

Crónica de eventos

XII Fórum Internacional de Turismo – FIT’17 Turismo em 2017 – Tendências e Oportunidades – Vila Nova de Gaia – 16 de fevereiro de 2017 ^[1]

Yousra Makanse*; Lorenzo Bordonaro*; Gonçalo Mota*

Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (Portugal)

O Fórum Internacional de Turismo (FIT) é um projeto do IPDT - Instituto de Planeamento e Desenvolvimento do Turismo, em parceria com a Porto e Norte de Portugal E.R., tendo o patrocínio do grupo Solverde, um dos maiores grupos hoteleiros de Portugal. Segundo os organizadores, o fórum, que é organizado anualmente desde 2004, tem como objetivo “a partilha de ideias e a discussão de dinâmicas para o turismo, apresentando propostas para o setor”. A XII edição do evento teve lugar em 16 de Fevereiro de 2017 em Vila Nova de Gaia. Estiveram presentes especialistas, académicos, jornalistas, empresários e políticos da área, prontos para discutir as mais recentes tendências e oportunidades da atividade turística mundial, o estado atual do turismo em Portugal e possíveis estratégias para o seu desenvolvimento na região norte do país. Para além das palestras e apresentações, o evento serviu também como marco para o lançamento do anuário “Turismo’17” e a apresentação dos recentes resultados da edição especial do Barómetro do Turismo. O evento foi hospedado pelo Hotel Solverde - Spa & Wellness Center, em Vila Nova de Gaia. A luxuosa estrutura de acolhimento, pertencente ao grupo Solverde, foi o cenário perfeito para um evento fundamentalmente dedicado à celebração do recente sucesso do turismo em Portugal. A organização impecável, o serviço e as refeições destinadas aos mais de 200 participantes e a presença de representantes políticos com tendência que caracterizaram o evento como uma demonstração do sucesso, mais do que como um espaço para uma real reflexão sobre o estado do turismo em Portugal. Todas as comunicações dos oradores estão disponíveis no site do IPDT, no endereço <http://ipdt.pt/?cId=e7a00bd6-084f-2cd4-9abb-e425ffbcc0ed>

A abertura do evento contou com a presença dos responsáveis da Confederação do Turismo de Portugal, do IPDT, do Turismo do Porto e Norte de Portugal, da Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia e do Grupo Solverde, este último também no papel de *chairman* da conferência. Melchior Moreira, presidente do Turismo do Porto e Norte de Portugal, apresentou com satisfação os indicadores do turismo em Portugal, apontando para o crescimento evidente da atividade no último ano, e para as perspetivas positivas do mercado nos próximos anos. Moreira salientou, ainda, o evento Rally de Portugal como um exemplo de modelo de acontecimento turístico e desportivo que atingiu um impacto económico de 129,3 milhões de euros. A comunicação abordou ainda o tema da sazonalidade que continua a travar a possibilidade de aumento e distribuição de turistas ao longo do ano: “Não podemos parar!”, salientou, terminando assim a sua intervenção, referindo-se ainda à necessidade de trabalhar em rede e a urgência de criar um consenso territorial que tornará a marca Porto e Norte mais forte.

No mesmo tom elegíaco, Francisco Calheiros, presidente da Confederação do Turismo de Portugal, reforçou o sucesso do setor turístico em Portugal no último ano, e as vantagens e os benefícios relativos à balança dos pagamentos e do emprego. Como no caso de Moreira, a intervenção de Calheiros salientou a necessidade de “continuar a crescer” e “manter a competitividade”, sugerindo também uma maior articulação entre o Estado, as infraestruturas públicas e as exigências do turismo. Aqui, foi referida a

* Bolseiros do projeto Dourotur: Projeto de I& DOUROTUR

questão aeroportuária (a construção do novo aeroporto de Lisboa) e a necessidade do SEF (Serviço de Estrangeiros e Fronteiras) proporcionar controlos mais rápidos nos aeroportos, evitando filas e atrasos. Calheiros pareceu sugerir que quanto mais o turismo se torna a atividade de maior relevância em termos económicos em Portugal, esta mesma atividade deveria centralizar-se como regedora da máquina pública e das políticas de desenvolvimento e criação de infraestruturas. Algumas dúvidas e *caveat* foram levantadas por António Jorge Costa, presidente do IPDT, sobre “este sucesso ser partilhado por todos”, alertando que “o turismo é sustentável se os benefícios são repartidos pela sociedade em geral, e não exclusivamente para os operadores turísticos”, reforçando a qualidade e autenticidade como práticas orientadoras de uma atividade turística de sucesso.

