

TURISMO, INVESTIGAÇÃO E FORMAÇÃO.

TENDÊNCIAS E DESAFIOS EM TEMPOS DE MUDANÇA

Luis Saldanha Martins

Ficha Técnica

Título: *Turismo, investigação e formação – tendências e desafios em tempos de mudança*

Autor: **Luís Saldanha Martins**

Edição: **Faculdade de Letras da Universidade do Porto**

© Copyright 2011 – Faculdade de Letras e Autores

Colecção: **Orações de Sapiência / 3**

ISSN: **1646-2149**

Execução gráfica: **Rainho & Neves Lda. / Santa Maria da Feira**
geral@rainhoeneves.pt

Tiragem: **150**

Depósito legal: **322700/11**

ISBN: **978-972-8932-73-2**

*Turismo, investigação e formação – tendências e desafios em tempos de mudança **

Luís Saldanha Martins (DG-FLUP)

A actividade turística, aqui entendida de forma muito ampla, foi caracterizada entre meados dos anos cinquenta do século XX e os primeiros anos do século XXI, por um relativamente rápido e continuado crescimento. Este crescimento norteou e instigou as práticas, as atitudes e as decisões que marcaram a evolução recente do turismo, nas múltiplas dimensões identificáveis. Ao longo deste período de crescimento, os indicadores registados, mesmo quando divergentes de outras tendências, permitiram alimentar as proverbiais visões optimistas que «naturalmente» caracterizaram as avaliações ou projecções da actividade turística. Desta forma, tornou-se desnecessário, irrelevante e, ao longo de todo o período referido, até censurável, considerar outros cenários que não os do crescimento do turismo mundial.

Este posicionamento alimentou evidentes e incontornáveis processos de especialização, de sofisticação e de segmentação das actividades turísticas, pressionando a dissolução do conjunto de práticas «espontâneas» e informais – como o fornecimento de alojamento e alimentação – que tradicionalmente permitiram assinalar o arranque da actividade turística. O modelo de transição assim definido, do informal para o formal, acompanhou o desenvolvimento dos destinos turísticos, tornando-se incontestá-

[*] O texto publicado serviu de base à Lição Inaugural, integrada na Sessão Solene de Abertura do Ano Lectivo 2007/2008 da FLUP.

vel em fases mais evoluídas da apropriação das áreas de recepção e tanto mais consolidado quanto baseado no conhecimento, muito em particular em componentes avançadas de investigação e de formação.

O estudo do turismo, no entanto, ainda que assente numa incontornável particularização de metodologias, de afinação de conceitos ou de acumulação de conteúdos teóricos, mais do que caminhar de forma inelutável para a formação de um novo domínio disciplinar, tem funcionando, até pela amplidão dos conhecimentos incorporados, como uma imensa plataforma de convergência de saberes, mantendo fortes afinidades com os mais diversos domínios científicos.

A variabilidade de comportamentos de turistas e de empresas de turismo, a fluidez das matérias e das dinâmicas associadas ao turismo, ou a consistência e a diversidade dos objectos científicos, têm permitido e, inclusivamente, justificado em grande medida, numa perspectiva contrária à antes enunciada, alimentar o propósito da autonomia disciplinar.

O desenvolvimento do turismo e a complexidade que o caracteriza exigem, mais do que promover estes debates, que as linguagens utilizadas, os conceitos ou a «ambiência» académica de formação e de graduação, possam suscitar convergências e harmonizações científicas transdisciplinares. Esta perspectiva diverge e, em algumas circunstâncias, contrasta com outras formações menos ecléticas, defendendo a especificidade que caracteriza o domínio de saberes que têm como objecto de estudo o turismo. Para discutir e tentar justificar estes pressupostos, o presente texto incidirá em quatro componentes essenciais, a saber: sobre as tendências do turismo contemporâneo; sobre os modelos de resposta e de organização do turismo; sobre os 50 anos de formação de profissionais de turismo em Portugal; e sobre a relação entre o turismo, a investigação e a formação, afinal a razão primeira destas páginas.

O tema a desenvolver está, ainda, enquadrado por vários aspectos considerados relevantes que, neste contexto, serão objecto de breves comentários introdutórios mesmo tratando-se de matéria importante na explanação subsequente. Entre estes aspectos preliminares cabe sublinhar: a relevância da plataforma das «Ciências Sociais e Humanas», destacando-se o significado das áreas de conhecimento sedeadas actualmente na Faculdade de Letras no estudo do turismo; a existência de perspectivas diferenciadas segundo as quais são encaradas as actividades turísticas incluindo perspectivas tão distintas quanto as clientelas potenciais ou as áreas de destino; a prevalência de dinâmicas geradoras de oportunidades face à sucessão de ciclos de criação e de comercialização de «produtos» turísticos; e a importância estratégica do turismo no desenvolvimento por-

tuguês. Desta forma, o debate sobre a expressão do fenómeno turístico sobre as dinâmicas de transformação do território, das actividades ou dos comportamentos das populações, sobre a importância da investigação ou da adequação dos processos de aprendizagem, constituem, na actual conjuntura, um desafio à capacidade de relacionar a investigação com a difusão do conhecimento em base universitária, justificando em grande medida a argumentação explanada ao longo deste texto.

1. Pressupostos de base e o enquadramento temático

Antes de mais, pretende-se destacar, como primeiro pressuposto, o significado particular do debate sobre as grandes linhas de articulação entre as actividades de turismo, os objectivos da investigação e as plataformas de formação tendo como referência a Faculdade de Letras. Na actual macroestrutura institucional da Universidade do Porto, outras unidades orgânicas a exemplo de Economia, de Engenharia ou de Desporto, poderiam proporcionar plataformas de lançamento da formação em turismo igualmente substantivas. Equacionar a aprendizagem na Faculdade de Letras pressupõe um conjunto de singularidades que passam por incluir conhecimentos adquiridos em Filosofia, em Geografia, em História, em Línguas e Literaturas ou em Sociologia, favorecendo perspectivas no domínio da cultura e do património. A associação de saberes enunciada acrescenta novas dimensões àquelas que promovem quase exclusivamente a gestão ou a tomada de decisão empresariais, promovidas noutros contextos disciplinares.

Num segundo pressuposto equaciona-se a existência de diferentes modelos de organização da actividade turística em função da perspectiva segundo a qual é encarado o fenómeno: mais na lógica dos mercados, ou seja, dos potenciais compradores de viagens; da gestão da hospitalidade, promovendo essencialmente a eficácia e a racionalidade da organização; ou valorizando os destinos, com toda a panóplia de cuidados a accionar na adequação e na apropriação dos territórios visitáveis, enquanto espaços de acolhimento.

O terceiro pressuposto, admite que, na actualidade, as dinâmicas susceptíveis de influenciarem o fenómeno turístico sejam tão significativas que, tirando partido dos ciclos de renovação e da variabilidade nas tendências da moda, possam constantemente dar lugar a novas e estimulantes oportunidades. Maugrado a constância de algumas das componentes do turismo, e também por isso, o facto de os potenciais visitantes serem

sensíveis a novas propostas de visita ou de experiência, periodicamente renováveis, a exemplo dos mais diversos produtos de consumo, permite ensaiar processos de penetração nos mercados reintroduzindo novos ciclos de oportunidade a cada nova visita. Ou seja, num destino como Portugal, onde uma componente como o alojamento se encontra relativamente consolidada, existindo uma oferta diversificada e relevante, a visita estará especialmente dependente da capacidade de seduzir e de captar turistas em cada novo ciclo de visita que tenha lugar.

Num quarto e derradeiro pressuposto inicial, independentemente das perspectivas de análise, o turismo constitui-se como um domínio de importância estratégica para o país e para cada uma das regiões ou dos lugares que o integram. Através do turismo torna-se possível acrescentar novas «camadas» ao processo de desenvolvimento, com significado tanto nas áreas onde a actividade turística é particularmente consistente, como naquelas onde o argumento do turismo é utilizado como catalisador da acção. A criação de riqueza, o emprego ou a qualidade de vida, encontram no turismo e nas actividades conexas, tanto factores de instigação como referências para os padrões de qualidade a atingir.

