



A intro
interactiva
a inclus

mo & Desenvolvimento
Journal of Tourism and Development

ustentação do Património
ção de Conveniência? | Para
e Total no Destino Turístico:
Estratégias de Desenvolvimento
terísticas Sócio-Demográficas
Determinantes da Imagem dos
o Caso do Concelho de Aveiro
Altos Minho | O Posicionamento
O Caso de Almandil | Turismo
Insular Africano: O Caso de São Tomé
mo Étnico, Cidades e Identidades:
frica, aqui tão perto! | Uma Viagem
ão da Diferença | Contribuição
Nacionais Brasileiras
cional do Catimbo



Turismo
& Desenvolvimento
Journal of Tourism and Development
Revista

EDITORIAL

PELO SR. SECRETÁRIO DE ESTADO DO TURISMO,
DR. ADOLFO MESQUITA NUNES

Turismo e Desenvolvimento: um pleonasma

Há quem olhe para o turismo, sobretudo nestes tempos em que os números apontam para um extraordinário ano turístico, como qualquer coisinha que dá uma ajuda enquanto outras áreas da economia, supostamente mais nobres, se ajustam aos novos tempos.

Para esses, o turismo não é bem um sector da economia, é uma espécie de área de lazer e entretenimento, que pode dar algum emprego mas não ajuda o país a crescer.

Mas há também quem olhe para o turismo apenas fazendo contas de somar e multiplicar, sobretudo nestes tempos em que os números apontam, como já referi, para um extraordinário ano turístico.

E eles aí estão, e são esclarecedores: mais de 9% do nosso PIB, mais de 8% do nosso emprego, maior sector exportador de bens e serviços e contribuinte ativo e poderoso para o equilíbrio da nossa balança comercial.

Para esses, o turismo não é outra coisa que um sector da economia, medindo-se apenas por números.

Não estou nem entre os primeiros nem entre os segundos.

O turismo é não só um sector da nossa economia como é, aliás, um dos seus mais dinâmicos e competitivos sectores.

Poucos sectores poderão orgulhar-se de colocar Portugal tão bem representado nos rankings internacionais: somos o vigésimo país mais competitivo do Mundo em matéria de turismo e um dos principais vinte e cinco destinos turísticos do Mundo – com uma tendência crescente de reconhecimento internacional.

Poucos sectores poderão orgulhar-se de ter um comportamento tão notável nos últimos meses e um contributo tão decisivo para o equilíbrio da nossa balança de pagamentos.

Este ano Portugal bateu vários recordes de receitas turísticas: o maior montante de sempre para um mês de julho, o maior montante de sempre para o acumulado dos primeiros sete meses, o maior excedente entre receitas e despesas no mês de julho e também o maior excedente entre receitas e despesas para o acumulado (que pela primeira vez ultrapassa os três mil milhões de euros, de acordo com os dados do Banco de Portugal, mesmo contando com o aumento dos gastos dos portugueses no estrangeiro).

Estes dados e números são importantes, não só porque representam o melhor resultado de sempre, mas são históricos porque acontecem num momento económico particularmente exigente e desafiante, demonstrando o mérito das empresas do sector, e não do governo ou do Estado, enquanto empresas no pelotão da frente da economia mundial.



Mas o turismo é muito mais do que um sector da nossa economia, ele é atualmente um dos mais seguros penhores da nossa cultura e das nossas tradições, realidade que não se resume nem pode ser reduzida a números.

De facto, o turismo não representa hoje nem o alojamento nem o marketing promocional nem sequer as tradicionais empresas de animação turística.

Ou melhor, o turismo não representa apenas isso: representa tudo quanto contribui para projetar e manter o destino de Portugal como destino turístico.

Sabemos hoje que o turista não procura apenas alojamento. Procura vivências, experiências, procura conhecer algo de único e diferente. Não é um desafio fácil, coloca-nos em competição com o mundo inteiro, mas é um desafio estimulante e está ao nosso nível: Portugal tem experiências para dar e vender.

E essas experiências são o resultado de séculos de tradições e de sedimentação cultural. É aquilo que nos faz únicos que assegura a construção de um destino turístico.

E é por isso que vemos hoje renascer, com especial vigor, produtos ou receitas ou práticas há muito esquecidas e que agora têm vocação turística. Elas renasceram por causa do turismo e é o turismo a garantir que estas sobreviverão por muito mais tempo.

Não tenho dúvidas: o turismo é atualmente a mais segura e eficaz forma de mantermos vivas as nossas tradições e a nossa cultura.

Por outro lado, a transversalidade do turismo, perante um turista cada vez mais culto e mais exigente e mais segmentado, oferece a muitas atividades económicas uma nova oportunidade de crescimento e internacionalização.

Na gastronomia, na cultura, na ciência, no conhecimento, na criação, na indústria, no desporto, na agricultura ou na natureza, o turismo abre novas fronteiras e cria novas oportunidades.

Os dados e indicadores de crescimento no turismo, quer ao nível de dormidas quer ao nível de receitas, são reveladores das oportunidades que surgem para a economia nacional e local e das oportunidades que se abrem para as novas gerações.

Quem souber associar a sua atividade económica ao turismo, quem souber integra-la neste conceito de experiência e vivência, tem um potencial de crescimento à sua frente, pronto a ser explorado.

A mensagem é clara: com o ritmo de crescimento que temos tido, o turismo é a área da economia que oferece maiores oportunidades de investimento e de sucesso, sobretudo às novas gerações.

É por tudo isto que se torna quase pleonástico falar de turismo e desenvolvimento.

O turismo é um agente indutor de desenvolvimento a vários níveis e não apenas económico. Com ele teremos mais emprego, melhor balança comercial e mais empresas a lucrar. Mas com ele teremos um país mais conhecedor e respeitador de si próprio, mais aberto aos outros na profunda convicção de si próprio.

Por isso mesmo, é importante que revistas como esta, que agora comemora, e bem, a sua primeira década, existam e continuem a posicionar o turismo onde ele deve ser posicionado. Está por isso de parabéns o Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial da Universidade de Aveiro por ter lançado e mantido, com assinalável qualidade, a primeira revista científica portuguesa na área do turismo.

Lisboa, 07 de outubro de 2013

ADOLFO MESQUITA NUNES