

EDITORIAL

Volume 11, Número 2 de 2021

**Os grandes desafios do Turismo no século XXI:
da pré à pós-pandemia**

Fernando Magalhães

Doutor em Antropologia, especialidade em Museologia e Património, pelo Instituto Universitário de Lisboa, Portugal. Pesquisador do Centro em Rede de Investigação em Antropologia (CRIA) e do Centro de Investigação em Qualidade de Vida (CIEQV).

Professor do Politécnico de Leiria, Portugal.

E-mail: fernando.magalhaes@ipleiria.pt

Quando, em 2017, publicámos na Revista Iberoamericana de Turismo (RITUR), sua edição de 22 de dezembro, o artigo “O centro histórico de Lisboa enquanto ecomuseu: construindo pontes entre os turistas, os locais e o património”, longe estaríamos de imaginar a pandemia da COVID-19, que iria atingir o globo terrestre, em inícios do ano 2020, e da qual ainda não estamos livres. A referida publicação resultou de uma investigação às causas e consequências do crescimento exponencial do turismo, em inícios deste século XXI, tendo como *locus* de estudo, a cidade de Lisboa. Por essa altura, em cidades como Lisboa, Porto ou Barcelona, o debate sobre as consequências do turismo em locais dotados de um património cultural significativo, era intenso, mais vezes feito de forma emocional do que racional. Conceitos como paisagem, tradição, autenticidade, gentrificação ou turismofobia, ganharam expressão em contextos sociais e culturais pré-pandemia, marcados por uma profunda globalização e intensos fluxos turísticos. Ora se sublinhavam os efeitos positivos, ora se destacavam os efeitos negativos do turismo, acusado de ser responsável pela destruição do património cultural ou paisagístico (sobretudo em zonas balneares, neste caso). Constatámos que os efeitos positivos eram, e

continuam a ser, muito mais significativos do que os negativos. A contribuição que o turismo tem feito para a recuperação e manutenção de muito património cultural e paisagístico, abandonando e tantas vezes degradado pela falta de verbas e/ou de interesse, não pode ser desprezado. Assim como o renascimento de cidades históricas, nomeadamente dos seus centros, aldeias rurais outrora abandonadas, invenção e reinvenção de novas tradições ou o suporte do tecido económico e social de zonas costeiras e/ou montanhosas, são outros fatores positivos resultantes do aumento do número de visitantes. Em geral, e em qualquer lugar, o turismo constitui desenvolvimento económico, social e cultural, para as populações visitadas, ou seja, os anfitriões, como para os visitantes.

Do ponto de vista das consequências negativas, sublinhávamos a degradação do património cultural e paisagístico de cidades e ou de zonas balneares e outras, gerados pelas massas turísticas, assim como desencontros culturais entre visitantes e visitados. Entre o turista, que tantas vezes procura belas praias e nostalgias de um passado que supostamente sobrevive no local visitado, e o anfitrião, que outras tantas vezes observa o turista como um predador, os desencontros são significativos, urgindo a emergência de um mediador, capaz de construir pontes entre os muitos comportamentos culturais que se cruzam num mesmo espaço e num mesmo tempo.

Todo este quadro mudou na sequência do aparecimento da pandemia da COVID-19, no primeiro trimestre do ano 2020. Contudo, se a pandemia afetou o turismo em geral, sobretudo o de massas, como o banhar ou o cultural, o turismo rural, entre outros não massificados, tiveram um crescimento assinalável. Permitiam a saída da vida rotineira, marcada pelas preocupações em torno das consequências da pandemia, disfrutando-se de um turismo não caracterizado pela massificação e capaz de proporcionar o tão apregoado e defendido distanciamento social, pelas autoridades de saúde nacionais e internacionais.

A pandemia significou um rude golpe para o turismo, sobretudo no que diz respeito ao turismo cultural, ou ao banhar, porque implicam em maior ou menor grau, altas densidades de população, na denominada massificação turística. A partir deste momento, aqueles que tanto se queixavam das consequências negativas do turismo, passam a lamentar a sua falta e as nefastas consequências sobre o tecido económico e social dos locais visitados. Embora os debates mais mediáticos em torno do turismo tenham quase desaparecido, a falta de turistas e suas consequências adquirem expressão na imprensa nacional e internacional. Por exemplo, o jornal português “Observador”, publicava, na sua edição de 20 de novembro de 2020, uma notícia intitulada “Pandemia no coração de Lisboa? Rua Augusta tem saudades dos turistas: Várias lojas emblemáticas enfrentam o maior desafio de sempre com esta pandemia. Na Rua Augusta há lojas com décadas de vida que agora ponderam fechar portas” (Observador, 20/11/2020). Este jornal sublinhava a importância do turismo para o desenvolvimento económico, notando como a falta de turistas colocava em risco o tecido económico do centro histórico de Lisboa. Paradoxal ainda, a notícia veiculada pela rede pública de televisão (Radio e Televisão de Portugal -RTP) que publicava “Negócios da Baixa lisboeta em grandes dificuldades por falta de turistas: O tempo parou na Baixa de Lisboa. A falta de turistas por causa da pandemia pinta um vazio no centro da capital portuguesa, com muitas lojas

fechadas e com comerciantes à porta a aguardar pelos clientes que outrora tiveram” (RTP, 22/11/2020). Recorde-se que neste canal de TV, os debates sobre as consequências do turismo, foram intensos, até à emergência da pandemia, em fevereiro / março de 2020, onde conceitos como tradição ou autenticidade foram inúmeras vezes citados, sem uma necessária reflexão teórica. Durante os dois últimos anos, 2020 e 2021, assistiu-se a uma diminuição acentuada da discussão sobre as consequências do turismo, como anotámos antes. Debater a ausência de turistas, e as suas consequências económicas e, por conseguinte, sociais e culturais, para as populações que dele vivem, torna-se premente em tempos de uma pandemia, sem fim à vista. É, contudo, premente começarmos a pensar o turismo no pós-pandemia. Que turismo queremos ter no futuro, deve continuar a ser alvo de reflexão de todos os que trabalham e/ou estudam este fenómeno global.

