

Perna, F. & Custódio, M.J. (2021). Acessibilidade e sustentabilidade no turismo em Portugal. In Luís Mourão, Luís Ferreira & Jorge Pinto (Eds), Portugal e o Turismo, pp. 60-69, Porto: ISCET - Instituto Superior de Ciências Empresariais e do Turismo. ISBN 9789899067097.



**CONVITE. APRESENTAÇÃO**

Book Cover Editora e os autores têm o gosto de o/a convidar para a apresentação do livro **Portugal e o Turismo** que terá lugar no **Hotel Sofitel Lisboa**, Avenida da Liberdade, 127, na **sexta-feira, dia 1 de outubro, às 17.00 horas**, e que estará a cargo de Dr. Adolfo Mesquita Nunes e de Dr. Henrique Veiga.

 **BOOK COVER EDITORA**

Solicita-se confirmação de presença para o email [livro.pt.e.turismo@gmail.com](mailto:livro.pt.e.turismo@gmail.com)



**CONVITE. SESSÃO DE AUTÓGRAFOS**

Os coordenadores da obra, Luís Pestana Mourão, Luís Ferreira, Jorge Ricardo Pinto, os autores e a Book Cover Editora (**stand 35**), têm o gosto de o/a convidar para a sessão de autógrafos de **Portugal e o Turismo** que terá lugar na **Ilha**, na **Feira do Livro do Porto** (Palácio de Cristal), no próximo **domingo, dia 5 de setembro, às 14.00 horas**, e que contará com a presença de Luis Pedro Martins, presidente do Turismo do Porto e Norte de Portugal.

 **BOOK COVER EDITORA**



## Sustentabilidade e acessibilidade no turismo

Fernando Antunes Perna e Maria João Custódio

O turismo é uma atividade fortemente vinculada aos agentes e territórios onde é produzido e consumido, nos quais exerce uma ação de complementaridade entre a prossecução dos desafios globais e a valorização das identidades e especificidades regionais. Sendo um dos setores líderes à escala mundial, o turismo tem no compromisso com os processos de desenvolvimento sustentável uma condição necessária para a sua própria competitividade, com muitos destinos, entre os quais Portugal não é exceção, a assumirem o turismo como um “*hub* para o desenvolvimento económico, social e ambiental em todo o território” (Turismo de Portugal, 2017: 52).

A integração dos três pilares da sustentabilidade no turismo é o culminar de um percurso com várias décadas, ao longo do qual conceitos como capacidade de carga, ciclo de vida dos destinos, intensidade, responsabilidade social, intangibilidade e *overtourism*, entre muitos outros, foram sucessivamente incorporados nos modelos de planeamento e decisão em turismo. Neste âmbito, considera-se relativamente estabilizado o entendimento do turismo sustentável como o “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” (UNEP & UNWTO, 2005: 11). Refira-se, porém, que esta aparente estabilidade conceitual está



Cartaz “Se vai emigrar vá e volte com a TAP” (Andorinha), 1968.

hoje a ser revisitada em função das novas interrogações e necessidades de apoio à gestão dos impactos da pandemia de Covid-19 sobre o setor e sociedade, sabendo-se que “if the post-crisis stage is not handled correctly then it becomes a crisis in and of itself” (Tarlow, 2019: 1), tema que será abordado no final do capítulo.

O percurso da sustentabilidade em turismo tem origem nos movimentos sociais dos anos 60 e 70 do século XX. Focados na na-

tureza e na interação social, com o primado da primeira, estes movimentos foram indutores de novas formas de pensar e atuar em sociedade, que naturalmente não deixaram de influenciar a ciência e os diversos setores de atividade. Correntes então emergentes com uma visão mais holística do mundo, de que é exemplo a *deep ecology*<sup>1</sup>, vão influenciar organizações e mercados numa preocupação que, à escala global, terá como primeiro marco a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente Humano, em junho de 1972, e consequente Declaração de Estocolmo, na qual são identificados os 26 princípios comuns para inspirar e guiar os países na preservação e melhoria do meio ambiente.

Neste quadro de partida dos anos 70, o setor do turismo representava, à escala global, mais de 169 milhões de chegadas internacionais, a que correspondia um volume de receita estimado em 2.100 milhões de dólares norte-americanos ao valor da época. Em termos de chegadas, caso o turismo doméstico fosse também considerado, estimava-se que o valor total seria multiplicado por três (IUOTO, 1972). Esta é uma dinâmica setorial global, onde Portugal está distante ou mesmo ausente. O país, regista em 1970, um total de 1.355.657 passageiros desembarcados em todos os aeroportos nacionais, dos quais note-se 67,4% em Lisboa e 66,0% fora do terceiro trimestre (INE, 1971). Em Portugal, a acessibilidade aérea e o turismo não eram necessariamente partes de um mesmo sistema. A companhia na época designada por Transportes Aéreos Portugueses (TAP), fundada em 1945 e veículo prioritário de ligação da então metrópole com os hoje Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa (PALOP), apresenta-

va aos portugueses a ligação à Europa na perspectiva da emigração e não do turismo, sob o cuidado do “regresso da andorinha a casa” não fosse o serviço de censura prévia da ditadura do Estado Novo considerar a campanha publicitária como um incentivo à emigração e retirá-la de circulação.

