

O turismo fluvial e o desenvolvimento local em regiões demarcadas e contexto vinhateiro: um contributo teórico

River tourism and local development in demarcated regions and the **winegrowing context**: A theoretical contribution

ANA RITA MARQUES * [rita.fcmarques@gmail.com]

BRUNO BARBOSA SOUSA ** [bsousa@ipca.pt]

LAURENTINA VAREIRO *** [lvareiro@ipca.pt]

VICTOR FIGUEIRA **** [victorfigueira@ipbeja.pt]

Resumo | O turismo náutico tem, atualmente, como segmento mais evidente o turismo de cruzeiros. Com o aumento significativo deste segmento turístico nos últimos anos, há cada vez mais a necessidade de estudo do seu impacto social, económico e ambiental nos locais onde existe este tipo de atividade. Neste seguimento, o presente estudo tem como principal foco perceber o contributo do turismo náutico para o desenvolvimento de uma região, em concreto, a importância do rio Douro para o desenvolvimento da Região Demarcada do Alto Douro Vinhateiro. Para o efeito, proceder-se-á à recolha de dados de natureza qualitativa com recurso a entrevistas semiestruturadas a gestores e stakeholders no Douro e Porto e Norte de Portugal e, seguidamente, um grupo de foco junto da comunidade local. Os resultados parecem evidenciar que o turismo náutico, nomeadamente o turismo de cruzeiros, tem um impacto significativo no desenvolvimento económico, social e ambiental das regiões. A nível económico e social, este impacto é positivo e serve de alavanca para o crescimento económico e para o desenvolvimento social, especialmente de locais menos desenvolvidos. No que diz respeito ao fator ambiental, a controvérsia é maior uma vez que os efeitos negativos aparentam ser mais e ter maior impacto do que os positivos.

Palavra-chave | Impactos do turismo, Região Demarcada do Alto Douro Vinhateiro, Rio Douro, Turismo de cruzeiros, Turismo náutico

* **Mestre** em Gestão do Turismo, Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Instituto Politécnico do Cávado e do Ave (IPCA), Portugal

** Instituto Politécnico do Cávado e do Ave (IPCA) e CiTUR - Centro de Investigação, Desenvolvimento e Inovação em Turismo, Portugal, <http://orcid.org/0000-0002-8588-2422>

*** Instituto Politécnico do Cávado e do Ave (IPCA) e Unidade de Investigação Aplicada em Gestão (UNIAG), Portugal, <http://orcid.org/0000-0001-8945-1593>

**** Instituto Politécnico de Beja (IPB) e CiTUR - Centro de Investigação, Desenvolvimento e Inovação em Turismo, Portugal, <https://orcid.org/0000-0002-2936-0195>

Abstract | The most evident segment of nautical tourism is currently cruise ship tourism. With the significant expansion in this tourism segment in recent years, there is an increasing need to study its social, economic, and environmental impact in places where this type of activity exists. In this context, the main focus of this study is to understand the contribution of nautical tourism to the development of a region, specifically, the importance of the Douro River for the development of the Alto Douro Wine Region. To this end, qualitative data will be collected using semi-structured interviews with managers and stakeholders in the Douro and Porto and Northern Portugal, followed by a focus group with the local community. The results seem to show that nautical tourism, particularly cruise ship tourism, has a significant impact on the region's economic, social, and environmental development. This impact is positive at the economic and social level and serves as a lever for economic growth and social development, especially in less developed locations. The controversy is more remarkable regarding the environmental factor since the negative effects appear to be more and have a greater impact than the positive ones.

Keywords | Cruise tourism, Demarcated Region of Alto Douro Vinhateiro, Impacts of tourism, Nautical tourism, Rio Douro

1. Introdução

O turismo assume-se, globalmente, como um dos motores mais relevantes e com impacto mais significativo no desenvolvimento e crescimento de várias economias (Brandão, Costa & Buhalis, 2018; Sousa & Rodrigues, 2019), tornando-se cada vez mais numa indústria segmentada e geograficamente complexa numa lógica focada e de nichos (Sousa, Casais, Malheiro & Simões, 2017). Os territórios estão, cada vez mais, sujeitos à pressão de um mundo competitivo, no qual os consumidores são exigentes e impera a necessidade de inovar e adquirir vantagem em relação aos seus concorrentes. Isto ocorre ao nível da captação de residentes, investimentos, indústrias, turistas, que são meios de revitalização dos lugares (Sousa, Vareiro, Coelho, Mota & Silva, 2019). A globalização fez com que a diferenciação dos territórios seja imprescindível, os quais devem procurar aproveitar as suas características culturais (Vasconcelos, Vareiro & Sousa, 2018), únicas e singulares (e adaptado aos vários segmentos de mercado e turistas portadores de necessidades especiais) (Macedo & Sousa, 2019). Por conseguinte, o turismo de

cruzeiros é um componente da indústria turística que tem vindo a crescer visivelmente nos últimos anos (Brito & Bruhns, 2008). Um pouco por todo o mundo é possível embarcar num navio de cruzeiro, de rio ou de mar, e explorar vários destinos turísticos sem ter que mudar de alojamento ou de meio de transporte. Por ser um tipo de turismo que inclui praticamente todas as facilidades que o cliente procura, está a tornar-se cada vez mais popular na indústria. Em Portugal, este tipo de turismo surge no rio Douro na década de 90. Desde a abertura da navegabilidade do rio em toda a sua extensão, o mesmo tem sido um meio cada vez mais utilizado por turistas curiosos vindos de todo o mundo (Macleod & Selwyn (2002). O presente estudo representa, assim, um instrumento de auxílio da gestão territorial em contextos específicos de turismo de cruzeiros, aliado ao estudo do comportamento do consumidor, o que se reflete na competitividade entre destinos turísticos (isto é planeamento de espaços, estratégias de comunicação e combate à sazonalidade). O presente estudo apresenta contributos para o marketing, turismo e desenvolvimento local.

2. Turismo de Cruzeiros

O turismo náutico de cruzeiros caracteriza-se pela prestação de serviços conjugados com transporte, hospedagem, alimentação, entretenimento, visita de locais turísticos e serviços afins, quando realizados por embarcações de turismo.

As viagens de passageiros em meios de transporte marítimo até 1950, sensivelmente, foram realizadas com o objetivo da deslocação de migrantes, de tropas ou para outros serviços logísticos tendo como características, segundo Pereira e Sá (2010), o espaço nos camarotes ser maior do que o das zonas comuns, a restauração ser de baixa qualidade, variedade e espaço e o divertimento ser praticamente inexistente, sendo o fator crítico de sucesso o preço aliado à rapidez. Com a evolução dos tempos, os navios deixaram de ser apenas um meio de transporte e desde os anos 60/70 que passaram a ser aproveitados também como uma forma de turismo, dotado de bens e serviços que possibilitam o descanso e a diversão, reformulando as características existentes até aos anos 50. Nesta época os navios passaram a ser vistos como hotéis flutuantes em que o conforto e o descanso eram o fator crítico de sucesso e o espaço nos camarotes e zonas comuns, a qualidade da restauração e o divertimento passaram a ter uma maior aposta. Atualmente, desde os anos 90, o maior foco do negócio dos cruzeiros é serem *resorts* de recreação, sendo o fator crítico de sucesso o divertimento. Com estas ambições surgiu a necessidade da existência de pessoal “extra-hotelaria” (como artistas, animadores, etc.) de maior espaço nas zonas comuns diminuindo o espaço dedicado aos camarotes.