A pandemia renovou, por outro lado, a importância da rede mundial de internet (world wide web), enquanto ferramenta fundamental para a descoberta dos lugares. Cresceu exponencialmente a visita virtual a museus, espaços culturais e locais turísticos. De acordo com um inquérito desenvolvido pela Rede Europeia de Organizações de Museus, concluiu-se que, “apesar de as portas estarem fechadas, os visitantes continuar(am) a entrar por todos os ecrãs (nos museus). Alguns museus viram as visitas online crescerem 500%” (Rádio Renascença, 20/11/2020). De acordo com a mesma publicação, as visitas virtuais não impediram, contudo, uma queda acentuada nas receitas “dos mil aos seiscentos mil euros por semana”. Conclui-se, portanto que, de um momento pré-pandemia, marcado pela popularização de conceitos, outrora académicos, como gentrificação ou turismofobia, em virtude de uma crescente massificação turística, se passou para uma nostalgia e saudade do turista que deixou as cidades, praias e outros “locus” turísticos, mais vazios e carentes de recursos económicos.

Apesar da importância que as tecnologias de informação e de comunicação (TIC) assumem, tanto para a visita como para o conhecimento e reconhecimento dos lugares, conclui-se da mesma forma que as TIC nunca substituirão as experiências interculturais, que os encontros turísticos proporcionam, tanto aos visitantes como aos anfitriões. As visitas virtuais são como os nossos amigos das redes sociais, a maior parte nem conhecemos! Contudo, constituem um excelente cartão de visita aos lugares, despertando o interesse e a curiosidade do turista pela ida real a um determinado sítio.

Pensamos que a pandemia, Covid-19, constitui apenas um interregno no crescimento do turismo, acreditando que, depois de controlado o vírus, se assista a um aumento ainda maior do turismo, a nível mundial, relativamente à pré-pandemia. Os sucessivos confinamentos nacionais aumentaram as disponibilidades financeiras das famílias, tendo despertado, concomitantemente, um desejo ainda maior de viajar, de conhecer culturas diferentes, disfrutar das praias de areias douradas, ou da beleza das paisagens que a natureza proporciona.

Se é verdade que as TIC nunca irão substituir a experiência das visitas reais, sublinhamos, contudo, a sua importância como primeiro cartão de visita ao lugar e por isso, não podem ser desprezadas por organizações e outras instituições, enquanto meios de divulgação do lugar que, em virtude da pandemia, adquiriram uma importância ímpar. Neste sentido, é premente que durante estes tempos em que a pandemia ainda decorre,

tanto as campanhas de divulgação dos lugares como os sítios de internet de museus, de entidades turísticas oficiais e não oficiais, de lugares e de regiões, realizem um grande esforço de investimento no sentido de serem capazes de comunicar a informação sobre o lugar de forma clara, “limpa” e apelativa. É urgente, por exemplo, a aposta em visitas virtuais, capazes de despertar o interesse do turista pela visita real ao lugar, no pós-pandemia.

Esperamos, da mesma forma, que uma pandemia que atingiu todo o mundo, seja capaz de aproximar os povos, contribuindo para que tanto visitantes como anfitriões, sejam capazes de desenvolver uma mentalidade mais reflexiva sobre si e sobre os outros. Que ambos sejam capazes de realçarem a riqueza que o turismo proporciona em termos de aprendizagens e de encontros interculturais. Porque o turismo, seja ele de que tipo for, proporciona, antes de mais uma oportunidade única de aprendizagens e de enriquecimento social e cultural.

Bibliografia

MAGALHÃES, F. O centro histórico de Lisboa enquanto ecomuseu: construindo pontes entre os turistas, os locais e o património. *Revista Iberoamericana de Turismo – RITUR*, 7, (3), p. 114-136, 2017. Disponível em: <https://www.seer.ufal.br/index.php/ritur/article/view/4176/3009>.

OBSERVADOR. Pandemia no coração de Lisboa? Rua Augusta tem saudades dos turistas. Disponível em: <https://observador.pt/programas/reportagem-observador/a-rua-augusta-tem-saudades-dos-turistas/>. Acessado em 15 de nov. de 2021.

RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL. Negócios da Baixa lisboeta em grandes dificuldades por falta de turistas. Disponível em: <https://www.rtp.pt/noticias/economia/negocios-da-baixa-lisboeta-em-grandes-dificuldades-por-falta-de-tu>. Acessado em 19 de nov. de 2021.

RÁDIO RENASCENÇA. Museus fechados: visitas online crescerem até aos 500%. Disponível em: <https://rr.sapo.pt/noticia/vida/2020/04/20/museus-fechados-visitas-online-cresceram-ate-aos-500/189965/>. Acessado em 01 de dez. de 2021.