O binómio turismo e ambiente – como vínculo de partida, mas não único para a sustentabilidade – estava ainda bem distante. O Aeroporto Internacional de Faro, inaugurado em 11 de julho de 1965, é localizado em plena área de sapal de importância ecológica internacional, três quilómetros a poente da cidade de Faro e hoje limitado a este, sul e oeste pelo Parque Natural da Ria Formosa e Rede Natura 2000. Nos anos 60, a decisão da localização tem por critério a proximidade a Faro e o facto do local ser “uma área de terrenos de baixo valor, de reduzido movimento de terras e de terraplanagem fácil”, tal como citado por ocasião das comemorações dos 50 anos da inauguração (Cabrita, 2015).

O país mantinha-se afastado das influências da *deep ecology*, o primado da acessibilidade (controlada) sobre a (futura) sustentabilidade impunha-se nos modelos de decisão. É este aeroporto que, cinco anos após a inauguração, regista, em 1970, o total de 123.136 passageiros desembarcados (INE, 1971), início da afirmação da região do Algarve como um destino turístico presente no referencial de opções em sol e praia na Europa do Sul/Mediterrâneo.

Num mundo em acelerada mutação, o turismo consolida-se como evidência global. Sobretudo após a Revolução de 1974, Portugal descobre o elevado potencial dos seus recursos, simultaneamente descobertos pelos mercados e agentes internacionais.

<sup>1</sup> *Deep ecology* (ecologia profunda), conceito proposto pelo filósofo Arne Ness, no início dos anos 70 do século XX, no qual os humanos não são o centro de tudo, mas sim um dos elementos da natureza, originando uma forma de pensar e agir passível de aplicação em qualquer atividade (Barry & Frankland, 2014).

Este encontro é possibilitado pelos processos de integração e abertura crescente da economia e sociedade nacional, evidenciadas por quatro referências fundamentais em pouco mais de duas décadas: o fim da Guerra Colonial e aceitação da independência dos territórios ultramarinos<sup>2</sup>, após 1974; a adesão à União Europeia<sup>3</sup>, em 1986; a integração no Espaço Schengen<sup>4</sup>, em 1995; e a adoção do Euro<sup>5</sup> como moeda oficial única, em 1999. Em 2006, vinte anos após a formal integração europeia, o volume de passageiros desembarcados nos aeroportos nacionais atinge 10.689.158, multiplicando por 3,2 vezes o registo de 1986 (INE, 2021). Sem incorrer na armadilha lógica *post hoc*, esta nova realidade é, porém, incontornável. Também incontornável, o perfil territorialmente mais equilibrado dos fluxos turísticos, com “apenas” 49,5% das chegadas a acontecerem em Lisboa.

Portugal torna-se acessível de e para o exterior. O turismo redesenha o equilíbrio interno entre regiões e recoloca Portugal no processo de globalização, agora através da vocação turística. O país está a lidar com uma indústria global distinta de todas as outras, na qual a viagem ao local de consumo é maioritariamente efetuada pelos consumidores e não pelos produtos. Quer perspetivada pelo lado da procura, quer pelo lado da oferta, o turismo tem nos indivíduos e no seu movimento o núcleo fundamental. O conceito de visitante é estabilizado como “visitor refers to any person travelling to a place other than that of his/her usual environment for less than 12 consecutive months and whose main purpose of trip is other than the exercise of an activity remunerated

from within the place visited” (WTO, 1995: 17). A noção de indivíduo e de acessibilidade está assim umbilicalmente conectada com o setor. A acessibilidade é a parte integrante do sistema turístico que permite ao visitante viajar desde a sua residência (origem) até à atração que deseja experimentar (Uysal, 1998). Sem viagens não há turismo.

Acessibilidade e sustentabilidade cruzam-se nos processos de desenvolvimento em turismo, influenciados pelo respeito dos princípios base de integração através da União Europeia, i.e., a livre circulação de pessoas, serviços, mercadorias e capitais, garantindo que a liberdade de acessibilidade seja física, digital ou outra. A coexistência de visitantes e comunidades locais num mesmo território, obriga a que o setor não seja predador das economias locais (FCT, 2019), mas sim um parceiro ativo dessas economias e um contribuidor para a proteção dos recursos nos destinos (Silva, Correia, Vieira & Soares, 2020).