Tendo este enquadramento geral presente, importa agora equacionar a importância do potencial de transformação que qualifica o conjunto de actividades de turismo; a estrutura de relacionamento entre o turismo, os mercados, os processos organizativos e os destinos; o quadro de formação para a prática profissionalizante desta área de actividade; e o papel que possa ser assumido por uma instituição de ensino superior na preparação dos futuros profissionais. Importa, igualmente sublinhar o peso que a investigação e a formação no domínio do turismo possam adquirir enquanto contributos para o fortalecimento da ligação entre a universidade e a comunidade, melhorando a organização dos serviços prestados e instigando o desenvolvimento das actividades turísticas locais, regionais e nacionais.

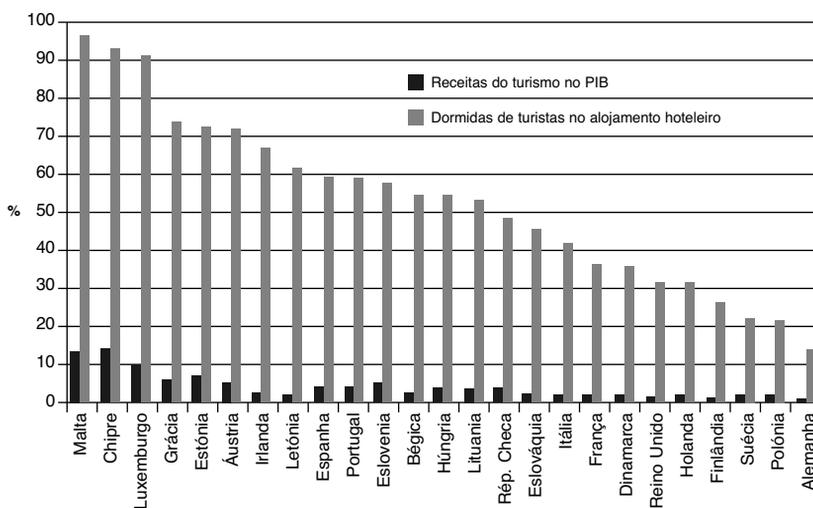
2. Tendências do turismo contemporâneo

Na actualidade, constitui um «lugar-comum» afirmar que as actividades de turismo constituem domínios chave na consolidação e no crescimento das economias da maioria dos países, facto verificado e confirmado tanto entre os mais como os menos desenvolvidos, em diferentes períodos da segunda metade do século XX. Torna-se possível, de forma muito particular, identificar quatro componentes que mantêm uma

grande constância desde os primórdios do turismo, sendo responsáveis pela parte mais substantiva e visível do crescimento do turismo: o alojamento, a alimentação, a animação e o transporte.

Num outro plano, traduzindo a volubilidade do fenómeno, encontram-se actividades e comportamentos que reflectem a sensibilidade dos mercados e das clientelas a factores externos e imponderáveis, como as tendências da moda, a variabilidade da conjuntura económica ou política e, ainda, a sucessão e a dimensão dos incidentes ou dos acidentes, tanto de carácter humano como natural, ocorridos nos últimos anos.

Figura 1. Importância do turismo nos países da EU-25 (2005)



O turismo português seguiu a tendência geral de crescimento, arrancando ainda nos anos sessenta, com um ligeiro atraso face aos destinos mediterrâneos, tendo atingido em finais dos anos noventa, eventualmente em 1998, um número de turistas idêntico à dimensão da população residente: cerca de dez milhões.

Podendo tratar-se de uma particularidade teórica mencionada num dos modelos de desenvolvimento do turismo, esta referência é destacada como um dos elementos chave no processo de consolidação da actividade turística. Ou seja, na perspectiva da dimensão, Portugal apenas recentemente atingiu um limiar relevante no envolvimento com as actividades de turismo. Mesmo sabendo-se até que ponto a distribuição das activida-

des e de visitantes é desigual no território nacional, resultando o principal contributo do Algarve, da Linha (Lisboa-Cascais) e da Madeira, que concentram cerca de 65% da oferta e 75% da procura, o turismo implica a maior parte do país.

Desde os «longínquos» anos sessenta do século passado, o turismo foi adquirindo e desenvolvendo um potencial de transformação cujos efeitos são evidentes de Moledo a Vila Baleira, ou do Gerês aos Capelinhos, produzindo áreas com características identificativas e singulares. A evolução registada contribuiu para reconhecer e para delimitar zonas de reserva e de protecção ou, complementarmente, permitiu balizar as mais diferentes intervenções, promovendo medidas de salvaguarda ou orientando a capacidade de transformação para processos de requalificação do território.

10

Numa perspectiva mais ampla, no mundo actual, o turismo impregna a matriz fundamental dos comportamentos das populações dos países ocidentais, mormente na vertente do consumo, sendo indissociável a sua evolução das componentes ambientais, económicas, sociais, culturais ou territoriais, que constituem o fundamental do processo de desenvolvimento. A capacidade em transformar, consolidando esse mesmo desenvolvimento, está assim fortemente relacionada com a continuidade das actividades do turismo sendo escassas e muito localizadas as referências ao esvaziamento e ao desaparecimento de áreas turísticas, contrariando também a leitura organicista de alguns modelos que prescrevem a tendência de evolução, desde o nascimento à morte – implicando esquecimento – dos territórios de turismo.

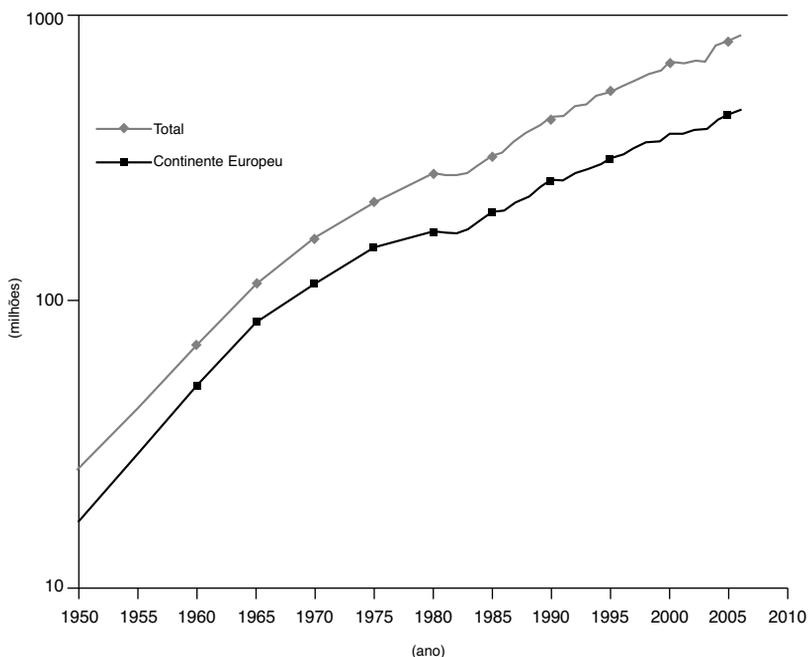
2.1. Crescimento e massificação

O crescimento do turismo mundial tem constituído a principal referência dos registos disponíveis, nomeadamente os apresentados pela Organização Mundial de Turismo, sendo pouco significativas as beliscaduras na linha de evolução dominante desde os anos cinquenta. Trata-se, no essencial, do reflexo do processo de crescimento económico verificado na segunda metade do século XX, ainda que o aumento dos movimentos de turistas e dos gastos em turismo tenham evidenciado taxas de crescimento superiores às verificadas com o crescimento económico, reflectindo o significativo aumento do consumo de bens e de serviços directamente relacionados com o turismo.