Estas preocupações, relacionadas com os efeitos sociais do recente crescimento turístico em Portugal, apesar de terem sido afluídas de forma superficial por outros oradores, e de forma mais incisiva por Richard Butler, surgiram ao longo do evento como uma questão marginal, que não chegou a despoletar debates nem comentários significativos, evidenciando assim a abordagem puramente economicista ao fenómeno do turismo que dominou o evento.

Estas afirmações veiculam uma convicção implícita de que o incremento das receitas nacionais na área do turismo irá beneficiar toda a população nacional - não só os diretamente envolvidos na indústria do turismo - através dos impostos e de forma automática. Em termos gerais não é demasiado surpreendente, num evento cujo objetivo era claramente celebratório: apresentar os dados fortemente positivos da economia turística portuguesa nos últimos anos e promover o seu ulterior desenvolvimento nos próximos. Apesar deste aparente sucesso, tal como o professor Butler teve oportunidade de nos confidenciar numa conversa informal após a sua apresentação (fig.1), “o crescimento não é negativo *per se*, mas depende sempre da forma como é gerido!”. Políticos e empresários presentes neste evento, pelo contrário, parecem concordar com a política do *laissez faire* que é, de fato, a que tem dominado a expansão do turismo em Portugal. Em sintonia com esta abordagem, a avaliação feita pela grande maioria dos oradores foi puramente economicista, sem reflexões mais alargadas sobre os impactos do turismo em outras esferas, nomeadamente sociais e ambientais.

Fig. 1 - Conversa informal com o professor Richard Butler. Fotografia: Gonçalo Mota



Para a primeira mesa de debate, intitulada *Turismo e Tendências de Consumo*, foram convidados a diretora do Programa de Membros Afiliados da UNWTO - World Tourism Organisation, Yolanda Perdomo, a consultora de tendências de consumo da Euromonitor, Daphne Kasriel-Alexander e o editor-chefe da revista *World Hospitality and Tourism Themes*, Richard Teare, que expuseram o *state of the art* da atividade turística debatendo sobre as principais expectativas e tendências para a área.

Yolanda Perdomo salientou os resultados positivos do turismo mundial na última década, que atingiu percentagens de crescimento de 3-4% ao nível global, apesar dos vários obstáculos determinados por tensões geopolíticas e apresentou também os indicadores previstos para o mercado do turismo em 2017. Como assinalou Perdomo, as previsões apontam para um número global de 1.8 bilhões turistas em 2030. Em conclusão, a oradora lembrou que 2017 foi declarado Ano Internacional do Turismo Sustentável para o Desenvolvimento, assinalando a página da UNWTO dedicada à efeméride <http://www.tourism4development2017.org/>, apontando as várias campanhas desenvolvidas pelo mesmo organismo no âmbito desta celebração, para incentivar o turismo sustentável, responsável e respeitador das diferenças culturais, identificadas pela tag *#travelenjoyrespect*.