Caraterizado pela intangibilidade que marca muitos produtos e serviços, pela memorabilidade que se deseja nas suas experiências e, como nenhum outro, pela partilha simultânea do mesmo território por visitantes e residentes, o turismo só o é se for integrador, inclusivo, comunicante e sustentável. Por isso, permanece a frase seminal e inúmeramente citada de Mark Twain, de 1869, em *The Innocents Abroad/Roughing It*: “travel is fatal to prejudice, bigotry, and narrow-mindedness [...]. Broad, wholesome, charitable views of men and things cannot be acquired by vegetating in one little corner of the earth all one's lifetime”.

Adotando como método a observação

2 Assumida na Lei n.º 7774, de 27 de julho.

3 Tratado de Adesão à então denominada Comunidade Económica Europeia (CEE), assinado a 1 de janeiro de 1986.

4 Espaço sem fronteiras internas ao qual Portugal adere em 26 de março de 1995, no qual os cidadãos da UE e nacionais de países terceiros podem circular livremente, em turismo ou por motivos de trabalho, sem controlo fronteiriço.

5 Portugal integra o grupo de 11 países (Alemanha, Áustria, Bélgica, Espanha, Finlândia, França, Irlanda, Itália, Luxemburgo, Holanda e Portugal) que, a 1 de janeiro de 1999, concretizam a terceira fase da União Económica e Monetária. Entre os Estados Membros, não aderem à moeda única o Reino Unido, a Dinamarca e a Suécia.

sequencial dos três pilares da sustentabilidade – ambiental, económico e social – a análise integrada dos dois primeiros é possível através da observação do peso do turismo no Produto Interno Bruto de cada país da União Europeia, cruzado com a respetiva dimensão relativa de área classificada como Rede Natura 2000<sup>6</sup> (terrestre), tal como expresso no Gráfico 1.

Tendo como referência o ano 2019, Portugal possui 21% da sua área terrestre classificada como Rede Natura 2000, três pontos percentuais acima da média da União Europeia e o 11.º país com maior proporção deste estatuto no seu território terrestre (European Commission, 2020). No mesmo ano, numa segunda dimensão de observação – económica –, estima-se que, em Portugal, o contributo das viagens e turismo para a formação do PIB seja de 16,5%, ultrapassando em 6,5 pontos percentuais a média da União Europeia e assumindo-se

como o terceiro país com maior peso neste indicador, apenas suplantado pela Croácia e Grécia (WTTC, 2021).

A visualização das duas variáveis em simultâneo demonstra pela evidência dos factos que turismo e proteção dos recursos ambientais não são domínios isolados e/ou incompatíveis. Importantes destinos turísticos do Sul da Europa/Mediterrâneo como Croácia, Grécia, Portugal, Espanha e Chipre, fazem coexistir a presença de elevadas percentagens de Rede Natura 2000 no território, com uma forte especialização turística evidenciada no contributo do setor para a formação do PIB.

Como duas referências paralelas, registre-se que o *ranking* relativo ao PIB é liderado a nível mundial por Macau, no qual 91,3% do PIB está concentrado na indústria de viagens e turismo (WTTC, 2021). Esta é uma situação extrema, referencial máximo na reflexão sobre a dependência que o sucesso do turis-

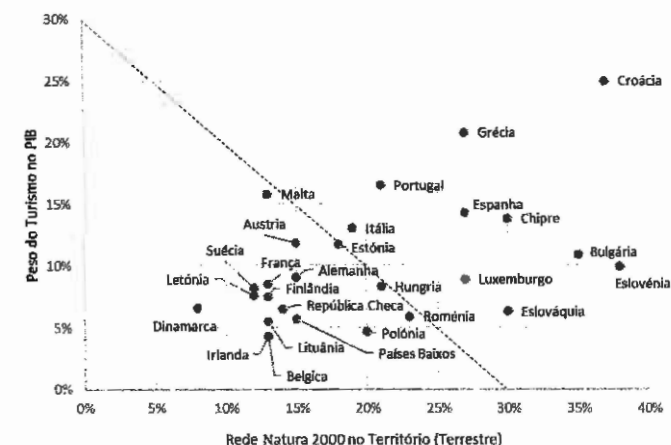


Gráfico 1. Rede Natura 2000 (terrestre) e Peso Económico do Turismo na União Europeia, 2019.

Fonte: Adaptado de European Commission (2020) e WTTC (2021).

6 Rede ecológica para o espaço da União Europeia que visa garantir a conservação a longo prazo das espécies e dos habitats mais ameaçados da Europa, e parar a perda de biodiversidade. Aplica-se ao meio terrestre e marinho, sendo formada por Zonas de Proteção Especial (ZPE) estabelecidas ao abrigo da Diretiva Aves, e Zonas Especiais de Conservação (ZEC) criadas ao abrigo da Diretiva Habitats.

mo ou de um dos seus produtos pode exercer enquanto *lock-in* do território em relação a um único setor. Quando a procura de benefícios através de economias de escala são exploradas até ao limite, estão subjacentes riscos críticos pela monocultura e dependência que, por exemplo, a pandemia de Covid-19 veio demonstrar de forma dramática.