O facto de, o turismo, nas décadas posteriores ao pós-guerra, ter cres-

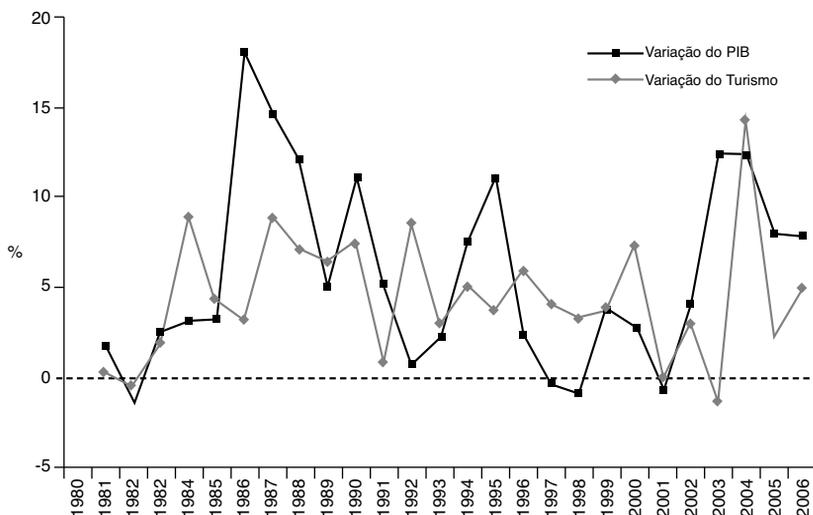
cido mais do que a generalidade dos indicadores económicos, reflecte a importância que foi adquirindo tanto na sociedade ocidental como nas mais diferentes culturas. De qualquer forma, na grande maioria dos países, independentemente do contributo do turismo para o seu desenvolvimento, as actividades directa ou indirectamente relacionadas constituem importantes vectores da economia, com ritmos de crescimento superiores a outros domínios. Para além deste papel assumido pelas actividades de turismo, a evolução registada, talvez permita ainda reclamar uma outra dimensão quando os ciclos anuais de deslocação, os períodos de férias ou o consumo de bens e de serviços da esfera do turismo, traduzam uma função «básica» fundamental nos modos de vida, constituindo seguramente, uma referência incontornável no comportamento das populações, em particular dos países ocidentais.

Figura 2. Evolução do número de turistas (1950-2006)



[Fonte: Organização Mundial do Turismo]

Figura 3. Variação do PIB e do número de turistas



[Fonte: Organização Mundial do Turismo e Fundo Monetário Internacional]

O fortalecimento do turismo nas sociedades contemporâneas tem, assim, consequências no aumento do consumo em actividades turísticas, no alargamento e na segmentação das clientelas, nos processos de estandardização dos serviços prestados, na hegemonia dos mercados sobre os destinos ou no abaixamento de preços, alimentando um processo de expansão e de afirmação que, objectivamente, progride. Num outro plano, ainda que na mesma linha de evolução, o retorno do investimento, a dimensão do emprego e a excessiva dependência de muitos destinos face às actividades de turismo, abrem campo a processos de crescimento que vão desembocar, na grande maioria dos casos, na massificação do turismo, enquanto manifestação indissociável da sociedade de consumo.

2.2. Concentração territorial e temporal

A evolução da actividade turística, valorizando os destinos estivais e invernais, as áreas balneares, urbanas ou de montanha, tem sido frequentemente acompanhada pela criação de «estâncias» marcadas pela tendência para a concentração, originando por isso aglomerados densos, o mais das vezes, correspondendo a rápidos e desproporcionados processos de urbanização.

A concentração territorial é potenciada, ainda, pelas características dos motivos de atracção, quando a afluência de visitantes está focalizada num conjunto relativamente pouco numeroso de «pontos» de interesse. Estes focos de atracção turística correspondem a um segundo nível de concentração, na faixa balnear, nos lugares visitáveis, nos monumentos civis, militares e religiosos, nas praças de referência e nas ruas comerciais ou, ainda, nas pistas esquiáveis, entre muitos outros exemplos.

A dominância da opção «Agosto», que no caso português correspondeu a cerca de 15% dos movimentos anuais de turistas na hotelaria em 2006, enquanto Julho, Agosto e Setembro representaram cerca de 37%, provoca a saturação de infra-estruturas e de equipamentos tanto nas áreas de emissão como nas áreas de recepção, com inegáveis consequências em termos do conforto das deslocações e, necessariamente, da qualidade global dos serviços prestados.

Levando em consideração as três componentes enunciadas, verifica-se um processo de concentração cumulativa nos lugares de turismo, nas áreas visitáveis e nos tempos de visita, conferindo um especial significado à sazonalidade, nomeadamente no que respeita à adequação e à «resistência» dos destinos turísticos. São numerosas e diversificadas as consequências que poderão resultar deste processo nomeadamente no que se refere ao conhecimento e à investigação sobre esta questão tão sensível do turismo ou à capacidade de resposta a muitos dos problemas relacionados com a sazonalidade, essencial a uma melhoria da qualidade dos lugares de turismo e dos serviços prestados.

2.3. Diversificação e sofisticação

O processo de crescimento do turismo quando traduzido, designadamente, no aumento dos turistas, tem sido acompanhado pelo aparecimento de novas clientelas, o que pode corresponder tanto à expansão como à diversificação dos mercados tradicionais. O aumento do número de turistas e a diversificação dos países de origem, garantem tanto a possibilidade de segmentação das clientelas, permitindo abordagens diferenciadas nomeadamente nos «produtos» oferecidos, como sustentam um processo de sofisticação no exercício da actividade turística. No entanto, o surgimento de novas clientelas, reflectido no aumento do número de turistas, é acompanhado pela diminuição global da capacidade económica dos visitantes com consequências previsíveis na qualidade e na quantidade dos produtos e dos serviços consumidos, redu-

zindo a possibilidade de acrescentar à actividade turística novos domínios de sofisticação.

Na perspectiva dos destinos, a expansão e a difusão do fenómeno turístico têm alimentado uma expressiva diversificação correspondendo tanto ao aparecimento de novas áreas de atracção – de novas estâncias turísticas –, como ao crescimento das existentes, raramente significando o reforço da qualidade da oferta ou da melhoria do estatuto socioeconómico dos visitantes.

O processo de crescimento do turismo, com o alargamento de formas de consumo massificado e com a diversificação de mercados e de clientelas, tem sido acompanhado por grandes transformações nas tipologias das áreas de turismo e nas características dos «produtos» comercializados. Trata-se não apenas de acrescentar novos serviços, como de melhorar a qualidade dos que são prestados, de reduzir o preço ou de criar «novas» necessidades aos consumidores. Com maior frequência são criados e comercializados serviços que significam aprendizagem, actividades de ocupação do tempo e de animação, essencialmente orientados para os visitantes, ou ainda iniciativas de organização que contribuem para aumentar a satisfação dos consumidores. O aumento da qualidade desses serviços não implica apenas o prestador mas também toda a comunidade ou a «ambiência» em que é prestado, sofisticando as características das áreas de recepção, num processo de constante avaliação e de melhoria dos serviços disponíveis, contribuindo dessa forma para o desenvolvimento dos destinos turísticos.

2.4. Compressão dos ciclos de visibilidade

A grande diversidade de destinos, de agentes mediadores, de meios de comunicação, de tipos de transporte e de formas de difusão da informação, a par da diversificação das tendências da moda, criam e alimentam uma grande competição entre destinos turísticos.

A utilização de diferentes estratégias de penetração nos mercados, nomeadamente através da definição de imagens de marca, o esforço em participar na definição de tendências da moda ou na tentativa de as influenciar, ensaiada com o aumento da promoção, constituem dificuldades a superar no quadro da competição entre destinos turísticos. Este tema é especialmente sensível em destinos com menor dimensão, com estratégias promocionais fragmentadas entre os diferentes agentes – locais, regionais e nacionais –, e com menor penetração entre os principais operadores, do que resultam aumentos nos gastos por visitante.

A pressão exercida sobre os consumidores, consubstanciada no encurtar do ciclo de vida dos «produtos» turísticos – e de qualquer outra natureza, do detergente ao automóvel entre tantos exemplos –, perante a apêndia de consumo instalada na sociedade contemporânea, desencadeia fenômenos de mudança particularmente rápidos também entre as actividades de turismo. Em períodos conjunturalmente favoráveis, as mudanças nos destinos e nas tendências definidas nos mercados tornam particularmente difícil, a um destino turístico, manter a visibilidade, o interesse ou a capacidade de atracção sobre visitantes durante períodos longos, sem constantes reinvestimentos em equipamentos, em eventos de animação e/ou em promoção. Quando os ciclos entram em perda e a intensidade da depreciação dos destinos é significativa, ao ponto dos destinos se defrontarem com grandes quebras na procura, resta adoptar programas de recuperação, com frequência enquadrados pelo lançamento de planos «estratégicos», de «melhoramentos» ou de «excelência», sob pena de esses mesmos destinos entrarem numa fase de obsolescência difícil de travar e de contrariar.