Além das comodidades presentes, os cruzeiros marítimos possuem também um fator diferenciador que é, provavelmente, um dos motivos da elevada procura: os portos de escala (Machado & Peluso, 2013). Apesar de ser uma forma de turismo peculiar, o turismo de cruzeiros mantém características idênticas a qualquer produto turístico, entre

as quais a perecibilidade, a heterogeneidade (combina fatores que fazem da viagem uma experiência única) e a complementaridade (na medida em que combina vários serviços que permitem a formação da experiência do cruzeiro) (Mill, 2007).

A indústria de cruzeiros é o mais evidente e relevante setor do Turismo Náutico (Tey & Paris, 2010) e apesar deste estar em cada vez maior expansão a nível global, a região da América do Norte é um marco devido à quantidade de passageiros, embarques e desembarques, portos, diversidade de itinerários e navios dedicados à região (Miller & Grazer, 2006). Ainda assim, a Cruise Industry News (2009, citado em Amorim et al., 2012) identifica cinco grandes regiões pelo mundo: Caribe/Bahamas, destino com maior procura a nível mundial com cerca de 50% dos cruzeiros em 2008; Mediterrâneo e Sudeste da Europa; Alasca; Norte da Europa; Ásia/Pacífico, com destinos ricos em história, cultura e tradições.

Segundo os dados da Cruise Lines International Association (CLIA, 2018), a procura pelo turismo de cruzeiros pelo mundo (cruzeiros de oceano e cruzeiros fluviais) tem vindo a crescer de forma abrupta. Estatísticas de 2017 revelam que o número de passageiros em cruzeiros de oceano aumentou em cerca de 50% desde o ano de 2009, passando de 17,8 milhões para 26,6 milhões e com a previsão de 30 milhões de passageiros para o ano de 2019.

Davidoff e Davidoff (2006) afirmam que o crescimento do setor do turismo de cruzeiros se baseia em quatro fatores relevantes para o desenvolvimento do mesmo, que são: “1) Os passageiros têm a oportunidade de visitar diversos lugares em um curto período de tempo sem os problemas de outros meios de transporte; 2) O navio é autosuficiente; 3) Os navios de cruzeiro possuem um diretor e os funcionários cuja única função é fazer com que os passageiros passem um tempo agradável; 4) Os alimentos são de alta qualidade e são servidos em um estilo elegante.”

Um estudo do impacto económico global de

2017 da Cruise Line International Association (2018) revela que aliado aos mais de vinte e seis milhões de passageiros que viajaram nesse ano, existia um total de 1 108 676 de postos de trabalho na indústria gerando assim um total de cerca de 134 bilhões de euros só com o setor de cruzeiros em todo o mundo.

2.1 Motivações para a procura de turismo de cruzeiros

Sendo o pacote turístico uma compra intangível e que implica a necessidade de planejar e economizar previamente, a tomada de decisão pelo turista que consome é feita com maior ponderação do que quando se trata da compra de outro bem ou serviço uma vez que o risco financeiro é mais elevado. Desta forma, deverá surgir previamente o motivo da viagem, que representa o estímulo inicial que dá o arranque a todo o processo posterior de tomada de decisão (Acerenza, 2006).

Moutinho (1987) identifica uma série de motivações que determinam o desejo de viajar, entre elas estão: Educação e cultura - para conhecer o dia-a-dia da população de outros lugares ou para visitar monumentos, assistir a eventos e compreender acontecimentos atuais; Relaxar, aventura e lazer – para escapar da rotina e dos deveres, experienciar novas vivências, lugares e gentes; Saúde e esparecimento – para descansar e recuperar ou para fazer exercício; Família e amigos – para visitar/passar tempo com amigos e familiares ou para conhecer os lugares de onde são provenientes; Snobismo – viajar para exibir estatuto, porque está na moda, para poder falar dos lugares visitados.

O aumento da procura de cruzeiros tem a ver, sobretudo, com as suas próprias características.

A combinação num único espaço de transporte, alojamento, alimentação e atividades de lazer faz dos navios cruzeiro um destino em si. Estes, que eram vistos apenas como um meio de transporte pelas águas, transformaram-se ao longo do tempo

em verdadeiros resorts flutuantes para férias. Toda a envolvimento deste tipo de turismo torna-o peculiar e abrangente naquelas que são as motivações para o turista o escolher. Yoon e Uysal (2005) afirmam que as motivações influenciam a satisfação do turista com a viagem e, conseqüentemente, a sua lealdade aos destinos. No caso dos cruzeiros, uma vez que a visita a determinado destino é limitada pela quantidade de tempo que o navio está lá atracado, a lealdade pode ser demonstrada pelo retorno ao destino (Teye & Paris, 2010).

Assim, para que se entendam as motivações do turista que opta por fazer viagens neste tipo de embarcações, partiremos primeiramente do entendimento do perfil do turista de cruzeiros. De um modo geral, segundo dados da CLIA (2018) e também do Ministério do Turismo do Brasil (2010) sobre o perfil do turista de cruzeiros pode dizer-se que a grande maioria está compreendida entre os 31 e os 65 anos, procura segurança e conforto, grande parte tem rendimentos acima da média, possui um nível superior no que toca a habilitações literárias e é proveniente dos Estados Unidos da América (cerca de 12 milhões) seguindo-se a China e a Alemanha (com pouco mais de 2 milhões de passageiros).

Teye e Paris (2010) afirmam que o navio em si, as suas características e os bens e serviços que oferece podem ser um grande fator de motivação para alguns turistas optarem por cruzeiros, chegando mesmo (para alguns) o navio a ser considerado o destino turístico em si. Outro fator motivacional reside no facto de a maioria das férias em cruzeiros serem vendidas em pacotes de tudo incluído, sendo desta forma umas férias “fáceis” tendo quase tudo disponível num único lugar. A combinação de diferentes portos de escala em vez de um só destino de férias pode também ser uma forte motivação para a escolha deste tipo de turismo uma vez que permite aos passageiros experimentarem múltiplos destinos, muitas vezes em diferentes países ou continentes, numa só viagem. Os autores identificam a opção de o passageiro não desembarcar

nos portos de escala como mais um fator motivacional uma vez que a experimentação do navio em si pode ser a sua maior motivação para a viagem. Também o clima nos portos de escala é um fator que poderá ser decisivo para a escolha de determinado itinerário na visão dos autores. Ainda o facto desta indústria ser, normalmente, um produto turístico de qualidade superior aliado a uma boa relação qualidade-preço; com o desenvolvimento cada vez mais competitivo a nível de preços, os cruzeiros têm, atualmente, opções para todas as classes económicas.