A segunda referência paralela é o índice sobre a Rede Natura 2000 em território marinho, no qual Portugal, com 42.434 km<sup>2</sup>, é o segundo país da União Europeia com maior área classificada na Rede Natura 2000, apenas suplantado pelos 132.689 associados a França. A extensa zona costeira de Portugal continental e as regiões dos Açores e da Madeira (incluindo as Ilhas Selvagens) têm aqui presença decisiva, demonstrando que entre outros aspetos, o turismo costeiro e o turismo marítimo, no quadro alargado da economia azul, serão também eles incontornáveis na discussão da sustentabilidade do turismo em Portugal.

Proseguindo com a análise balizada pelos pilares da sustentabilidade, uma terceira variável, a sazonalidade, será talvez aquela que melhor representa e acrescenta a dimensão social sobre os desafios das dimen-

sões económica e ambiental. A sazonalidade é um dos inegáveis problemas e desafios do setor e é intrínseca ao próprio setor. Por isso, a sazonalidade não se “combate”. A sazonalidade gere-se. Ela é parte integrante da atividade turística e o objetivo de investigadores, gestores e decisores é gerir o setor, não o combater.

Um destino sazonal é caracterizado por cenários diferenciados ao longo do ano. A gestão tende a focar-se na linearização dos fluxos, num ponto de equilíbrio hipotético, onde uma nova oferta no destino é preenchida por nova procura, não gerando sobre-dimensionamento da primeira. Logo, a sazonalidade é um fenómeno turístico global, mas com características e especificidades locais, logo em linha com as preocupações do turismo em matéria de desenvolvimento sustentável. A origem da sazonalidade pode ser natural e institucional (Jang, 2004), a primeira fruto das variações climáticas ao longo do ano (e.g. temperatura, pluviosidade), a segunda de normas e práticas sociais (e.g. férias escolares, normas empresariais), às quais podem adicionar-se fatores como moda, épocas desportivas ou a própria inércia pela tradição (Butler, 2001).

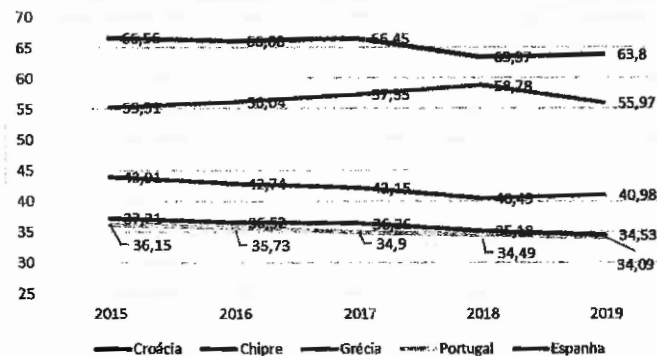


Gráfico 2. Índice de Sazonalidade na Croácia, Grécia, Portugal, Espanha e Chipre, 2015-2019. Fonte: UNWTO (2021).

Talvez um pouco surpreendente na perspetiva das comunidades residentes em regiões fortemente influenciadas pelo turismo – e.g. Açores e Algarve, entre outras –, Portugal tem em média um desempenho relativamente positivo em termos de sazonalidade, quando confrontado com os cinco países da União Europeia destacados pela coexistência de níveis elevados de cobertura da Rede Natura 2000 e de peso do Turismo

no PIB. Esta constatação não anula a existência de um problema para gerir. No referido grupo de países é possível identificar dois subgrupos distintos no desempenho sobre o Indicador de Sazonalidade<sup>7</sup>. Valores elevados são registados na Croácia e Grécia, nos quais o terceiro trimestre representa uma parcela sempre superior a 55% do total de chegadas anuais, sendo como tal classificados como de sazonalidade de nível 4 pela