A facilidade com que os destinos vêm alterado o posicionamento face a outros destinos concorrentes e a forma como estão sujeitos aos efeitos, ou à percepção desses efeitos, decorrentes de catástrofes naturais ou de convulsões sociais e políticas, têm também contribuído para criar uma instabilidade que não estimula o reforço dos fluxos de turistas, diminuindo a capacidade de atracção das áreas de turismo e a capacidade de redistribuição da riqueza, através da actividade turística.

A quantidade e a diversidade das clientelas resultam, por outro lado, da variabilidade de processos e da reduzida fidelização entre turistas e destinos, numa volatilidade que tem constituído um dos grandes campos de indeterminação da actividade turística. A diversificação dos tipos de transporte, que permite multiplicar as áreas turísticas, ou o acesso à informação, numa articulação intensa e directa entre promotores e públicos-alvo, têm aproximado hospedeiros e hospedados, alterando as formas mais consolidadas de produção e de comercialização dos produtos turísticos. A expansão de novos meios de comunicação, onde avulta a rede global – www.tur.com –, vai alimentando novas formas de relacionamento entre turistas e destinos, assentando em informações mais fluidas sobre as múltiplas realidades visitáveis e em hábitos de pesquisa mais versáteis, flexibilizando o desenvolvimento da actividade turística. Estas recolha e colecção de informação sobre destinos turísticos, mais facilmente ajustáveis às expectativas dos potenciais visitantes, garantem uma grande diversidade de comportamentos, com dimensões inimagináveis

há relativamente pouco tempo. De qualquer forma, os contornos deste relacionamento não estão totalmente definidos ainda que os seus efeitos já não sejam desvalorizáveis no contexto de possíveis opções de visita e na capacidade em romper com as ligações mais convencionais entre destinos e turistas saídas da cartilha de Thomas Cook¹ e que marcaram o crescimento da actividade até ao advento dos anos noventa do século XX.

2.5. Oportunidades de desenvolvimento e o transbordar incontrollável do turismo

Na perspectiva dos destinos turísticos, as oportunidades de desenvolvimento a partir de iniciativas e de actividades relacionadas com o turismo, constituem referências incontornáveis na actual conjuntura política, social ou económica. Face aos limites das soluções de desenvolvimento que têm sido implementadas e que assentam, com poucas excepções, num crescimento centrado nas componentes económicas – emprego e redistribuição de riqueza –, o turismo constitui uma solução tão boa quanto outras, encerrando dificuldades tão intransponíveis quanto outras, sendo eleito como um dos domínios mais relevantes na transformação do território, independentemente da localização, das características intrínsecas ou do processo e da dinâmica de evolução.

Face à dificuldade em mobilizar «velhos» modelos de crescimento, fortemente penalizadores para os recursos endógenos, baseados essencialmente em mão-de-obra intensiva, dependentes das acessibilidades e, cada vez mais, sem viabilidade económica face à concorrência dos produtores asiáticos, o turismo, em diferentes circunstâncias, é eleito como o principal argumento que justifica a intervenção no território, tanto nos espaços públicos como nos privados, tanto nos naturais como nos humanizados.

O turismo, bem como o conjunto de actividades conexas, será na actualidade, na maior parte do território nacional, encarado como elemento de estímulo à valorização dos recursos existentes de natureza ambiental, social, cultural ou territorial. Tem funcionado, igualmente, como plataforma para o lançamento de intervenções no património arquitectónico e monumental, nos espaços públicos urbanos ou nas áreas

[1] A actividade de Thomas Cook, enquanto organizador de viagens, foi iniciada em Julho de 1841 e é-lhe atribuída a iniciativa pioneira no arranque do turismo contemporâneo. No caso português a Agência Abreu presta serviços desde 1840, ainda que estando inicialmente relacionada com a emigração para o Brasil de populações do Norte de Portugal.

de interesse natural, muitas incluídas na Rede Natura 2000. Tem servido, ainda, como base de apoio a iniciativas de recuperação do património imaterial, afirmando-se a actividade turística muito para além da capacidade em gerar emprego e em redistribuir riqueza.

Acresce que, pelo cuidado colocado na valorização das características das áreas de uso turístico ou dos serviços prestados, as actividades relacionadas com o turismo são definíveis como padrão de referência em componentes tão diversas quanto as estéticas e as vivenciais ou as urbanísticas e de animação. Dessa forma, as actividades ligadas ao turismo, com enorme frequência, contribuem para o reforço da coesão territorial, implicando uma maior e, em muitas áreas, incontornável articulação entre as múltiplas componentes de actividade. O contributo do turismo para elevar os padrões de qualidade de vida e as expectativas das populações residentes constitui uma faceta incontornável e insofismável da realidade actual, eventualmente ainda mais evidente em áreas mais excêntricas. Ou seja, os espaços de acolhimento se, por um lado, são adequados a clientelas sofisticadas, conhecedoras e cosmopolitas, por outro, servem de referência, quando são reproduzidos – construídos à imagem – e experimentados pelas populações locais.

Em anos mais recentes, têm surgido novos agentes que adquirem ou criam referências territoriais, servindo de «ponte avançada» e/ou de intermediários, tanto económicos, como sociais ou culturais, consubstanciando a relação antes expressa entre alguns mercados e as áreas de destino, em especial as designadas de «baixa densidade». Os núcleos mais expressivos deste processo, onde avultam as unidades de turismo em espaço rural, que se podem encontrar em tantos municípios de Portugal, nomeadamente do Norte do país, acolhem cidadãos de países centro-europeus que captam, no destino, alguns promotores de alojamento e nos mercados, dos quais são originários, novas clientelas com comportamentos menos padronizados. Sendo certo que estes fenómenos abrem novas oportunidades à medida que o turismo vai chegando a territórios insuspeitáveis, também dão lugar a novos problemas em algumas áreas menos preparadas para acolher a actividade turística, tema adiante tratado em algumas das suas múltiplas facetas.

A este processo acresce um outro ligado ao «turismo residencial», em muitos casos fortemente relacionável ou confundível com «habitação secundária» e associável ao investimento exterior à área de acolhimento. As reduzidas afinidades entre os novos proprietários e os destinos turísticos, territórios tantas vezes fragilizados pelo esvaziamento populacional, têm gerado comportamentos que noutros destinos foram responsá-

veis por fortes tensões sociais, políticas e económicas. Essas tensões e os conflitos registados entre populações residentes – «dominantes» – e visitantes – «invasoras»² –, relacionáveis com a penetração da residência secundária, subvertem a função de destino turístico, que se transforma em palco, tão só, de fenómenos de economia informal com um limitado impacto local. Nestas áreas, com enorme frequência, a «produção» urbanística, através da construção, geradora de emprego indiferenciado, é valorizada muito para além dos serviços ligados às actividades turísticas. Estas tendências podem, no curto prazo, ser penalizadoras para as áreas de recepção mais desprotegidas, contribuindo para aumentar a dimensão dos problemas existentes ou para criar novos mais do que, aparentemente, para os resolver, fazendo apelo a uma frase de Brian Berry que o passar do «tempo» se encarregou de vulgarizar.

3. Modelos de organização e de resposta do turismo

A actividade turística, nas respectivas componentes fundamentais, é constituída por uma grande diversidade de serviços. Este pressuposto de base, no essencial, refere-se à componente imaterial do consumo associado ao turismo e, desde os «primórdios», independentemente de quando e onde se queiram situar, a qualidade do serviço prestado é atributo do turismo praticado. Ainda que nas últimas décadas tenha aumentado a diversidade em consequência das fortes dinâmicas registadas e das principais tendências encontradas no turismo mundial, algumas especificidades fundacionais continuam presentes e estruturam, de forma muito vincada, como no passado, a prática da actividade turística.

Algumas dessas especificidades marcam os diferentes destinos, através da dimensão e da importância do alojamento, através da alimentação – com o avanço da homogeneização de uma cozinha dita «internacional», aqui e ali com laivos de uma erudição gastronómica – ou através de eventos de animação mais ou menos carregados pelo típico.