Dependendo da idade do passageiro, as suas motivações podem também ser diferentes. Segundo os estudos de Cartwright e Baird (1999) que exploram as diferenças nas motivações consoante a idade, perceberam que passageiros com menos de 50 anos têm mais em conta as condições climáticas, o entretenimento e as instalações para crianças enquanto que aqueles com mais de 50 anos importam-se mais com as questões de segurança e facilidades durante a viagem. Os autores dizem ainda que as principais razões pelas quais o turista escolhe os cruzeiros e não outro tipo de férias, reside no facto de procurarem uma viagem que combina relaxamento, segurança e aspetos sociais.

Estudos da Cruise Line International Association (CLIA, 2010) divulgam que 80% dos passageiros de cruzeiros concordam que este tipo de viagens são uma boa forma de experimentar novos destinos e 40% destes indivíduos voltaram a estes mesmos destinos para férias.

2.2 Turismo de cruzeiros na Europa e em Portugal

Dados de 2017 revelam que os maiores consumidores do turismo de cruzeiros na Europa são Alemanha, Reino Unido, Itália, Espanha e França, representando 85% dos cerca de sete milhões de passageiros europeus que viajaram nesse ano. Cerca de 6,5 milhões desses passageiros embarcaram nos

cruzeiros a partir de portos europeus de onde se destacam Barcelona, Copenhaga, Civitavecchia, Génova, Palma de Maiorca, Southampton, Veneza, Hamburgo, Savona e Quiel. Neste ano, o mercado europeu foi detentor de 35% da contribuição global para a indústria de cruzeiros com 21,3 biliões de dólares em gastos diretos, com 403 621 postos de trabalho (diretos, indiretos e induzidos) (CLIA, 2018).

Mendes e Silva (2012) afirmam que o sucesso da indústria de cruzeiros na Europa é explicado com o grande aumento dos investimentos e novas rotas e navios e o aumento da satisfação dos passageiros que resulta num passa-a-palavra eficiente.

Em Portugal, estatísticas do Porto de Lisboa (2011) e da Administração dos Portos da Região Autónoma da Madeira (APRAM, 2011) revelam que os portos de Lisboa e do Funchal chegaram ao meio milhão de passageiros no ano de 2011, registando sensivelmente o mesmo número até ao ano de 2017. A Associação do Porto de Leixões (APDL, 2018) regista números bem inferiores, no entanto em rápido crescimento, passando dos 41 829 passageiros em 2011 para 95 562 no ano de 2017. Tendo em conta estes números, Portugal recebeu 3,7% do total de passageiros na Europa nos seus portos de escala. Quanto à percentagem de passageiros por país de origem, Portugal é responsável pela emissão de 0,7% dos passageiros de cruzeiros entre 2015 e 2017 (CLIA, 2018).

O Plano Estratégico Nacional de Turismo (PENT) de 2007 definiu dez produtos turísticos estratégicos a desenvolver sendo um deles o turismo náutico subdividido em três segmentos - cruzeiros, iates e marítimo-desportivos. Análises realizadas neste âmbito mostram que o Turismo Marítimo em Portugal está pouco explorado e com carências a nível da estruturação e dinamização. A Estratégia do Turismo 2027 (Turismo de Portugal, 2017) refere também nas tipologias de projetos prioritários para o desenvolvimento turístico do país e das regiões a curto/médio prazo – operacionalização 2017-2020 – a necessidade de promover e cap-

tar rotas de cruzeiros e de operações turísticas, de fortalecer a competitividade e a atratividade dos portos e ainda o melhoramento dos sistemas de navegabilidade (este ponto direcionado para a navegação fluvial).

Apesar de ser um setor ainda em desenvolvimento, estudos baseados em gastos médios diários dos turistas em portos europeus apontam para que, em 2009, o setor de cruzeiros em Portugal tenha gerado entre 34 e 45 milhões de euros (Mendes & Silva, 2012). Para além de um destino turístico de cruzeiros, Portugal é também uma fonte de tripulação e de reparação de navios. Por este motivo, em 2017, encontrava-se em nono lugar no *top tem* do número de postos de trabalho criados pelo setor com um total 9984 empregos (CLIA, 2018).

3. Impactos do Turismo de Cruzeiros

O turismo de cruzeiros é a indústria turística com o mais rápido desenvolvimento do setor crescendo, muitas vezes, desproporcionalmente em países em vias de desenvolvimento. Por este facto, o seu impacto local (nos destinos turísticos por onde passa), é um caso que merece atenção e estudo (MacNeill & Wozniak, 2018). A este setor é cada vez mais indispensável aliar a sustentabilidade por ser agora considerado como um turismo de massas por via marítima (Amorim et al., 2012).

Aliados à imagem de uma indústria com efeitos positivos, em crescimento e com grande potencial, surgem impactos nas comunidades receptoras associados a problemas ambientais, sociais e económicos (Ponton & Asero, 2018). A nível económico, o turismo de cruzeiros tem consequências que poderão ser diretas, indiretas ou induzidas: Diretas, são as despesas em fornecedores que vendem bens e serviços diretamente aos navios, passageiros e tripulação. Indiretas, são os gastos dos fornecedores diretos, como por exemplo a compra de bens a outras empresas. Induzidas, provêm das despe-

sas dos beneficiários diretos e indiretos resultantes dos seus rendimentos aumentados. A contribuição económica da indústria de cruzeiros depende do tipo de porto em questão que poderá ser porto de chamada ou base (“homeport”). No primeiro, o passageiro passa menos tempo uma vez que é uma paragem intermédia ao longo do itinerário do cruzeiro. *Homeport*, é o destino onde o cruzeiro inicia e termina o seu percurso (Brida & Zapata, 2010).

Segundo Brida e Zapata (2010), a nível económico o *homeport* sofre impactos diretos em vários segmentos da indústria como os transportes, restauração ou a hotelaria uma vez que uma grande parte dos passageiros passam, no mínimo, uma noite nesse porto antes de embarcar no cruzeiro. Para os autores, o facto de os navios de cruzeiro incluírem transporte, alojamento (com refeições incluídas), entretenimento e agências de tours, representando assim todas as faces da indústria turística, torna-os competidores diretos com outros negócios turísticos localizados em terra. Ainda, como influência na intensidade dos efeitos económicos, os autores referem a possibilidade que os passageiros têm de escolherem não desembarcar nos portos de escala, a dimensão que esses portos têm e ainda o investimento de capital necessário à construção e manutenção das infraestruturas necessárias à existência de um porto de navios.