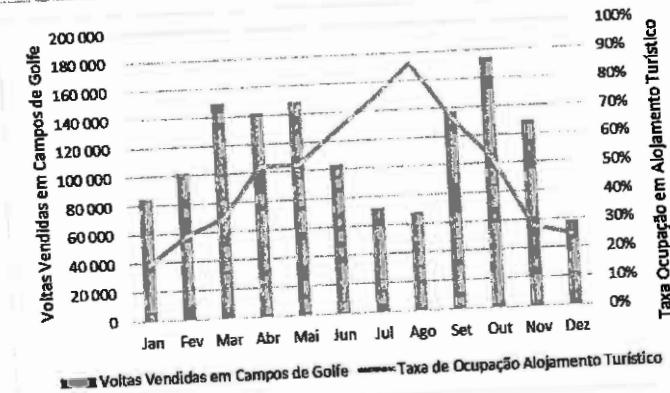
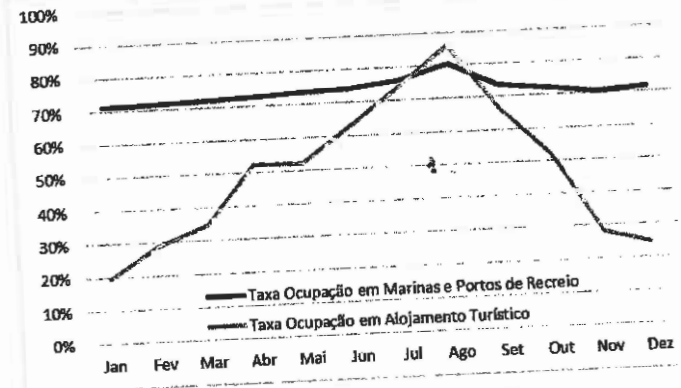


Gráfico 3. Taxa de Ocupação Cama e Voltas Vendidas em Golfe no Algarve, 2019. Fonte: Turismo de Portugal (2021) e AHETA (2021).

Gráfico 4. Taxa de Ocupação Cama 2015 e Taxa de Ocupação Marinas e Portos de Recreio 2019 no Algarve. Fonte: Turismo de Portugal (2021) e Perna, Custódio & Oliveira (2015).

<sup>7</sup> O Índice de Sazonalidade é medido pela percentagem de chegadas nos três meses mais movimentados do ano como proporção do total anual.

WTO (2021), e altos no Chipre, Espanha e Portugal, com valores que oscilam entre os 34% a 44% do total anual, maioritariamente nível 2, na escala de 1 a 5.

A não linearização dos fluxos ao longo do ano abre espaço no verão a fenómenos de *overtourism* e irreversibilidade, devido a especializações dominantes por exemplo em sol e praia, mas também, simultaneamente, revela a não capacidade de criar valor nas épocas intermédia e baixa. A instabilidade assim gerada é causadora de desemprego e de dificuldade acrescida na valorização e reconhecimento das carreiras profissionais do setor, no qual “o talento das pessoas tem que ser gerado, mantido e desenvolvido” (Vargas-Sanchez, 2017: 481), extravasando as consequências da sazonalidade pelo conjunto dos pilares de sustentabilidade.

Na gestão desta instabilidade e tomando a título de exemplo a região do Algarve, é possível quantificar dois produtos, entre outros, com potencial de linearizar fluxos totais ao longo do ano e, conseqüentemente, atuarem como aceleradores de processos de sustentabilidade turística dos destinos. Está em causa o turismo náutico, ilustrado pela relativa estabilidade ao longo do ano das taxas de ocupação nas marinas e portos de recreio da região, e o turismo de golfe, como paradigma de excelência da sazonalidade invertida face ao sol e praia. A estes poder-se-iam adicionar outros como o MICE<sup>8</sup>, o turismo de natureza e o desporto *outdoor*, entre outros. Tendo por denominador comum a taxa líquida de ocupação como dos estabelecimentos hoteleiros do Algarve<sup>9</sup>, os Gráficos 3 e 4 estabelecem respetivamente a

comparação com o volume de vendas nos campos de golfe<sup>10</sup> e a taxa de ocupação das marinas e portos de recreio<sup>11</sup>.

Torna-se assim evidente que a atividade turística tem potencial e capacidade para ela própria atenuar a sazonalidade, rentabilizando estruturas, qualificando territórios e gerando emprego ao longo do ano. Para tal o destino não pode radicar-se num duplo *lock in*: externo, ao focar a região exclusivamente sobre a atividade turística (relembre-se o exemplo extremo de Macau), ignorando a respetiva cadeia de valor e diversidade setorial, como, por exemplo, a ligação da náutica com a indústria de construção e reparação naval; e *lock-in* interno, ao tudo planear em forma de monoproduto (e.g. sol e praia), ignorando, por exemplo, no desenho das infraestruturas aeroportuárias e de alojamento características próprias essenciais para dar resposta a necessidades específicas na receção e estada de golfistas ou cicloturistas, entre outros.

A diferenciação do posicionamento do destino ao longo das épocas do ano é uma oportunidade para diferentes áreas de negócio da cadeia de valor do turismo e matriz económica do destino. O mesmo território pode ter e explorar de forma sustentável imagens, por exemplo, de maior modernidade na época alta e de maior tradição e tranquilidade na época baixa, tal como detetado no estudo de Custódio (2015) sobre a imagem percecionada do Algarve pelos turistas do Reino Unido. Na gestão da sustentabilidade, o marketing dos destinos não pode ser ignorado, nomeadamente pela capacidade que possui de gerir a presença

da mensagem que trilha o caminho para a imagem percecionada de comprometimento como destino sustentável, em formas que “have greater power and effect if they occupied a more subliminal position in destination marketing materials”, ponto de partida para a viagem “from sustainability myopia to memorable experiences” (Hanna, Font, Scarles, Weeden & Harrison, 2017: 36).