O exercício da actividade apresenta outras características intrínsecas, entre as quais cabe destacar, por exemplo, a disponibilidade que permite cumprir horários desfasados da maioria das demais actividades – o tra-

[2] A utilização de conceitos vulgarizados pela escola ecológica de Chicago pretende tão só traduzir a dificuldade em encontrar um quadro teórico que inequivocamente enquadre o tema quanto a amplitude das questões aqui presentes.

balho desenrola-se quando os utentes usufruem de tempo de lazer –, ou o profissionalismo que permite ultrapassar a depreciação de «ofícios» que, no passado, já encerraram algum servilismo aqui e ali confundível com as práticas necessárias à prestação de serviços de turismo. Os níveis de exigência pessoal e profissional presentes nestas componentes reforçam o carácter distintivo do funcionamento de muitas das actividades turísticas.

A formação e a especialização contribuem para o aperfeiçoamento destas e de outras componentes, destacando-se, cada vez mais, a relevância das qualidades do prestador ou da «esfera» em que o serviço é prestado, na medida em que o carácter imaterial da transacção confere à percepção de quem adquire, ou seja aos níveis de satisfação associados, o essencial do relacionamento estabelecido entre turistas e destinos. Repare-se, pelo contrário, que na aquisição de um qualquer bem material, desde a garrafa de refrigerante ao monitor de televisão, poderá ser absolutamente irrelevante o intermediário que comercializa o produto, nos antípodas daquilo que acontece com os serviços de turismo.

Depois, na óptica dos mercados, os potenciais clientes, apenas o serão desde que se desloquem. A condição basilar do movimento como fundamento do acto turístico requer um conhecimento aprofundado e especialmente próximo dos potenciais visitantes.

A criação de relações de confiança entre turistas e prestadores de serviços constitui uma outra condição essencial do turismo actual. Ao garantir, cumulativamente, a segurança dos destinos e a identidade dos ambientes turísticos, caracterizando e adjectivando os lugares de turismo, estas relações traduzem formas de certificação indispensáveis ao exercício de uma qualquer actividade. A afirmação de um destino – norte ou sul, este ou oeste –, mais do que do preço ou da eficácia da promoção, pode depender do fortalecimento das conexões com operadores ou com outros agentes nos quais o turista, tradicionalmente, «confia» e por intermédio dos quais são ultrapassadas as «preocupações» com ambientes desconhecidos e conjunturalmente hostis.

Importa, ainda, acrescentar que a satisfação obtida com um serviço prestado, comparando serviços e qualidade das vivências com expectativas alimentadas e informações recolhidas, eventualmente, em experiências anteriores, vai sendo construída desde que o visitante é colocado perante a estrutura organizativa do turismo. Neste contexto existirá uma muito ténue diferença entre a satisfação e a insatisfação, susceptível de determinar o sucesso ou o insucesso de um qualquer destino.

3.1. Vender «o tudo incluído»

Desde Thomas Cook foram estabelecidos e fixados os princípios nos quais assentam a relação de proximidade e de confiança entre os operadores e as clientelas, ocorrendo a visita no quadro de um conjunto de procedimentos assegurados pelos agentes de intermediação entre turistas e destinos. Este relacionamento parece, também, traduzir alguma forma de certificação, quando a «proximidade» ao operador permite criar confiança no turista e consumidor, por mais anacrónica que esta perspectiva possa parecer quando projectada no passado. Acresce que, desde as primeiras iniciativas de matriz comercial, a organização vai sucessivamente reforçando a dependência face ao organizador, condicionando quer turistas quer destinos, bem como o relacionamento e a articulação entre as múltiplas componentes envolvidas.

Numa outra perspectiva, à medida que a organização adquire maior importância constituindo-se como uma das componentes incontornáveis da viagem ou que adquire sofisticação e é segmentada, nomeadamente com o avanço dos transportes, vai variando o peso relativo entre serviços associáveis aos mercados ou aos destinos. Sabendo-se que a maioria dos visitantes têm origem em regiões ou países mais desenvolvidos, a variação do peso relativo das componentes de organização acaba por ser influenciada por diversos aspectos, a exemplo do processo de desenvolvimento dos locais visitáveis ou do aumento da concorrência entre destinos.

A viagem foi sendo caracterizada por uma sucessão de ciclos de visita, cada vez mais curtos, verificando-se o aumento da frequência subsemanal, padronizada nas suas múltiplas componentes, em acompanhamentos muitas vezes rígidos dos turistas, num pastoreio³ que confere reduzida margem de opção aos visitantes. Se, por um lado, a insegurança imaginada ou as dificuldades de comunicação entre visitantes e visitados em alguns destinos, convidam a um afastamento mediado por agentes com origem mais frequente nos países emissores, por outro a organização aqui explicitada não deixa de restringir de modo muito significativo as áreas visitadas e, por isso, os impactes do turismo, tanto positivos como negativos.

A escolha de lugares de visita que fogem aos principais destinos internacionais – mais ou menos «exóticos» – continua a exigir uma estrutura organizativa que não difere grandemente daquela que foi definida ainda

[3] O termo pastoreio foi inspirado no «pastor de máquinas» de Lewis Mumford que dos pastos «desceu» à revolução industrial, fazendo soar a sua flauta condutora.

no século XIX. Esta outra perspectiva convida a reflectir sobre o processo de comercialização do «produto» turístico, constituindo, na actualidade, um dos grandes desafios dos operadores, extensível às estruturas da oferta confrontada com a necessidade em diminuir as margens de lucro para continuar a justificar o interesse de turistas e de organizadores de viagens.

3.2. Hospitalidade e envolvimento

O processo de crescimento do turismo bem como o desenvolvimento das áreas de destino têm como consequência, entre outras, o aumento do grau de envolvimento e de participação de agentes com âmbito e influência locais. Complementarmente, os visitantes – turistas ou excursionistas – vão adquirindo uma maior capacidade de decisão sobre a visita, sobre os locais a percorrer, as modalidades de alojamento, o grau de autonomia sobre as opções organizativas ou de recolha de informação, tanto na qualidade como na diversidade ou na profundidade dos documentos de interpretação recolhidos.

As expectativas criadas nos visitantes tornam-se uma componente determinante de todo o processo de produção de serviços ou de disponibilização de práticas turísticas. Enquanto aumenta a exigência dos visitantes com estatuto de cliente, aumenta igualmente a sofisticação dos serviços prestados e a distinção dos ambientes de recepção criados nas áreas de turismo. Os critérios de definição e de gestão da qualidade exigem, de forma categórica, que as expectativas criadas se aproximem das expectativas satisfeitas, em ciclos sucessivos de aproximação, permitindo atingir níveis de satisfação elevados nas visitas efectuadas⁴.

O aumento da diversidade na escolha de períodos de visita, da duração do período de visita, do tipo de transporte utilizado, do tipo de alojamento seleccionado, das opções de alimentação ou do preenchimento da agenda da estada, aumentam de forma incontornável e incontrollável a autonomia dos visitantes. Este processo de autonomização promove, na perspectiva das áreas de turismo, a afinação do relacionamento entre produção e oferta e, na perspectiva das áreas emissoras, entre procura e consumo, ensaiando-se diversas modalidades de aproximação a uma das quimeras da actividade turística: a oferta igual à procura.

[4] EUROPEAN COMMISSION – *Towards quality urban tourism, Integrated quality management (IQM) of urban tourist destinations*, Brussels, 2000.

A evolução de procedimentos vai, por outro lado, apontando no sentido do aumento de importância dos agentes locais que se afirmam como interlocutores mais activos e mais numerosos nas áreas de destino. As áreas de destino tradicionais e consolidadas assistem a uma extensão das ligações a territórios e práticas «alternativas», alargando-se o turismo a novos lugares turísticos, impregnados por ambiências culturais intensas e distintivas, em processos que alimentam o aparecimento de «micro» destinos com contornos de difícil antecipação, amiúde insuspeitáveis e espantosos, a raia a «maravilha».