Como referido na secção anterior, o turismo de cruzeiros é muito procurado por contemplar a maioria das comodidades num só pacote turístico. Por este motivo, Brida e Zapata (2010) consideram que as companhias de cruzeiros são as maiores beneficiadas pela atividade a nível económico na medida em que:

- Grande parte das atividades nos destinos são vendidas a bordo e a companhia retira, muitas das vezes, 50% ou mais do valor pago pelo turista;
- Os operadores turísticos que pretendam fazer a sua publicidade a bordo, têm que pagar

à companhia de cruzeiros em questão;

- Algumas das maiores companhias de cruzeiros possuem uma ilha privada, obtendo assim todos os rendimentos dos bens e serviços lá prestados;
- Dominam a operação de tours e excursões em terra controlando os operadores locais que se sujeitam aos preços estipulados pelas companhias de cruzeiros e à incerteza da realização da sua atividade até um ou dois dias antes da chegada dos passageiros ao porto (uma vez que são atividades vendidas a bordo), temendo o risco de perderem o seu negócio caso não cooperem.

No entanto, dados da CLIA (2018) revelam que a indústria de cruzeiros no ano de 2017 contribuiu positivamente para a economia europeia. Graças ao aumento do número de passageiros que viajam na Europa e também ao aumento de navios que lá são construídos, esta indústria tem impactos significativos na economia do continente. Em termos de números, estudos revelam que este setor do turismo criou entre 2015 e 2017 mais de 43 000 novos postos de trabalho pela Europa gerando 12,77 bilhões de euros em salários e benefícios para os trabalhadores e contribuindo com um valor recorde de 47,86 bilhões de euros para a economia europeia em 2017.

A nível ambiental, um dos assuntos que atualmente causa mais controvérsia, Johnson (2002, p. 263) identifica como principais impactos: as modificações aos ambientes naturais e já construídos de forma a capacitar os destinos a receberem navios de cruzeiro provocando, conseqüentemente, a perda de habitats naturais; os que envolvem o uso de energia, água e outros, como anti-incrustantes que resultam em estragos acidentais ou deliberados aos ecossistemas marinhos; associados ao transporte de passageiros nos *homeports* e nos portos de escala; as atividades recreativas na vida selvagem, que provoquem distúrbios e lixo e pressões sobre

as espécies ameaçadas. As emissões dos cruzeiros cobrem uma infinidade de resíduos orgânicos e inorgânicos em formas gasosas, líquidas e sólidas. Fatores como descargas de lixo orgânico e material tóxico, emissões de gases poluentes existentes nos combustíveis usados, descarga de águas residuais e de lastro, uso de biocidas, distúrbio físico dos animais e colisão e a poluição sonora e luminosa, são alguns dos impactos negativos da atividade da indústria (Caric & Mackelworth, 2014).

Ponton e Asero (2018) afirmam que apesar de já existirem várias medidas verdes implementadas nos navios de cruzeiro e de muitas das companhias se considerarem e publicitarem como *ecofriendly*, ainda há um longo caminho a percorrer para a sustentabilidade desta indústria turística.

No que diz respeito a fatores socioculturais, os impactos do turismo de cruzeiros, no geral, vão de encontro aos identificados para o setor turístico. No entanto, Brida e Zapata (2010) referem alguns fatores diferenciadores que se apresentam como aspetos negativos da indústria de cruzeiros: - Concentração no mesmo espaço de passageiros de cruzeiros, residentes e turistas que permanecem de férias nesse mesmo destino; - Adoção de hábitos e rotinas dos visitantes (ex.: foi relatado que alguns destinos das Caraíbas deixaram de usar o seu idioma regional); - Competição por um espaço, em especial em destinos pequenos onde o rácio de turistas por residente é grande; - Questões trabalhistas – por navegarem com Bandeiras de Conveniência (Flag of Convenience) as companhias de cruzeiros não têm que pagar um salário mínimo legal sendo, por este motivo, muitas vezes os postos de trabalho vistos como uma exploração dada as longas horas e salários baixos.

Num estudo realizado por MacNeill e Wozniak (2018) sobre os impactos do turismo de cruzeiros em Trujillo nas Honduras, os autores concluem que os inúmeros benefícios apontados durante os estudos para avaliar a viabilidade da construção de um porto de cruzeiros em Trujillo acabaram por não coincidir com a realidade estudada após a cons-

trução e atividade do mesmo. Os autores referem que existiram benefícios no capital social e segurança, mas estes foram ofuscados por um aumento da corrupção e dos custos ambientais e uma diminuição da capacidade dos residentes se proverem para as necessidades do dia-a-dia. Em suma, assegurar um desenvolvimento sustentável da indústria (Pinto da Silva et al., 2019) num determinado destino tem grandes exigências e que ainda existe muito a fazer para combater os impactos negativos do turismo de cruzeiros (MacNeill & Wozniak, 2018).

4. Turismo Fluvial No Rio Douro

Nunes et al. (2016) referem que o turismo fluvial contempla a utilização de meios de transporte fluviais aliada a um conjunto de atividades variadas - passeios de barco, desportos náuticos e atividades de lazer e aventura - que abrange vários planos de água como os rios, canais, lagos, lagoas e albufeiras. Contempla a utilização de embarcações mais ou menos tradicionais, para a realização de percursos de barco com durações variáveis, de que são exemplo: os cruzeiros fluviais de um dia ou vários dias como os navios hotel, o barco casa (*houseboat*), os barcos de recreio privado e ainda a prática de desportos náuticos e atividades de lazer e aventura. Parte integrante deste tipo de turismo é também a visita a atrações turísticas em zonas ribeirinhas e a frequência de praias fluviais. Para que este tipo de turismo se torne possível são necessárias infraestruturas e equipamentos que o suportem.

Os cruzeiros fluviais são, hoje em dia, uma realidade relevante no setor. As condições dos barcos e as diferentes “rotas e ofertas nos rios navegáveis do mundo transformam-se num grande aliado na divulgação do lugar, além da costa marítima” (Amorim et al., 2012 p. 52). Atualmente, é sobretudo na Europa que se concentra a maior oferta de

cruzeiros fluviais, tendo aí iniciado a sua atividade pelos rios e canais do continente e que agora se vem a alargar a outros países com rios navegáveis pelo mundo. É um setor da oferta turística diferente dos cruzeiros marítimos uma vez que, dadas as limitações geográficas dos canais fluviais, englobam navios de porte menor (sendo a sua capacidade média entre 150 a 300 passageiros), com rotas que podem ser feitas em apenas um dia e com itinerários que conjugam a navegação com atividades em terra.

No caso do Douro, apenas após a abertura do rio à navegabilidade para embarcações de passageiros se tornou possível a evolução do turismo fluvial na região. Em 2015, na Estratégia de Marketing Turístico do Porto e Norte de Portugal foram definidos os produtos turísticos de determinada região para o período entre 2015 e 2020, nos quais a nível regional, nomeadamente no território do Douro, o Turismo Náutico (cruzeiros e tours no rio Douro) foram definidos como Produtos Âncora do destino (Bernardo, 2018). O Turismo Náutico no rio Douro tem vindo a crescer significativamente. Dados da evolução do número de passageiros na Via Navegável do Douro revelam taxas de crescimento muito significativas desde o ano de 2014, tendo o número total de passageiros evoluído de 615 361 para 1 282 241 no ano de 2017 – apresentando uma taxa de crescimento de cerca de 52% (segundo o cálculo da diferença entre os valores apresentados para 2017 e 2014, dividido pelo valor de 2014) para este período. De realçar que inseridos nestes valores estão os passageiros que navegam em barco-hotel que cresceram de 53 070 em 2014 para 85 402 em 2018. Esta expansão torna-se possível de ano para ano, pelo facto do número de operadores e embarcações no Rio Douro estar em constante crescimento – passando de 36 operadores com 92 embarcações em 2014 para 77 e 171, respetivamente no ano de 2018, sendo que 21 destas embarcações são navios hotel com uma capacidade total de 2851 passageiros (APDL, 2018).