Daphne Kasriel-Alexander consultora de tendências de consumo da Euromonitor - empresa privada de pesquisas de mercado - apresentou as dez principais tendências de consumo global, explorando o potencial destas para a atividade turística. Em primeiro lugar, salientou que a média da população global será sénior. Ainda assim o envelhecimento como processo social está a sofrer alterações profundas, resultando em carreiras profissionais mais longas, maior tempo de vida ativa e uma procura mais específica em termos de produtos e serviços - assim, os *over 50* serão protagonistas dos mercados nos próximos anos. Os mais novos estão simultaneamente a ter um impacto profundo no mercado, quer como classe de consumidores, quer como influenciadores das decisões de consumo dos adultos. Em 2017 vamos também assistir ao crescimento de novas demandas por parte dos ‘consumidores atípicos’ (portadores de necessidades especiais, obesos, etc.), que exigem respostas específicas do mercado que vão ao encontro das suas exigências. A celeridade da aquisição do serviço será mais uma tendência do mercado, com os consumidores a exigir pagamento e entrega de forma cada vez mais rápida e eficiente. Entre um dos *added-values* mais procurados pelos consumidores em 2017, Kasriel-Alexander citou a autenticidade, na qual situações e experiências reais são procuradas e protagonizadas por pessoas ‘comuns’. Esse fenómeno já é percebido pelo crescimento das campanhas de *marketing* que celebram de alguma forma ‘o real’ - *real people in real situations*, pelo aumento do apelo por comidas “autênticas” e “honestas” e pelo incremento das experiências onde se é possível viver “com e como os locais”. A identidade dos consumidores, salientou ainda a oradora, é cada vez mais complexa, estratificada, e fluída, exigindo dos mercados uma estratégia de produção e *marketing* que tenha em consideração as afirmações identitárias mais variadas e supere categorias sociais rígidas (género, classe, pertença étnica). A consequência desta atenção à diferença, vai manifestar-se na personalização de produtos e experiências, tornando obsoleta a lógica de produção em massa. O serviço de pós-venda será também central na avaliação e preferência dos consumidores, assim como as questões da segurança e privacidade. Por fim, a saúde, o estar em forma e o bem-estar serão preponderantes nos próximos anos, como símbolos de *status* para uma fatia importante dos mercados internacionais.

Richard Teare, editor-chefe da revista *World Hospitality and Tourism Themes* (www.emeraldinsight.com/whatt.htm), colaboradora institucional do evento, apresentou as características da revista, as suas finalidades e objetivos, num claro interlúdio publicitário no qual apresentou e promoveu um modelo editorial que esteja em sintonia com a indústria, por ele denominado “industry based framework”.

Seguindo a programação, a segunda mesa de debate, intitulada *A Experiência Turística em Portugal*, contou com uma comunicação inicial de Richard Butler, professor da Strathclyde Business School da Universidade de Strathclyde (Glasgow, RU), que apresentou “The Tourist Experience: Can We Maintain Authenticity?: Implications for Tourism Destination Communities”. A apresentação abordou a questão da autenticidade (real e percebida) e a sua importância para a atratividade de um destino turístico. Butler mostrou também o caráter fictício, construído, inventado, que o autêntico tem no mercado turístico. Sucessivamente, o professor abordou a questão do turismo sustentável, declarando-se cético sobre a possibilidade de um turismo com estas características. E evidenciando o exemplo dos Parques e Reservas Naturais nos quais a conservação da natureza é antagonista do desenvolvimento de atividades turísticas, mesmo sendo estas denominadas “de natureza”.

Butler considera que o grande motor gerador do turismo foi e continua a ser o turismo de massas e esta forma de turismo é fundamentalmente incompatível com um ‘turismo sustentável’. Além disso, continuou, a sustentabilidade de um destino turístico do ponto de vista económico, ambiental e socio-cultural, depende de forma primordial das ações e decisões da esfera política. Na impossibilidade de

limitar e controlar o turismo de massas, o que Butler sugere é que as comunidades tenham a capacidade de se tornar mais resilientes. O turismo e o mercado, concluiu, não vão mudar: o que podem mudar são as comunidades acolhedoras, que podem apostar nas suas próprias características para se tornarem mais fortes, conquistando assim um maior domínio do mercado - não apenas reagindo, mas exercendo controlo real sobre a atividade turística.