Pela diversidade e pela autonomia dos visitantes, o «pastoreio» vai sendo flexibilizado, despontando cada vez mais formas de acompanhamento tendencialmente indicativas, por isso menos impositivas, enquanto o turista, a título individual, é compelido a assumir comportamentos «just-in-time», na medida em que a melhoria da operacionalidade dos sistemas turísticos vai estimulando a chegada de acordo com a capacidade das estruturas de acolhimento, de modo faseado, substituindo a programação rígida e «em bloco» do sistema precedente.

3.3. Singular e irrepetível

A pulverização de destinos e, essencialmente, a tendência de deriva para sistemas locais, escapando à lógica organizativa dos principais operadores e, também, das grandes empresas, faz transbordar de tal forma o processo de articulação entre visitantes – turistas e excursionistas – e destinos que toda uma nova teia de relações passa a orientar o funcionamento do turismo. Os sistemas de comercialização, bem como os canais de referência das actividades turísticas, tendem a ser desagregados e com frequência perdem toda a relevância em favor duma grande atomização que pode atingir, envolvendo, qualquer ponto do território.

Novas urbanizações integradas num «espírito» ou referenciadas como o «produto» designado por turismo residencial, permitem criar e suportar novas perspectivas de relacionamento entre o turismo e o território. Com frequência associadas a equipamentos âncora, como as frentes de água, o complexo de náutica de recreio ou o golfe, em resultado de investimentos exteriores aos locais de destino, estas «segundas habitações» transformadas em oferta de alojamento parecem estimular, por vezes, processos informais de comercialização da oferta turística. A diversidade de alternativas de organização e de comercialização associáveis a este «produto», se parecem comprometer algumas dos serviços mais consoli-

dados na área do turismo, simultaneamente abrem novas frentes de interesse no relacionamento entre visitantes e territórios.

Para além das soluções associadas a formas melhor preservadas de turismo em espaço rural, com frequência, predomina a promoção da singularidade do lugar, numa clara rejeição do «não-lugar», impessoal, das áreas densificadas de passagem. Quando os visitantes tomam o lugar do hospedeiro, vivem os seus lugares e as suas experiências enquadradas por breves mas expressivos e intensos documentos de interpretação, talvez seja possível enunciar, pelas características do acolhimento, pelo envolvimento entre visitantes e visitados ou pela personalização do tratamento, um «sim-pessoa» que orienta as vivências do turismo para concepções subjectivistas e para o primado das emoções.

O crescimento destas soluções exige o reforço da resistência dos pontos de contacto, nomeadamente porque aumenta o número de conexões, como exige a formação de «pastores» especializados que acompanhem e estimulem estas novas experiências à medida que são diversificados e se difundem novos e mais numerosos circuitos que escapam aos enquadramentos mais tradicionais. O acompanhamento destes visitantes e, essencialmente, a preparação da visita tornam-se, cada vez mais, exigentes, justificando uma presença imperceptível mas indispensável e obrigatoriamente eficaz de novos e melhor preparados profissionais de turismo.

4. Cinquenta anos de formação de profissionais de turismo

A importância da formação hoteleira está reconhecida desde a I República quando no I Congresso Hoteleiro Nacional, promovido pelo Conselho de Turismo, foram apresentadas duas «teses» que convergiam na necessidade de criação «urgente» de uma Escola Hoteleira, uma delas, defendida por José de Ataíde, Director da Repartição de Turismo entre 1911 e 1942. De qualquer forma, só em 1957 foi criada a Escola de Hotelaria de Lisboa vocacionada à formação de profissionais hoteleiros.

Como em outras actividades, talvez de forma mais vincada do que em outras actividades, as características da profissão em diversas das componentes, foram essencialmente associadas à hotelaria e, numa referência mais imediatista, a algum servilismo dos trabalhadores hoteleiros, facto que terá contribuído no passado para a depreciação de algumas das profissões associadas ao alojamento e à alimentação.

Depois, a actividade turística, numa forma geral a designada hospitalidade, compreende, nos seus fundamentos, práticas tão comuns do quo-

tidiano que esse conjunto de actividades quando adequadas a uma prestação de serviços implicaria, tão só, uma formação incipiente permitindo, em fases ultrapassadas da actividade turística, recrutamentos pouco selectivos entre profissionais de outras actividades. Sobretudo entre níveis de serviços menos qualificados seria aceitável contratar mão-de-obra que parte do ano desenvolveria actividades noutros domínios, que não o turismo.

O forte peso da concentração sazonal da afluência turística nos meses de Verão que continua a dominar em muitos dos lugares turísticos nacionais, permitiu alimentar este padrão de comportamento. A especialização e a sofisticação do turismo actual, todavia, tornam cada vez mais evidente a impossibilidade de compatibilização com as práticas de recrutamento e de formação anteriores, mesmo quando pontualmente alguns profissionais acumulem funções sempre que a dimensão ou a especificidade da procura o justifiquem.

4.1. Formação em exercício (de paquete a director – a escola informal)

Muitas das profissões directamente ligadas ao turismo continuam a depender da formação em exercício. Esta premissa pode, desde logo, ser associável à hotelaria, admitindo-se que um «paquete» se torne director de hotel ou que da «faxina» seja possível atingir a chefia de um restaurante três estrelas «Michelin».

Muito longe, no entanto, desta questão se resumir a profissões da hotelaria, as actividades de turismo têm constituído uma muito ampla bacia de recepção das mais diversas áreas de formação recrutando nos mais diversos domínios de actividade.

O turismo à medida que cresce, que estrutura áreas mais especializadas de acção e que necessita de profissionais mais especializados, funciona como um grande domínio de confluência, suscitando novas oportunidades e alimentando um número crescente de empregos. Este processo de crescimento e de especialização, estimulando da mesma forma movimentos transectoriais, justificam o aparecimento de novas áreas de formação especializada que não cessam de crescer em número e em diversidade, esvaziando o informal e abrindo campo ao formal, em processos de formação mais longos, complexos e diversificados.

4.2. Escola Hoteleira e gestão hoteleira

A aprendizagem nas escolas hoteleiras visou essencialmente formas de ensino prático, por isso orientadas para as componentes de experimentação, onde avulta a formação de directores de hotel. O tratamento diferenciado, logo desde a aprendizagem, entre as múltiplas profissões constitui um facto incontornável colado à definição de muito claras e rígidas hierarquias de profissionais.

O alargamento do âmbito de exercício de actividade permitiu estender esta formação, no início muito centrada no estabelecimento hoteleiro, a processos de organização, instalação e gestão de outro tipo de equipamentos tão dispares quanto os parques de lazer ou temáticos, a exemplo da escola de Hospitality Management de Orlando ou de hotelaria e serviços conexos, como restaurante e confecção alimentar («catering»), da Ecole hôtelière de Lausanne, entre muitas outras com grande expressão e notoriedade internacional.

O hotel começa por constituir a grande e principal preocupação de formação constituindo-se num modelo de formação de referência na medida em que pretende que os formandos conheçam as múltiplas tarefas que caracterizam a prática da actividade, constituindo o modelo seguido nas escolas de hotelaria nacionais, com «escalas» de tarefas rotativas que os formandos percorrem ao longo do processo de aprendizagem.

A extensão das actividades de lazer a novas áreas de organização e de gestão na esfera do turismo, integrando um vasto conjunto de eventos susceptíveis de justificar formações neste domínio, tem contribuído ainda para alargar a esfera de acção das escolas existentes desde o século XIX, ainda que a componente gestão se afigure como aquela com maior preponderância.

4.3. Modelo de ensino superior (formação inicial e dispersão pública vs. concentração privada)

Desde a segunda metade dos anos oitenta foram criados no ensino superior português cursos de turismo. Com a proverbial flexibilidade que caracteriza o domínio particular e cooperativo, os primeiros cursos surgiram ligados a instituições privadas e apenas em finais dos anos oitenta este domínio surge integrado na oferta formativa da Universidade de Aveiro.

A transposição da formação em turismo para o ensino superior foi estruturada em torno de algumas áreas fundamentais: a economia, a geo-

grafia, a sociologia, o marketing e as línguas. Foram incluídas componentes relacionadas com técnicas de turismo, utilização de ferramentas informáticas específicas e o planeamento de actividades de lazer e turismo.