De todos os operadores existentes no rio Douro

atualmente, há quatro que se destacam no âmbito dos navios hotel: Viking Cruises Portugal, detentora das embarcações Viking Hemming, Viking Helgrim, Viking Torgil e Viking Osfrid; Scenic Tours com os navios Scenic Azure e Scenic Emerald; Croisi Europe titular das embarcações Vasco da Gama, Gil Eanes, Infante D. Henrique e Amália Rodrigues e Miguel Torga; Douro Azul, detentor dos navios Douro Spirit, Queen Isabel, Douro Elegance, Spirit of Chartwell, Douro Splendour, La Rosa, Amadouro, Amavida, Douro Cruiser e Alto Douro. Estas operadoras disponibilizam um total de 21 embarcações de navios hotel no rio, com a empresa Douro Azul a fretar a maior parte dos seus navios para diferentes agências (APDL, 2018).

Posto isto, tendo em conta a quantidade de navios hotel a circular no Douro e por conseguinte a quantidade de turistas que este tipo de turismo traz para a região, torna-se cada vez mais importante ter uma perceção cuidada dos impactos que esta indústria acarreta diariamente para o Vale do Douro.

5. Metodologia

O presente estudo tem como objetivo geral a resposta à pergunta de partida colocada: Qual o impacto do turismo fluvial, concretamente dos navios hotel, para o desenvolvimento da Região Demarcada do Alto Douro Vinhateiro? Pretende-se, então, compreender o contributo do turismo fluvial para o desenvolvimento da região. Os objetivos específicos que a presente investigação pretende alcançar prendem-se com: perceber o conceito e de que forma é feita a segmentação do mercado turístico; compreender a indústria dos cruzeiros nos seus diversos âmbitos, nomeadamente o que motiva a procura deste segmento turístico e qual o seu impacto em Portugal e na Europa; estudar e entender os impactos do turismo primeiramente de um modo geral nas diferentes vertentes turísticas,

a nível económico, ambiental e social e posteriormente na indústria dos cruzeiros; perceber a importância do Rio Douro e a evolução e desenvolvimento da Região do Alto Douro Vinhateiro após a sua classificação como Património da UNESCO; compreender de que forma o turismo fluvial, particularmente as embarcações de navio hotel vieram contribuir para o desenvolvimento e afetar económica, ambiental e socialmente a região em estudo.

A metodologia aplicada na presente pesquisa tem como base a utilização de um método qualitativo que assenta em dois procedimentos: a entrevista semiestruturada e a realização de um grupo de foco.

Relativamente às entrevistas semiestruturadas, a decisão de escolha deste método baseou-se no facto de, a partir da resposta aberta, obter mais facilmente uma partilha de experiências e perspectivas por parte dos intervenientes. Previamente existiu uma tomada de decisão ponderada em relação aos temas e às questões a abordar garantindo, durante a realização dos mesmos, a flexibilidade necessária para que os entrevistados divaguem livremente sobre os temas em questão e ainda sobre qualquer outro que surja no decorrer da situação. Os participantes foram escolhidos pelos investigadores para a recolha de dados com o critério de relevância para o contexto do estudo.

O grupo de foco, outro dos métodos de pesquisa qualitativa utilizados nesta investigação, assenta numa entrevista realizada de forma não-estruturada e livre, obviamente moderada pelo investigador, que envolve entre 6 e 8 participantes. É utilizado nesta investigação como um complemento das entrevistas semiestruturadas e o principal objetivo da utilização desta técnica é, através da interação entre os diferentes participantes, obter pontos de vista distintos e assim, uma visão mais aprofundada do tema em questão. Neste caso, os participantes do grupo de foco foram, tal como nas entrevistas semiestruturadas, selecionados pelos investigadores segundo um critério de conveniência para o estudo (Wahyuni, 2012). Para

o grupo de foco selecionamos indivíduos com alguma ligação ao turismo de cruzeiros ou a alguma das cidades/vilas do vale do Douro que é afetada por esta indústria. A realização do grupo de foco tem como premissa fundamental a disponibilidade horária e de deslocação simultânea de cada um dos seus intervenientes.

Após a recolha dos dados, passamos à fase seguinte de análise e interpretação dos mesmos por parte dos investigadores que resulta na criação de tópicos de análise descritos no capítulo da análise dos resultados.

O grupo de foco, outro dos métodos de pesquisa qualitativa utilizados nesta investigação, assenta numa entrevista realizada de forma não-estruturada e livre, obviamente moderada pelo investigador, que envolve entre 8 e 12 participantes. É utilizado nesta dissertação como um complemento das entrevistas semiestruturadas e o principal objetivo da utilização desta técnica é, através da interação entre os diferentes participantes, obter pontos de vista distintos e assim, uma visão mais aprofundada do tema em questão. Neste caso, os participantes do grupo de foco foram, tal como nas entrevistas semiestruturadas, selecionados pelos investigadores segundo um critério de conveniência para o estudo (Wahyuni, 2012). Os dados recolhidos no grupo de foco, tal como na análise de dados das entrevistas, serão também interpretados pelos investigadores através do método de análise de conteúdos que resulta na criação de tópicos de análise posteriormente descritos no capítulo da análise de resultados.

6. Análise e Discussão de Resultados

Entrevista semiestruturada

Esta secção tem como objetivo proceder à análise dos dados recolhidos através das entrevistas semiestruturadas realizadas a pessoas de diferentes áreas, cargos e backgrounds, mas com o denominador comum de exercerem funções na Região Demarcada do Alto Douro Vinhateiro, ainda que em localidades diferentes. Apresentamos uma análise dos resultados obtidos nas entrevistas realizadas a empresários ligados ao capitão do navio hotel Viking Hemming, Enoteca Quinta da Avestada em Favaios, Núcleo de Gestão de Produtos e Mercados da delegação de Lamego do Turismo do Porto e Norte de Portugal e Drograria Guedes. Estas entrevistas constituem uma parte fundamental deste trabalho. Ao contactar diferentes pessoas e entidades da Região pretendeu-se perceber de que forma é que o turismo fluvial no Rio Douro influencia as localidades adjacentes. Através deste método tentou-se conhecer os hábitos, comportamentos e relações entre a população local e o turista, sendo possível também analisar as potencialidades e problemas da região nesta vertente turística. O sistema de escolha dos pontos de visita assentou na tentativa de cobrir, amplamente, as diferentes zonas do Alto Douro Vinhateiro por onde o turismo de cruzeiros opera: desde o Peso da Régua até Barca D'Alva. Todas as entrevistas foram presenciais e visaram perceber a opinião de quem está no terreno sobre os impactos do turismo de cruzeiros no Rio Douro para o desenvolvimento da região. Neste sentido, as entrevistas seguiram um guião adaptado a cada um dos entrevistados, mas com um fio condutor e temáticas em comum que incluíam alguns dos seguintes pontos: cargo profissional; se o negócio/entidade que representa está diretamente ligado ao turismo; importância do rio Douro e do turismo de cruzeiros para o desenvolvimento da região; impactos positivos e negativos deste tipo de turismo; medidas a serem tomadas

relativamente aos impactos e por quem; o aumento da frota de navios hotel.