Após a apresentação do professor Butler, a sessão foi dominada por representantes políticos de diferentes regiões do país: Luís Araújo (Presidente do Turismo de Portugal, I.P.), Eduardo Jesus (Secretário Regional da Economia, Turismo e Cultura da Madeira), Marta Guerreiro (Secretária Regional da Energia, Ambiente e Turismo dos Açores), Rui Moreira (Presidente da Câmara Municipal do Porto) e Luís Ferreira Lopes (Assessor à Presidência da República de Portugal). Entre os comentários mais interessantes, vale a pena destacar a intervenção de Luís Araújo, que salientou, no mesmo tom otimista que dominou todo o evento, que “há margem para crescimento no turismo”, mas que “o desafio é ver como as pessoas aproveitam esta situação para enriquecer as suas vidas e contribuir para a riqueza do país”. Salientou ainda que é “a harmonia entre estrangeiros e residentes é a chave do sucesso”. Rui Moreira, presidente da CM Porto, pressionado pelo comentador em relação aos efeitos negativos que o turismo poderia ter em termos de especulação imobiliária sobre a cidade do Porto, e eventuais processos de gentrificação, minimizou o fenómeno, salientando a positividade da “reabilitação por fins turísticos” na cidade e o impacto que isso teve em zonas há muito abandonadas no centro histórico da cidade, com aumento da segurança urbana objetivada e percebida. Luís Lopes, assessor da presidência da república portuguesa, apelou à coesão nacional, afirmando também que é preciso distribuir riqueza, mas que o país necessita de agentes económicos “com mais músculo e mais tenacidade”, terminando com um elogio dos recursos turísticos portugueses, considerando os mesmos tautologicamente de “verdadeiramente autênticos e genuínos”.

A última mesa de trabalho teve como *keynote speaker* o professor John Bowen da Universidade de Houston, autor em parceria com Kotler e Makens da seminal “bíblia” de *marketing* turístico, “Marketing for Hospitality and Tourism”, que proferiu a comunicação “Seven Trends That Are Changing Travel and Tourism”. A palestra apontou para alguns fatores, sociais, tecnológicos e económicos que estão e continuarão a condicionar a indústria da viagem e do turismo, nomeadamente: tecnologia, economia da partilha (*sharing economy*), mudanças geracionais, globalização, social media, bem-estar e turismo médico, responsabilidade social das empresas. Foram expostas algumas características dos *millennials* como nova classe de consumidores que exige sobretudo experiências nas quais já não se distinguem as fronteiras entre lazer e trabalho referindo o conceito de *bleisure* (*business + leisure*) como um novo paradigma a ter em conta na criação de produtos turísticos.

Na segunda parte do painel assistimos às intervenções de Adrian Bridge (CEO, The Fladgate Partnership), António Loureiro (Diretor Geral, Travelport), Francisco Coelho (Vice-Presidente, Associação Nacional de Turismo) e José Guilherme Aguiar (Vereador, Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia). Adrian Bridge, empresário de sucesso, elemento de uma aristocracia britânica que ainda prevalece no Douro e sobre o qual tem um domínio económico, tanto nas áreas de produção de vinho do Porto como em experiências de turismo de luxo, referiu na sua intervenção a falta de confiança no nosso produto Portugal. Salientou a importância dos nichos e segmentos com sucesso, a competitividade potencial (ex. falar inglês), a diversificação de produtos e maior confiança no preço. Também destacou que não se deviam questionar as companhias de aviação *low cost*, a necessidade de entender o mercado, diferenciar-nos e criar experiência turísticas orientadas a nichos de oportunidade, discursando sobre o seu modelo de negócio e sobre a mesquinhez da mentalidade portuguesa que prefere a imitação do sucesso à inovação, vangloriando-se de poder estabelecer a quantia de 3.000 euros por noite numa suite do seu Hotel “The Yetman” em Gaia e de ainda assim ter clientes dispostos a fazer esse consumo.

Pelo seu lado, António Loureiro (Grupo Travelport) assinalou o valor da tecnologia e o dinheiro para entrar no que ele denominou de “batalha de informação”. Segundo ele, é necessário conhecer primeiro os clientes com olhos fechados e mais tarde pensar como vamos aparecer na web. Francisco Coelho (Associação Nacional de Turismo), apostou na ideia da qualificação e formação da oferta do destino que é por vezes inadaptada, algo sobre o qual já tinha proposto também o orador anterior, e na potenciação da crescente procura turística de Portugal por turistas vindos dos EUA, Alemanha e França, devido à estabilidade, segurança e bem-estar do país. Finalmente sublinhou a estratégia política de apostar no mercado turístico chinês.

Finalmente, o painel foi encerrado por José Guilherme Aguiar, que apontou a maior experiência viageira dos jovens europeus e a necessidade de focar mais este segmento etário nos mercados turísticos.