Nesta fase importa regressar ao fator acessibilidade. Do ponto de vista estritamente turístico, destinos e produtos sem consumidores são espaços e recursos inativos. A acessibilidade intrarregional não é abordada no presente capítulo, não deixando, porém, de se fazer nota sobre a importância da intermodalidade, das novas fontes energéticas e da eficiência da rede de transportes em turismo, unidas no objetivo da ambicionada descarbonização da economia.

Os fluxos mundiais turísticos internacionais movimentam-se maioritariamente por motivo de lazer, recreação e férias, motivação que justifica 55% do total de viagens. Simultaneamente, o transporte dominante é claramente por via aérea, o qual assegura 59% do total de viagens (WTO, 2021). Com exceção dos mercados internos e de proximidade com origem nas Comunidades Autónomas de Espanha, Portugal em regra segue esta tendência mundial, acelerada pela crescente presença das companhias aéreas *low cost*<sup>12</sup>.

O transporte aéreo, que assegura estes fluxos essenciais para o setor do turismo, é objeto de cada vez maior discussão sobre os níveis de poluição associados, em particular ao dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>) e inerente ligação ao processo de aquecimento global. De acordo com as estatísticas resumidas em Lee *et al.* (2021), a aviação internacional

produziu 1,04 mil milhões de toneladas de CO<sub>2</sub> em 2018, correspondentes a 2,5% das emissões mundiais de dióxido de carbono e, sobretudo, o alerta pelo crescimento anual das emissões do setor entre 4 a 5% ao longo da década, correlacionado naturalmente com o crescimento de tráfego.

Esta dimensão não pode ser ignorada nas políticas integradas de acessibilidade e sustentabilidade. Do ponto de vista do consumidor, é interessante verificar a introdução do tema nas opções de viagem, demonstrado, por exemplo, na facilidade de acesso a simuladores da pegada ecológica média por passageiro de um determinado voo, como o disponibilizado em acesso livre pela *International Civil Aviation Organization* (ICAO)<sup>13</sup>. A título meramente exemplificativo, uma viagem em classe económica ida-e-volta entre Porto e Paris, gera cerca de 230 kg de CO<sub>2</sub>/passageiro/km, resultando numa média de 92,98 gramas de CO<sub>2</sub>/passageiro/km ao longo dos 2.476 km, no acumulado dos dois trajetos.

Curiosamente, recorrendo a um simulador análogo para o transporte privado de passageiros, disponibilizado pelo *Europe's Energy Portal*<sup>14</sup>, percorrendo a mesma distância, no modelo de carro mais vendido em Portugal, em 2020, seria produzido um impacto médio entre 117 a 139 gramas de CO<sub>2</sub>/km (a ponderar pelo número de passageiros). As comparações são imediatas. A discussão em torno das políticas ambientais com impacto nos transportes e acessibilidades turísticas é um processo no qual a União Europeia está concentrada, com particular foco no setor da aviação civil.

A perspetiva de novos incrementos de taxas ambientais sobre o setor é um debate em curso na Europa, ao qual a associação

8 Meetings, Incentives, Congresses and Exhibitions.

9 Taxa líquida de ocupação cama mensal. Inclui hotéis, pensões, estalagens, pousadas, moréns, hotéis-apartamento, aldeamentos turísticos, turismo no espaço rural, turismo de habitação e alojamento local (com mais de 10 camas).

10 Dados cedidos pela AHEITA - Associação dos Hotéis e Empreendimentos Turísticos do Algarve, estimados sobre informação da Algarve Golf - Associação Regional Golfe do Sul.

11 O gráfico referencia a taxa de ocupação cama mensal em 2019 e a taxa de ocupação mensal das amarras em marinas e portos de recreio em 2015. Nessa segunda variável, o ano 2015 é o último com dados mensais publicados. A verificação *in loco* destas infraestruturas na região, até ao final de 2019, permite assumir como verdadeira a hipótese que os valores desta taxa não terão sofrido alterações muito relevantes até ao final da década.

12 Originário dos Estados Unidos da América, com registo da Southwest Airlines como primeira companhia a operar neste modelo, teve crescimento potencial na Europa a partir da década de 90.