Grupo de foco

Nesta secção expomos os resultados da análise dos dados recolhidos através da realização do grupo de foco, composto por oito elementos, cinco do género masculino e três do sexo feminino, com idades compreendidas entre os 19 e os 55 anos de idade. A nível profissional, os participantes inserem-se num leque de áreas diversificado, mas com o fator de ligação à cidade do Peso da Régua como denominador comum.

Esfera Económica

Relativamente a aspetos económicos, é apreciação unânime que este tipo de indústria turística contribui positivamente, na medida em que permite a criação de novos postos de trabalho, mais gente a consumir nos restaurantes e cafés locais, mas também pelas taxas de acostagem pagas pelas operadoras dos cruzeiros ao município da Régua.

“(…) a partir do momento em que chegaram cá mais navios, começaram a haver mais oportunidades para restaurantes e cafés abrirem porque é mais gente a consumir. Podem não ser passageiros, mas é mais gente a consumir”. - Frase ilustrativa no âmbito do grupo de foco – participante G.

“(…) enquanto houve aí esses trabalhos todos por aí fora das obras vinham comer e tudo aqui (...) os passageiros dos navios vêm aqui. Os ingleses almoçam e os franceses também, mas mais ingleses. E espanhóis também. Não sei em que tipo de navio vêm porque não lhes vou perguntar, mas há turistas ingleses aqui e espanhóis, isso

há bastantes e consomem, esses consomem”. - Frase ilustrativa no âmbito do grupo de foco – participante A.

“E a partir do momento que alguém está a bordo está a contribuir para a localidade. O passageiro paga à companhia e a companhia paga ao município pela acostagem. Automaticamente quando está a bordo está a pagar ao município por estar atracado (...) a água do navio, que a gente mete, é do município. É paga ao município, a acostagem é paga”. - Frase ilustrativa no âmbito do grupo de foco – participante H.

Acerca dos consumidores referem ainda que, muitas das vezes, são os tripulantes que contribuem para economia local, mais do que os próprios turistas.

Aspetos socioculturais

A nível de infraestruturas, na visão dos locais, o aparecimento do turismo de cruzeiros contribuiu fortemente para o seu desenvolvimento, principalmente na zona ribeirinha onde foram construídos os cais para acostagem que servem também como zona de apoio ao desporto e lazer.

“Antigamente era como está assim naquela fotografia (da marginal antes da existência do cais da Régua). Não havia nada”. - Frase ilustrativa no âmbito do grupo de foco – participante B.

“Evoluiu para todo o género de coisas. Para desporto, para passeios de piquenique aí para baixo (no cais), para tudo. Evoluiu para tudo, esse cais evoluiu para tudo. Foi uma consequência do turismo de cruzeiros.”. - Frase ilustrativa no âmbito do grupo de foco – participante A.

No que diz respeito à envolvência da comunidade local, consideram que, nem sempre corre bem. Tal como nas opiniões recolhidas nas entrevistas semiestruturadas, também aqui o trânsito aparece como uma consequência negativa deste tipo de turismo.

“Há mais trânsito muitas vezes a gente precisa de estacionamento. Principalmente aqui na rua da marginal faz muita diferença faz. Há alturas em que eu para ir ao Pingo Doce aqui da Régua demoro tanto como ir daqui a Lamego”. - Frase ilustrativa no âmbito do grupo de foco – participante A.

“As pessoas estacionam mal, os autocarros não conseguem sair, formam ali uma fila de trânsito”. - Frase ilustrativa no âmbito do grupo de foco – participante D.

Impactos ambientais

Uma vez mais, nesta matéria os impactos negativos pesam mais do que os positivos, nomeadamente a quantidade de lixo produzido a bordo dos navios hotel e a falta de estruturas para o seu depósito e meios para uma recolha eficaz.

“Isso do lixo é muito importante porque aqui, a câmara da Régua devia estar preparada para a logística que envolve ter navios porque isto não é só receber os barcos. Obviamente que um barco que leva 100 pessoas vai trazer lixo”. - Frase ilustrativa no âmbito do grupo de foco – participante C.

“Há mais lixo (...)a câmara da Régua não está preparada para ver os navios que chegam aqui e não ter condições para armazenar o lixo, porque muitas vezes é uma vergonha o que está ali em baixo tudo fora do contentor, aí já

não é culpa dos navios. É culpa, sim senhor, do presidente da Régua.”. - Frase ilustrativa no âmbito do grupo de foco – participante A.

“O problema é que eles não fizeram a logística de recolher o lixo pelo menos duas vezes por dia”. - Frase ilustrativa no âmbito do grupo de foco – participante F.

“Mais espaço para pôr o lixo dos navios que é um grande problema, locais para pôr água potável para dentro do navio que também é um grande problema, porque há navios que passam dias com a mesma água e isso cria lodo, não é saudável”. - Frase ilustrativa no âmbito do grupo de foco – participante H.

Os intervenientes consideram que deveria haver mais interesse por parte das entidades competentes uma vez que, para além de ser de extrema importância para um futuro sustentável, poderá também ser um setor para contribuir para o desenvolvimento da economia local.

7. Conclusões e Próximos Passos

O presente estudo destaca o papel dos navios hotel no desenvolvimento da Região Demarcada do Alto Douro Vinhateiro. A análise dos dados preliminares recolhidos revela, maioritariamente, resultados satisfatórios no âmbito dos impactos resultantes deste tipo de turismo a nível económico, social e ambiental.

Na revisão de literatura realizada para este manuscrito, sobre os impactos do turismo de cruzeiros, são abordados diferentes tópicos do ponto de vista económico, social e ambiental. Ora, o pre-

sente estudo, que incluiu quatro entrevistas semi-estruturadas e um grupo de foco, teve como objetivo comparar com a revisão de literatura realizada e perceber qual a influência do turismo de navios hotel na região do Douro. Os resultados tendem a revelar que o turismo de cruzeiros no rio Douro tem um impacto direto no desenvolvimento da região onde, numa visão geral, os aspetos positivos que advêm deste tipo de turismo pesam mais do que os negativos.

A nível económico, Mathienson e Wall (1982) referem que o turismo de cruzeiros tem consequências diretas, indiretas e induzidas, acabando sempre por mexer ativamente com a economia dos portos de chamada e dos portos base (*homeport*) ainda que nem sempre seja linear uma vez que este tipo de turismo contempla, na maioria das vezes, todas as comodidades num só pacote turístico.