O encerramento do evento foi marcado pelos discursos do presidente do IPDT, Ant3nio Jorge Costa e do presidente da Câmara Municipal de Espinho, Pinto Moreira. Na sua interveno, Pinto Moreira salientou que o turismo em Portugal deve ser encarado como a “galinha dos ovos de ouro”, e que em geral, ele “prefere ter o problema da pressão turstica do que não ter turismo nenhum”. Reclamou ainda a necessidade de encontrar solues que permitam uma regulao do turismo, para que esta seja uma atividade que beneficie tamb3m as áreas perif3ricas dos centros urbanos, evidenciando a problemática do territ3rio e a dificuldade de operacionalizar a ret3rica do trabalho em rede. Tanto o autarca de Espinho como o representante do munic3pio de Gaia, expressaram a dificuldade de viver “ sombra” do fen3meno Porto, referindo que deveria existir uma descentralizao da parte da D.M.O. Porto e Norte permitindo e criando estrat3gias de encaminhamento de turistas para os seus munic3pios.

O evento concluiu-se com o inevitável ‘Porto de honra’. Ficamos a saborear o vinho em cálices de plástico, e a refletir sobre o significado deste evento. Apesar da participao de dois investigadores de renome internacional, podemos afirmar que o objetivo do FIT 17 não era (e de facto não foi), analisar ou avaliar o turismo em Portugal numa perspetiva mais ampla e complexa. A participao de Richard Butler, o 3nico que colocou alguma reflexão crtica sobre os efeitos do turismo (sendo completamente ignorada pelos outros oradores e pelo p3blico), foi puramente ‘para ingl3s ver’. Tirando isto, não houve de facto nenhuma análise dos efeitos a m3dio e longo prazo do turismo em Portugal, nem dos que no futuro poderão vir a ser produzidos. De facto assemelhou-se a um encontro de empresários de sucesso, no qual se apresentam indicadores muito positivos. Muitos n3meros, muitos sorrisos. O que mais nos surpreendeu, talvez, foi a quase perfeita sobreposio de posicionamento entre empresários tursticos e administradores p3blicos. Considerado o elevado n3mero de representantes da administrao p3blica, espantou de facto a total aus3ncia de reflex3es mais alargadas, de posicionamentos minimamente crticos, de sugest3es relacionadas com a possibilidade de uma melhor gestão do turismo em Portugal, a não ser - claro - para estimular o seu crescimento. Talvez não deva surpreender, num pa3s que há poucos anos estava  beira da bancarrota, ref3m de um resgate financeiro.  sa3da do hotel, um Jaguar cinzento repousava ostensivamente sobre a zona de pe3es que d acesso ao hotel. Deitmos os cálices de plástico no lixo (não diferenciado) do hotel, e voltamos para o Douro. O verdadeiro. De autocarro...

[1] Este trabalho 3 financiado por: Fundos Europeus Estruturais e de Investimento, na sua componente FEDER, atrav3s do Programa Operacional Competitividade e Internacionalizao (COMPETE 2020) [Projeto n3 006971 (UID/SOC/04011); Refer3ncia do Financiamento: POCI-01-0145-FEDER-006971]; e por Fundos Nacionais atrav3s da FCT – Fundao para a Ci3ncia e a Tecnologia, no âmbito do projeto UID/SOC/04011/2013.

Projeto Dourotur: Projeto de I& DOUROTUR – Tourism and technological innovation in the Douro, n.3 da operao NORTE-01-0145-FEDER-000014, cofinanciado pelo Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional (FEDER) atrav3s do NORTE 2020 (Programa Operacional Regional do Norte 2014/2020). Investigador responsável: Prof. Dr. Xerardo Pereiro (UTAD- CETRAD) – xperez@utad.pt Financiamento: 679.458,26 – Contatos:

Centro de Estudos Transdisciplinares para o Desenvolvimento (CETRAD)

Departamento de Economia, Sociologia e Gestão (DESG)

Escola de Ci3ncias Humanas e Sociais (ECHS)

Universidade de Trs-os-Montes e Alto Douro (UTAD)

Edif3cio do P3lo II da ECHS, Quinta de Prados, 5000-103- Folhadela -VILA REAL (PORTUGAL); telefone: 351-259350300

Mail do CETRAD: cetrad@utad.pt; Web do CETRAD: www.cetrad.utad.pt; Mail do projeto: dourotur@utad.pt; Web do projeto: www.dourotur.utad.pt