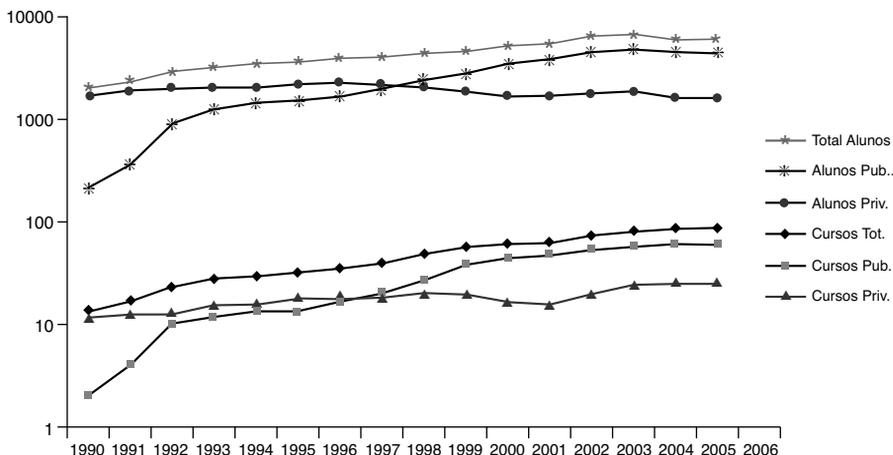
O sentido de oportunidade que caracterizou a opção por áreas de formação como o turismo permitiu reorientar interesses de múltiplos investigadores e docentes, nomeadamente nas escolas públicas, bem como recrutar profissionais com estatuto de especialista. Em algumas instituições é possível verificar uma reorientação e transposição dos docentes de áreas com níveis de procura em perda para a formação na área do turismo.

A tendência geral de evolução dos ciclos de estudos caracteriza-se pelo crescimento do número de cursos, dos ingressos e do total dos alunos inscritos. Nota-se que o crescimento foi mais rápido no ensino privado e, manifestamente, mais lento no ensino público, ao que acresce o facto do número de vagas ser, igualmente, superior entre os cursos do sector privado e maior a dimensão média, enquanto no ensino público se encontra uma grande diversidade de cursos de pequena dimensão.

A dimensão dominante dos cursos públicos, tem na Escola de Hotelaria e Turismo do Estoril a principal discrepância, o que de qualquer forma deixa perceber o carácter complementar da maioria dos cursos de turismo face à estratégia das várias escolas. Desta forma, torna-se especialmente problemática a formação de um corpo docente especializado que apresentará, seguramente, limitações também no que respeita aos esforços de investigação ou quanto à criação de unidades de investigação especializadas, assim como a articulação com a comunidade e a extensão universitária poderá ficar aquém do desejável. O número de alunos em escolas públicas acaba por impedir o atingir de um limiar crítico que alimente processos de investigação especialmente relevantes, abarcando as grandes questões do turismo contemporâneo, nas variadas componentes e domínios científicos relacionados.

O aumento do número de cursos correspondeu, simultaneamente, a lentos processos de reorientação para a importância do conhecimento e para a adequação das áreas de acolhimento à entrada de visitantes. À medida que os cursos foram surgindo no ensino politécnico, difundindo-se pela vasta rede existente nas principais cidades do país, muito em particular as sedes de distrito, foi adquirindo importância o debate em torno de matérias especialmente focalizadas no alargamento e na consolidação dos destinos turísticos. Aparentemente foi estimulada a relação entre a rede de ensino universitário, a diversificação de destinos e a utilização do turismo enquanto argumento para o desenvolvimento.

Figura 4. Evolução do número de cursos e alunos de turismo



Esta multiplicação significou também a inversão de posições entre o ensino público e o privado, claramente favorável ao ensino público, a partir de 1998.

Em 2007, no ingresso no ensino superior na área do turismo, foram oferecidos quase 60 cursos, em cerca de 40 instituições, com 25 designações diferentes, num total superior a 2720 vagas, números tão sintomáticos quanto preocupantes.

5. Turismo, investigação e formação no ensino superior

A Universidade do Porto situa-se no centro de uma região com cerca de 3,7 milhões de habitantes, na qual foram registadas cerca de 3,8 milhões de dormidas em 2006, o equivalente a pouco mais de 2,1 milhões de hóspedes. Esta dimensão permite admitir uma capacidade de expansão do turismo relativamente significativa na medida em que, evocando como referência a dimensão da população, o Norte poderá atingir uma relação equivalente à atingida pelo país em 1998. De facto, há cerca de 10 anos, o número de turistas ultrapassou a dimensão de população residente em Portugal, atingindo um dos patamares de referência enunciado em modelos de desenvolvimento do turismo. Ou seja, admitindo-se como possível o Norte de Portugal aceder a uma plataforma idêntica àquela atingida pelo país em 1998, poder-se-á esperar que o número de turistas atinja e ultrapasse os 3 milhões de turistas num futuro próximo.

Esta dimensão não escamoteia, num outro plano, o facto de no Registo Nacional de Temas de Teses de Doutoramento em Curso estarem inscritos 43 trabalhos com incidência no turismo, num total de 9747 registos e que, entre 1991 e 2005, tenham sido inventariadas 13 teses pelo Observatório da Ciência e do Ensino Superior, referindo turismo no título do trabalho.

Os valores referidos permitem constatar que a investigação sobre o turismo tem sido desenvolvida a partir de outros domínios científicos, que apenas tocam o turismo lateralmente, ou que uma parte substancial da investigação é introduzida a partir de outros centros de investigação, tendo a difusão da novidade um carácter e origem essencialmente exógenos, existindo algum afastamento entre o turismo e a investigação nacional.

5.1. Investigação e inovação

A dificuldade bem perceptível em isolar temas de investigação relacionados com o turismo e a dominante monodisciplinar dos centros de investigação, não estimula o encontro de formas de investigação cruzadas, enquanto algumas temáticas interdisciplinares constituem áreas pouco propícias a funcionamentos adequadamente articulados. As tendências da investigação orientada para o turismo permitem, inclusivamente, que os diferentes domínios científicos, com apetência pelo turismo enquanto objecto de estudo, possam funcionar com um número relativamente reduzido de eventos científicos de cruzamento de saberes.

Note-se ainda que, na perspectiva da articulação do conhecimento com a formação, não se encontra disponível no domínio do turismo uma das vertentes mais interessantes na adequação ao processo de Bolonha, ou seja a extensão do projecto «Tuning – sintonizar as estruturas educativas da Europa» ao turismo, sobretudo na medida em que permitiria colocar em «sintonia» investigadores/formadores, formandos e empregadores.

Parte substancial da investigação desenvolve-se entre dois extremos, um mais voltado para a gestão e o funcionamento das grandes empresas, dos grandes operadores turísticos e dos principais empregadores, enquanto num outro extremo é possível encontrar a investigação focalizada nas acções de desenvolvimento local, com especial ênfase no papel do turismo em espaço rural.

No entanto, auscultando as empresas hoteleiras ou os empresários de TER, fica patente a ideia de distanciamento relativamente à investigação produzida. Enquanto os hoteleiros referem a importância da existência de investigação independente que permita conhecer processos e avaliar a

novidade, fugindo a formas de difusão apenas associados aos fornecedores de bens ou serviços, os empresários de TER frequentemente referem a dificuldade em reunir informação relevante sobre os motivos de atracção turística facilmente acessível aos visitantes.

Acresce ainda que temas como os limites de utilização ou a capacidade de carga dos lugares turísticos, os constrangimentos da sazonalidade e a minimização de prejuízos de utilização, o estudo da satisfação dos visitantes, identificando vectores de insatisfação, constituem domínios fundamentais para a melhoria da qualidade do turismo nacional, apesar de se encontrarem subdivulgados, mesmo quando os estudos existem.

O aprofundamento da investigação poderá, de qualquer forma, não constituir um constrangimento à formação. Pelo contrário, a possibilidade de arrancarem novas áreas de formação poderá constituir um forte incentivo dentro da universidade e em particular na UP ao aumento da investigação no domínio das actividades e das práticas associáveis ao turismo.

5.2. Vizinhança, permeabilidade e proximidade

Sendo certo que a Universidade do Porto em 2007 não ministra formação graduada em turismo e sabendo-se que há mais de duas décadas o ensino superior privado iniciou a formação neste domínio, talvez não constituísse especial surpresa, ou sequer notícia, que este tipo de formação continuasse a estar ausente da Universidade do Porto.