Sobre a questão ambiental é referido que ainda há um longo caminho a percorrer para que esta indústria seja sustentável apontando, portanto, impactos maioritariamente negativos (Acerenza, 2006).

No que diz respeito aos impactos sociais, os impactos positivos apontados estão relacionados com o progresso e melhoria nas comodidades e infraestruturas, a conservação e recuperação de valores culturais ou o aumento da tolerância social, mas apontam também alguns negativos como por exemplo, a concentração de muitos turistas no mesmo espaço ou a adoção de hábitos e rotinas dos visitantes (Acerenza, 2006).

A análise efetuada aos resultados obtidos nas entrevistas semiestruturadas e no grupo de foco parece corroborar uma boa parte das conclusões obtidas na revisão de literatura. Em concreto, com a abertura da navegabilidade do rio até Barca D'Alva, permitiu começar-se a navegar o rio em toda a sua extensão e assim captar a atenção e interesse de cada vez mais operadores e turistas para a região. Todo este interesse foi alavancado, uns anos mais tarde, pela classificação do Alto Douro Vinhateiro como Património Mundial

da UNESCO. Com estas condições reunidas aparecem então os navios hotel no rio Douro que, na opinião de todos os entrevistados, vêm mudar drasticamente a forma como a região se desenvolveu. Analisando os aspetos económicos focados pelos entrevistados, destacam-se positivamente: o aumento da procura pelo comércio local, principalmente nas vilas próximas dos cais de acostagem, por parte de turistas mas também tripulantes que acabam por criar rotinas de consumo nesses locais; aparecimento de novas oportunidades de negócio em locais afastados do rio que, anteriormente, eram esquecidos pela indústria e pelo próprio turista; a criação de novos postos de trabalho direta ou indiretamente relacionados com este tipo de turismo; necessidade de reposicionamento por parte dos operadores que resulta na exploração de novos locais e novas parcerias na região; a possibilidade de regresso à região de turistas que tenham tido uma primeira experiência de barco e que, posteriormente, voltam para conhecer melhor a região e fiquem hospedados em terra. Os aspetos menos positivos vão de encontro aos enumerados na revisão de literatura como o facto de, na maioria das vezes, os pacotes turísticos de navio hotel serem vendidos já com refeições, alojamento e animação incluídas o que acaba por limitar o consumo por parte dos turistas em unidades destes setores em terra. Também a possibilidade de escolha que o passageiro tem de não desembarcar acaba por ser um fator negativo que poderá afetar a economia local.

Relativamente aos impactos socioculturais, numa visão positivista, os resultados apontam que o turismo de navios hotel trouxe garantias às pessoas que trabalham direta e indiretamente com a indústria uma vez que, na maioria dos casos, os passageiros vêm com o pacote turístico adquirido e “faça chuva ou faça sol” acabam sempre por realizar a atividade que tinham marcado dando assim estabilidade financeira que se reflete em estabilidade emocional e familiar (o mesmo não acontece com turistas individuais uma vez que facilmente

desmarcam, ou simplesmente não aparecem, acabando por, muitas das vezes, dar prejuízo às empresas que tinham tudo preparado para os receber). Também a exigência do setor trouxe consigo progressos uma vez que surgiu a necessidade de existência de recursos humanos especializados, motivando o aparecimento de cursos e estabelecimentos de ensino relacionados com a área, havendo assim mais população instruída e motivada para o mundo do trabalho. Ainda como aspeto positivo, a chegada de passageiros a pequenas localidades já com pacotes turísticos adquiridos obriga a parte da população não envolvida diretamente a ser criativa e a procurar soluções que lhes tragam também benefícios. E, claro, os fatores socioculturais relacionados com a preservação e recuperação de tradições, infraestruturas e valores antigos que de outra forma poderiam ter caído no esquecimento. De uma perspetiva menos positiva surge obviamente, a perturbação da rotina normal destas pequenas vilas onde o turismo acontece – locais usualmente com rotinas calmas, ligadas à agricultura, sem trânsito, que se tornam caóticos quando os passageiros de navio hotel chegam uma vez que chegam em massa, perturbando assim a vida normal das populações. O facto de estes turistas acabarem por ficar maioritariamente pelas zonas ribeirinhas (facto que, como já foi referido, está a mudar) revolta as populações de outras localidades pois não beneficiam deste tipo de turismo. E ainda, a resistência e dificuldade de acompanhamento deste progresso por parte das pessoas, principalmente gerações mais velhas, que nem sempre conseguem aceitar e assimilar facilmente toda a evolução. Ainda considerado como aspeto negativo é o facto desta indústria estar a crescer mais a cada ano com o aumento da frota de navios, tornando-se difícil dar qualidade no serviço ao turista (por exemplo, a atracagem múltipla de navios ao lado uns dos outros por falta de espaço nos locais de acostagem).

Sobre as questões ambientais conclui-se que ainda há um longo caminho a percorrer para a

sustentabilidade do turismo de navios hotel no rio Douro. É notório que grande parte das embarcações no rio, por serem antigas, não estão preparadas para tratamentos de água, os locais de acostagem não são suficientes para a quantidade de navios que existem, tornando-se simultaneamente difícil o tratamento dos mesmos e escassos os locais para colocar o lixo produzido a bordo. Fatores como a sensibilização, a legislação e a fiscalização que são fundamentais para garantir a sustentabilidade da indústria ou não existem ou não acontecem com a rigidez que deveriam. Apesar destes aspetos negativos, já muito foi feito. Os navios mais recentes já estão preparados com ETARS para tratamento de água e com tanques de água fresca certificados que, por serem recentes, obedecem a regras e parâmetros de construção e fiscalização; também a eliminação de lixeiras a céu aberto e dos aterros de construção civil na região foram passos importantíssimos estimulados pelo turismo no rio Douro. Portanto, neste âmbito os inquiridos concordam que é fundamental que haja responsabilização de todos os envolvidos a também é fundamental a preocupação e colaboração por partes das entidades competentes.

Face ao exposto, e como conclusão do presente estudo, o turismo de navios hotel no rio Douro está diretamente relacionado com o desenvolvimento económico, ambiental e sociocultural da Região Demarcada do Alto Douro Vinhateiro e, aparentemente, com base nos resultados obtidos, os impactos que advêm deste tipo de turismo são, maioritariamente, positivos sendo que os negativos, apesar de se apresentarem em menor número, requerem preocupação constante e minimização para que esta indústria seja sustentável agora e no futuro. Numa perspetiva interdisciplinar, o presente estudo apresenta inputs para o marketing e turismo (i.e., segmentação em turismo), economia e desenvolvimento local (i.e., impactos na perspetiva da oferta turística). Estudos futuros deverão caminhar no sentido de testar relações de causalidade entre variáveis do comportamento do consumidor

em turismo e o desenvolvimento local de regiões. Propõe-se, assim, o desenvolvimento de um trabalho de natureza quantitativa com o recurso à administração de inquéritos por questionário a aplicar junto de turistas (nacionais e estrangeiros) do turismo de cruzeiros na Região Demarcada do Alto Douro Vinhateiro.