13 Simulador acessível em <https://www.icao.int/environmental-protection/Carbonoffset/Pages/default.aspx>.

14 Simulador acessível em <https://www.energy.eu/car-co2-emissions/>

*Airlines for Europe* (A4E) reage com discórdia sobre o caminho que está ser seguido. Esta posição é expressa de forma clara por Reynart (2019: 1), Diretor-geral da A4E, o qual afirma que o setor prefere colocar o foco na investigação e desenvolvimento e menos na fiscalidade, considerando que a afetação de fundos a taxas ambientais é uma oportunidade perdida para a descarbonização do setor. "The fact is, EU policy-makers have missed an opportunity to reduce aviation emissions by failing to reform the European sky or by making sustainable fuels sufficiently available for aviation. Rather than introducing new taxes – which do nothing to make flying more sustainable – EU governments should recognise and support airlines' sustainability initiatives with better research and development opportunities".

A finalizar, é incontornável que a análise efetuada ao longo do capítulo, cuja redação terminou em março de 2021, incide sobre um setor turístico confrontado com renovadas interrogações fruto da pandemia de Covid-19. O setor que contribui para 16,5% do PIB nacional está praticamente paralisado, num *stand by* crítico para a sobrevivência de muitas empresas. Pelas dinâmicas de crescimento que estavam em curso, o impacto da pandemia está a incidir não apenas sobre investimentos estruturantes presentes no terreno há vários anos, como também sobre novos investimentos de diferentes dimensões e elevada diversidade territorial, altamente sensíveis a retornos esperados que agora estão adiados ou mesmo anulados. As discussões em torno, por exemplo, do *overtourism* parecem distantes, pertencentes a uma outra realidade. A sociedade interroga-se sobre como (re)globalizar um setor sem repetir os erros do passado, e.g. prevalência de territórios em *lock-in* setorial, monoproduto e monomercado.

Para tornar o setor mais capaz de lidar

com o risco, a sustentabilidade do turismo passará pelo incremento e redesenho de políticas em três áreas fundamentais para a sua capacidade de resiliência e recuperação. A primeira focada no emprego e território, privilegiando a consolidação das Micro e PME como criadoras de emprego, o equilíbrio dos graus de desenvolvimento e competitividade entre o litoral e o interior do continente e a continuidade territorial. A segunda terá no processo de transição climática o tema dominante, suportado pelo desenvolvimento de ações nos setores de transportes e alojamento, sobre os quais deve existir um detalhado conhecimento, e dinâmicas de monitorização dos perfis de visitaçao e de oferta, à escala mais detalhada possível. Por último, a transição digital, uma terceira área onde novas formas globalizadas de comercialização e promoção, e inclusive de consumo turístico, estão a emergir. Para a sustentabilidade do turismo, estas são áreas onde o que está em causa já não é a transição, mas sim conhecer que países e atividades estarão, até ao final da década, entre os líderes dessa transição.

### Agradecimentos

Os autores agradecem as discussões de preparação do documento com os colegas do CiTUR – Centro de Investigação, Desenvolvimento e Inovação em Turismo, e o apoio aos estudos pelo projeto IMPACTUR ALGARVE, cofinanciado pelo Programa Operacional Regional do Algarve, Portugal 2020 e União Europeia, através do Fundo Europeu Estrutural e de investimento.

### Bibliografia

- AHETA (2021). *Estatísticas*. Albufeira: Associação dos Hotéis e Empreendimentos Turísticos do Algarve. Disponível em <http://94.126.162.141/~ahetapr/wp/balancos-annuals/>. Acesso em 15 de fevereiro de 2021.
- Barry, J. & Frankland, E. (Ed.) (2014). *International Encyclopedia of Environmental Politics*. London: Routledge. ISBN 9780415757713
- Butler, R. (2001). Seasonality in tourism: issues and implications. In T. Baum & R. Larsen (Eds). *Seasonality in Tourism* (pp. 5-22). London: Routledge. ISBN 9780080436746.

Cabrera, Aurélio (2015). *Aeroporto de Faro foi inaugurado há 50 anos – dos primórdios à concretização*. Faro: Sul Informação. Disponível em <https://www.sulinformacao.pt/2015/07/aeroporto-de-faro-foi-inaugurado-ha-50-anos-dos-primordios-a-concretizacao/>. Acesso a 10 de março de 2021.

Custódio, M.J. (2015) *Tourism Destination Image and its Implications for Destination Branding and Competitiveness: The Case of the UK Market in the Algarve* (Doctoral dissertation, University of Exeter Business School). Disponível em <https://ore.exeter.ac.uk/repository/handle/10871/17397>

European Commission (2000). *Natura 2000 State of the Nature in the EU, Nature and Biodiversity Newsletter*, December, (49). Brussels: European Commission.

FCT (2019). *Agenda Temática de Investigação e Inovação Turismo, Lazer e Hospitalidade*. Lisboa: Fundação para a Ciência e Tecnologia. <https://doi.org/10.34621/fct.edicoes.agendastematicas-2>

Hanna, P., Font, X., Scarles, C., Weeden, C. & Harrison, C. (2017). Tourist destination marketing: From sustainability myopia to memorable experiences. *Journal of Destination Marketing & Management*, 9, 36-43. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.10.002>

INE (1971). *Estatísticas do Turismo Continente e Ilhas Adjacentes 1970*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.

