tensões na comunidade entre direitos individuais e coletivos ou entre identidades locais e globais.

As empresas que estejam disponíveis não apenas para vender serviços, mas para construir novas soluções em função de novas necessidades orientadas pela procura, estarão certamente com uma perspetiva de crescimento mais lento, mas mais consolidado e sustentável. No mesmo sentido, as mudanças na mentalidade dos cidadãos, que ainda mal se podem entrever e serão moldadas pelos próximos anos de incerteza, irão requerer subseqüentes alterações no quadro institucional, nos métodos de avaliação, na dinâmica da governação, na agenda académica, na compreensão das identidades e, sobretudo, nas antecipações do futuro. A palavra confiança irá ser declinada, também, cada vez mais, no cruzamento com a multiculturalidade, sendo que o turismo desempenha um papel particularmente relevante neste domínio, uma vez que envolve as pessoas em experiências de relações interculturais, fomentando a noção de uma nova identidade humana.

A aceleração aprofunda e agrava a crise do modelo pré-pandemia, mas comporta, também, caminhos para a sua superação.

Referências

Barbosa, R. (2021). André Ventura empata Rui Rio na oposição. *Diário de Notícias*, ed. 28.02.2021.

Chevrier, F.G. ; Clair-Saillant, M. (2006). Renouveau du tourisme culturel : que reste-t-il du «touriste»? *Téoros. Revue de recherche en Tourisme*, 25-2, pp.72-74.

Comissão Europeia (2019). *Pacto Ecológico Europeu. Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho Europeu, ao Conselho, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões*. Bruxelas: Comissão Europeia, 11.12.2019.

Gonçalves, C.V.; Carvalho, J.M.L.; Tavares, J. (2020). *Património Cultural em Portugal: Avaliação do Valor Económico e Social*. Lisboa: Fundação Millennium Bcp.

Gril-Mariotte, A. (2020). Histoire d'un lieu de mémoire du refuge européen: Le Chambon-sur-Lignon. *Synergies Roumanie*, 15:83-94.

Hafner, Diane & Rigsby, Bruce & Allen, Lindy. (2007). Museums and Memory as Agents of Social Change. *International Journal of the Humanities*. 3.

Hubeek, F.A.; Geerling-Eiff, F.A.; van Baalen, P.J. (2008). Supply- versus demand-driven knowledge dissemination: a focus on. «strategic space». <http://edepot.wur.nl/745>. Consulta: 28.02.2021.

Lhermitte, Marc (2021, coord.). *Rebuilding Europe. The cultural and creative economy before and after the COVID-19 crisis*. London: EY Consulting.

Oosterbeek, L. (2020a). Turismo, património e o impacto do Covid-19 na mudança de paisagens culturais à escala global. In *Turismo Mundial, Crise Sanitária e Futuro: visões globais partilhadas*. Tomar: Instituto Politécnico de Tomar, pp. 141-154.

Oosterbeek, L. (2020b). From Humankind towards Humanity, through epidemics and sociocultural cohesion. *Territori della Cultura*, 40, pp.10-19.

Oosterbeek, L. (ed. 2020). *Transformation des paysages culturels dans le contexte de pandémies, conflits et catastrophes*. Mação: Instituto Terra e Memória.

Pinto, S., Fumincelli, L., Mazzo, A., Caldeira, S., & Martins, J. C. (2017). Comfort, well-being and quality of life: Discussion of the differences and similarities among the concepts. *Porto biomedical journal*, 2(1), 6–12.

Plano (2021). *Plano de Recuperação e Resiliência*. Lisboa: Ministério do Planeamento.

Puttaiah, M.H.; Raverkar, A.K.; Avramakis, E. (2020). *All change: how COVID-19 is transforming consumer behaviour*. <https://www.swissre.com/institute/research/topics-and-risk-dialogues/health-and-longevity/covid-19-and-consumer-behaviour.html>. Consulta: 28.02.2020.

Soromenho-Marques, V. (2020). Mudar a economia para merecer o futuro. *Jornal de Letras*, 09.09.2020, pp.25-26.

Tapia, José A. (2013). From the Oil Crisis to the Great Recession: Five crises of the world economy [paper presented at the ASSA-AEA 2014 Meeting, Philadelphia, PA]. https://drexel.edu/~media/Files/coas2/politics/Tapia_FromTheOilCrisisToTheGreatRecession%20-%20FiveCrisesOfTheWorldEconomy%202014.ashx?la=en.
Consulta: 28.02.2021

Visão (2020). *Visão Estratégica para a Região Centro 2030*. Coimbra: CCDR-C.

Workforce (2020). *"Hindsight 2020: COVID-19 Concerns into 2021": A New Survey by The Workforce Institute at UKG*. <https://workforceinstitute.org/hindsight-2020-covid-19-concerns-into-2021-a-new-survey-by-the-workforce-institute-at-ukg/>.
Consulta: 28.02.2021.

AUTORES

Alexandra Silva
Ana Campón-Cerro
Ana Coelho
Ana Moreno-Lobato
Ana Nata
André Soares
Cecília Baptista
Consiglia Sardella
Davide Delfino
Elena Makeeva
Elide Di-Clemente
Francisca Michelon
Filipe Romão
Fioravante Vignone
Gianluigi Ciamarra
Giovanni Germano
Giovanni Sardella
Maria Antonia Bove
Maria Graciete Honrado
João Neto Azevedo
João Tomaz Simões
Jorge Rodrigues
Jorge Simões
José Barros
José Costa

José Hernández-Mogollón
Kerley Alves
Luís Mota Figueira
Luiz Oosterbeek
Marisa Simões
Mike Azevedo
Nélida do Rosário da Luz
Norman Ranellucci
Oliva Martins
Paolo Discenza
Patrícia Nunes
Ruben Loureiro
Rui Carvalho
Sérgio Martins
Silvana Bezzi
Susana Domingos