Referências

- Acerenza, M. Á. (2006). *Efectos económicos, socioculturales y ambientales del turismo*. Trillas.
- Amorim, E., Andrade, C., Tarlow, P., Mariotti, V. & Cardona, N. (2012). *Abordagem Multidisciplinar dos Cruzeiros Turísticos*. Lisboa: Textiverso.
- APDL (2018). Estatísticas. Consultado em 5 de julho de 2019. Disponível em https://douro.apdl.pt/f?p=100:6:7570949996567:::6:P6_PAGINA:VIA_NAV_EST
- APRAM (2011). *Movimento dos Passageiros de Navios de Cruzeiro no Porto do Funchal no ano 2011*. Funchal: Portos da Madeira.
- Bernardo E. (Coord.). (2018). Para um enfoque territorial do turismo no Douro. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 21, 27-35.
- Brandão, F., Costa, C., & Buhalis, D. (2018). Tourism innovation networks: a regional approach. *European Journal of Tourism Research*, 18, 33-56.
- Brida, J.G. & Zapata, S. (2010). Cruise tourism: economic, socio-cultural and environmental impacts. *Int. J. Leisure and Tourism Marketing*, 1(3), 205-226.
- Brito, T. M., & Bruhns, H. T. (2008). Corpo, lazer e natureza: uma reflexão sobre os cruzeiros marítimos. *Revista Turismo em Análise*, 19(1), 125-136.
- Caric, H. & Mackelworth, P. (2014). Cruise tourism environmental impacts - The perspective from the Adriatic Sea. *Ocean & Coastal Management*, 102, 350-363.
- Cartwright, R. & Baird, C. (1999). *The development and growth of the cruise industry*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- CLIA (2010). The Overview - 2010 CLIA Cruise market overview: Statistical cruise industry data through 2009. Research report by the Cruise Lines International Association, New York.
- CLIA (2018). Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe 2017. 3 - 25.
- Johnson, D. (2002). Environmentally sustainable cruise tourism: a reality check. *Marine Policy*, 26(4), 261 - 270.
- Macedo, C., & Sousa, B. (2019). A acessibilidade no etourism: um estudo na ótica das pessoas portadoras de necessidades especiais. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 17(4), Julio-Septiembre, pp. 709-723. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2019.17.050>
- Machado, A. F. & Peluso, S. A. (2013). Lazer, Recreação e Turismo em Cruzeiros Marítimos Temáticos: Uma Análise Comparativa Sobre Os Cruzeiros Universitários Técnicos (Zenith) e o Cruzeiro Prata All'italiana (Costa Victoria). *Revista Estação Científica - Juiz De Fora*, 9, 2-12.
- Macleod, D., & Selwyn, T. (2002). The Scope of the Anthropology of Tourism: A Response to Tom Selwyn, A.T. 17(5). *Anthropology Today*, 18(2), 27-27.
- MacNeill, T. & Wozniak, D. (2018). The economic, social and environmental impacts of cruise tourism. *Tourism Management*, 66, 387 - 404.
- Mathieson, A. & Wall, G. (1982). *Tourism. Economic, Physical and Social Impacts*. Longman Scientific & Technical. UK.
- Mendes, J. & N. Silva (2012) O Turismo de Cruzeiros em Portugal. O Caso de Portimão: Expectativas e Desafios. In Amorim, E., Andrade, C., Tarlow, P., Mariotti, V., Cardona, N. (Orgs.). *Abordagem Multidisciplinar dos Cruzeiros Turísticos* (135 - 154). Lisboa: Editora Textiverso.
- Mill, R. (2007). *Resorts: Management and Operation*. 2ª edição. John Wiley and Sons.
- Miller, A.R. & Grazer, W.F. (2006). *Cruise ship tourism*. Australia: CABI Publishing, 74 - 85.
- Ministério da Economia e da Inovação (2007). Plano Estratégico Nacional do Turismo. Para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal. Lisboa: Turismo de Portugal.
- Ministério do Turismo do Brasil (2010). Segmentação do Turismo e o Mercado. [s.n.], 70-74.
- Moutinho, L. (1987). Consumer Behaviour in Tourism. *European Journal of Marketing*. 21, 5 - 44.
- Nunes, A., Moreira, C. O., Paiva, I., Cunha, L. (2016). Territórios de Água. *Coimbra: Centro de Estudos de Geografia e Ordenamento do Território*, 256 - 271.

- Pereira, M. & Sá, V. (2010). *Drucker no Turismo – Criando “Battle-Ready Organizations”*. Vida Económica, Portugal.
- Pinto da Silva, F., Brandão, F., & Sousa, B. (2019). Towards socially sustainable tourism in cities: local community perceptions and development guidelines. *Enlightening tourism. A pathmaking journal*, 9(2), 168-198
- Ponton, D. M. & Asero, V. (2018). Representing Global Cruise Tourism: A Paradox of Sustainability. *Critical Approaches to Discourse Analysis across Disciplines*, 10(1), 45 – 62
- Porto de Lisboa (2011). *Tráfego de Cruzeiros. Relatório de Atividade*. Lisboa: Promoção Comercial de Cruzeiros e Náutica de Recreio.
- Sousa, B.; Vareiro, L., Coelho, D.; Mota, L. & Silva, F. (2019). Criatividade no turismo e envolvimento do visitante: o estudo de caso de Loulé (Portugal), *Revista Iberoamericana de Turismo- RITUR*, Volume 9, Número 1, jun. 2019, p. 62-77. DOI: 10.2436/20.8070.01.129
- Sousa, B., & Rodrigues, S. (2019). The role of personal brand on consumer behaviour in tourism contexts: the case of Madeira. *Enlightening Tourism: A Pathmaking Journal*, 9(1), 38-62. doi:<http://dx.doi.org/10.33776/et.v9i1.3597>
- Sousa, B; Casais, B.; Malheiro, A. & Simões, C. (2017). A experiência e o marketing turístico em contextos religiosos e de peregrinação: o caso ilustrativo dos Caminhos de Santiago. *Revista Turismo & Desenvolvimento*; nº 27/28, pp.789-800 - e-ISSN 2182-1453.
- Teye, V., & Paris, C. M. (2010). Cruise Line Industry and Caribbean Tourism: Guests' Motivations, Activities, And Destination Preference. *Tourism Review International*. 14(1), 17-28.
- Vasconcelos, C., Vareiro, L. & Sousa, B, S. (2018). Novos cenários e desafios para (o turismo em) Guimarães, *European Journal of Applied Business Management*, Special Issue ICABM 2018, pp. 116-130.
- Wahyuni, D. (2012). The research design maze: understanding paradigms, cases, methods and methodologies. *Journal of Applied Management Accounting*, 10(1), 69-80.
- Yoon, Y. & Uysal, M. (2005). An Examination of the Effects of Motivation and Satisfaction on Destination Loyalty: A Structural Model. *Tourism Management*, 26, 45-56.