IUOTO (1972). *World Travel Tourism Mondial*, Novembre, (109). Genève: Union Internationale des Organismes Officiels de Tourisme.

Jang, S. (2004). Mitigating Tourism Seasonality: A Quantitative Approach. *Annals of Tourism Research*, 31 (4): 819-836. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.02.007>

Jornal TAP (2015). *TAP Portugal: Imagem de um Povo no MUDE até 1 de novembro*, julho, (121). Disponível em <https://jornal.tap.pt/html/ed-121/Eventos/Exposicao70AnosMUDE.aspx>. Acesso em 3 de março de 2021.

Lee, D., Fahey, D., Skowron, A., Allen, M., Burkhardt, U., Chen, Q., Doherty, S., Freeman, S., Forster, P., Fuglestedt, J., Gettelman, A., De León, R., Lim, L., Lund, M., Millar, R., Owen, B., Penner, J., Pitari, G., Prather, M., Sausen, R. & Wilcox, L. (2021). The contribution of global aviation to anthropogenic climate forcing for 2000 to 2018. *Atmospheric Environment*, 244, 1-29. <https://doi.org/10.1016/j.atmosenv.2020.117834>.

Perna, F., Custódio, M.J. & Oliveira, O. (2015). *Estudo Sobre o Impacto Económico e Turístico de Cendrios de Desenvolvimento da Náutica de Recreio nas Marinhas e Portos de Recreio na Área de Jurisdição da Docapesca – Relatório 2*. Faro: Centro Internacional de Investigação em Território e Turismo – Universidade do Algarve. Disponível em <http://www.docapesca.pt/en/publications.html>

Reynart, T. (2020) *European Airlines Will Pay Over €5 Billion in Environmental Taxes and ETS Contributions in 2019*. Brussels: Airlines for Europe. Disponível em <https://ade.eu/publications/european-airlines-will-pay-over-5-billion-in-environmental-taxes-and-ets-contributions-jun-2019/>. Acesso em 10 de março de 2021.

Silva, G., Correia, A. I., Vieira, E., & Soares, L. A. (2020). Perceived Impacts of Running Events in Protected Areas: The Case of Trans Peneda-Gerês at Peneda Gerês National Park, Portugal. In C. Almeida, A. Quintano, M. Simancas, R. Huete & Z. Breda (Eds), *Handbook of Research on the Impacts, Challenges, and Policy Responses to Overtourism* (pp. 347-363). IGI Global. <http://doi:10.4018/978-1-7998-2224-0.ch018>

Tarlow, P. (2019). *How to recover from a tourism crisis?*. Honolulu: ETN Global Travel News Group. Disponível em <https://enrhoneews.com/268939/how-to-recover-from-a-tourism-crisis/>. Acesso a 4 de janeiro de 2021.

Turismo de Portugal (2017). *Estratégia Turismo 2027*. Lisboa: Turismo de Portugal. Disponível em <https://estrategia.turismodeportugal.pt/content/estrategia-turismo-2027>

Turismo de Portugal (2021). *travelBI by Turismo de Portugal*. Disponível em <https://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Paginas/HomePage.aspx>. Acesso a 12 de janeiro de 2021.

Uysal, M. (1998). *The Determinants of Tourism Demand: A Theoretical Perspective*. In D. Ioannides & K. G. Debbage (Eds), *The Economic Geography of the Tourist Industry* (pp. 79-98). London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203398425>

Vargas-Sanchez, A. (2017). Territórios de Inovação e Turismo. In F. Silva & J. Umbelino (Eds), *Planeamento e Desenvolvimento Turístico* (481-491). Lisboa: LIDEL. ISBN: 978-989-752-230-7

WTO (1995). *Concepts, Definitions and Classifications for Tourism Statistics*. Madrid: World Tourism Organization. eISBN: 978-92-844-0103-1

WTO (2005). *Making Tourism More Sustainable – A Guide for Policy Makers*. Madrid: World Tourism Organization. eISBN: 978-92-844-0821-4

WTO (2021). *International Tourism Highlights, 2020 Edition*. Madrid: UN World Tourism Organization. <https://doi.org/10.18111/9789284422456>

WTO (2021). *UNWTO Global Tourism Dashboard – Seasonality*. Madrid: World Tourism Organization. Disponível em <https://www.unwto.org/seasonality>. Acesso a 6 de março de 2021.

WTTC (2021). *Economic Impact Reports*. Londres: World Travel & Tourism Council. Disponível em <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact>. Acesso a 3 de fevereiro de 2021.