A permeabilidade entre a instituição universitária e a sociedade, valorizando a actividade económica e as aspirações de jovens formandos ou mesmo a necessidade de formação ao longo da vida de profissionais que pretendam atingir melhores desempenhos, aconselha, no entanto, que seja prestada alguma atenção ao crescimento e à diversificação das actividades e das práticas de turismo.

Perante a estrutura territorial do ensino superior português, fortemente compartimentada pela proximidade e pela definição de áreas de influência pouco flexíveis, a inexistência de um domínio de formação pode significar a impossibilidade de formação. Lembre-se que entre os cerca de 2600 alunos inscritos na Universidade do Porto no primeiro ano das licenciaturas pela primeira vez em 2007, 60% do total correspondem a estudantes provenientes de escolas do Distrito do Porto e, acrescentando os distritos de Aveiro e de Braga, encontra-se quase 80% dos estudantes inscritos. Esta relação de proximidade entre a instituição e os estudantes com origem na região, particularmente significativa tendo em atenção a capacidade económica da grande maioria da

população, justificam que o ensino superior público possa preencher este vazio, alargando uma oferta que tem estado confinada ao sector privado.

A inexistência de oferta pública de formação superior em turismo, perante a expressão regional da procura, poderá impedir que potenciais profissionais em actividades do turismo acabem por escolher uma outra qualquer formação contribuindo para reforçar o afastamento entre as instituições e os potenciais formandos. Se nem todas as reorientações de vocação corresponderão ao «encontrar» de novos «ritz's», no mínimo, o contributo da Universidade do Porto, poderá constituir um expressivo reforço da qualidade das actividades de turismo, não apenas regionais.

5.3. O turismo e o novo perfil dos graduados

Em 1971, numa obra de referência da «análise espacial»⁵, a propósito do futuro, era feita referência a um período em que o doutoramento (PhD) constituiria o patamar de escolaridade média da população. Esse momento, talvez distante mesmo na maioria dos países mais desenvolvidos, constitui de qualquer forma uma meta desejável e, eventualmente, alcançável num futuro não muito distante.

Sem preconceitos, poderá significar também que os profissionais de turismo poderão adquirir perfis com características manifestamente diferentes das actuais. De qualquer forma, a formação em turismo deverá constituir uma componente incontornável nos diferentes ciclos de estudos, aprofundando o conhecimento das questões e da utilidade das soluções a promover, divulgando conceitos e vulgarizando uma linguagem comunicacional de consenso, tanto no plano científico como no plano de divulgação.

Talvez este tempo futuro esteja mais próximo do que se possa de momento antever, ainda que reste por saber até que ponto as instituições e o corpo docente poderão estar preparados para esse futuro e, sobretudo, em que medida estará a ser preparado. Neste momento, na projecção das próximas gerações, fará sentido admitir que esta transformação possa vir a provocar alterações ainda mais profundas do que as já experimentadas em tempos recentes.

Uma formação mais longa significará, como significa já na actualidade, uma entrada mais tardia na vida activa. A existência de ciclos de formação e uma maior diversidade de formação, todavia, permitirão não

[5] Ronald Abler, John S. Adams, and Peter Gould – *Spatial Organization: The Geographer's View of the World*, Prentice-Hall, Inc., Englewood Cliffs, 1971, 587 pp.

tornar tão definitiva a relação entre a formação obtida nos diferentes ciclos e os trabalhos desenvolvidos ou os empregos experimentados, em grande medida reforçando o papel dos cursos breves, numa formação ao longo da vida inseparável de todo e qualquer percurso profissional.

6. Notas finais

O aumento da permeabilidade externa – entre a universidade e a comunidade em geral – terá maior significado desde que seja acompanhado pelo aumento equivalente da permeabilidade interna entre instituições e entre investigadores. O turismo ao ultrapassar o âmbito disciplinar mais consolidado ou, até, mais tradicional, instiga a universidade a encontrar novas forças de articulação e, eventualmente, novas fórmulas de comunicação com o exterior e/ou no interior, estendendo à universidade as fórmulas que procura com afinco na relação com a comunidade ou com o tecido empresarial.

A capacidade da Universidade estimular a actividade turística – não evocando aqui a importância do turismo académico –, a exemplo do que sucede com outras actividades, é um facto evidente e incontornável. Numa região como o Norte, num processo de desenvolvimento faticamente tímido, onde a actividade turística constitui uma componente não despendida de importância, em continuado crescimento desde os anos noventa, o contributo da universidade afigura-se vital para o consolidar de toda a actividade económica e, por maioria de razão, do próprio turismo.

A diversidade e a dimensão do fenómeno turístico justifica, claramente, o aumento de interesse por este domínio de actividade, ainda que o facto de nenhuma área disciplinar ter conseguido suplantado as demais e «apoderar-se» em exclusividade do tratamento do tema turismo, tem permitido criar um espaço de indefinição onde a investigação, no caso português, tem tardado em crescer tanto quanto seria ajustado à dimensão e ao peso actual do turismo.

Desta forma, persistir no propósito de apresentar uma proposta de criação de um segundo ciclo de formação em turismo aglutinando docentes e investigadores das Letras e de outras faculdades, bem como repensar a apresentação de um primeiro ciclo afiguram-se propósitos razoáveis que talvez possam vir a merecer a aprovação dos órgãos de gestão da Faculdade de Letras e da Universidade do Porto.

A utilidade social de uma área de formação dependerá em grande medida da dimensão do domínio de actividade. Permitindo que o ensino público permaneça afastado do turismo numa região tão populosa, pode

contribuir para afastar muitos potenciais formandos de um domínio tão vital para o país e que tem mantido, ao longo dos anos, a capacidade de absorção de novos profissionais.

No caso do turismo, na relação com a formação universitária pública, um dos caminhos, talvez o mais sólido e avisado, apontaria para a necessária formação, assente em longos e consistentes percursos de investigação/ formação em áreas entendidas como de referência. Numa fase posterior seriam criados ciclos de formação graduada e pós-graduada em turismo.

Numa fase expansiva, como existiu num passado próximo, talvez pudesse ter sido justificável, inclusivamente, criar de raiz com recurso a investigadores e técnicos em turismo, os cursos que teriam permitido a implantação e a consolidação deste domínio na universidade pública. Reparando na oferta existente na cidade e nos profissionais envolvidos nos processos de formação, sem dúvida, as opções foram distintas.

Depois, com a diversidade do turismo e com o ritmo de transformação que o tem caracterizado em anos recentes, não existirão dúvidas sobre a especialização, sobre a formação necessária, sobre a importância da investigação e sobre a qualidade da resposta a perguntas tão simples como: que profissionais existem para tratar com os novos turistas e os novos turistas, sabendo-se desde logo que, por exemplo, existe um corpo de turistas numeroso e em crescimento com idade superior aos 65 anos que anualmente nos visitam e mais visitarão Portugal desde que estejam disponíveis segurança e qualidade do serviço prestado.

Finalmente, constituiria uma lamentável e mesmo intolerável omissão não ser evocada, na Faculdade de Letras, a importância que transcende indicadores e perspectivas de abordagem do turismo na afirmação e na difusão contemporâneas da civilização ocidental. Fixando o valor da diversidade cultural ou da importância do turismo na difusão do conhecimento, numa fase em que a pressão ou mesmo a coacção do processo de globalização se impõem, importa cada vez mais uma decidida defesa e a promoção dos valores locais, do “carácter” do lugar. Afinal o que nos distingue é o objecto de promoção, uma singularidade que nos permite competir nos confrontos globais. Torna-se de vital importância tentar contrapor ao não-lugar da standardização, da indiferença e da passagem fugaz, que estes «valores» em parte evidenciam, o lugar irrepetível e um sim-pessoa do estar, da convivialidade e da integração, condições que, com o turismo e através do turismo, melhor poderão ser alcançadas, nos pequenos meios, nos pequenos restaurantes familiares, nos pequenos hotéis, no rústico confortável de um qualquer turismo de habitação, valores que, seguramente, a formação a partir e com base nas Letras permitirá potenciar.