

CISION®

PRESS BOOK

Clipping 2019-07-05

CISION®

Revista de Imprensa

1. Falta de enfermeiros no Algarve, Antena 1 - Notícias, 05/07/2019	1
2. Iniciativa "Enfermagem ao Sul", TSF - Notícias, 05/07/2019	2
3. Algarve sente-se cada vez mais "discriminado" no acesso à saúde, Jornal do Algarve Online, 05/07/2019	3
4. Brexit e taxa de IVA a 23% são os principais desafios ao desenvolvimento do golfe em Portugal. - Entrevista a Luís Correia da Silva, Publituris, 05/07/2019	4
5. Portugal é Sexy - Entrevista com Ana Godinho, Cristina, 31/07/2019	10
6. Festival Afro Nation traz estrelas e 50 milhões de retorno a Portimão, Barlavento, 04/07/2019	14
7. UNESCO: turismo cultural, presente envenenado, Monde Diplomatique (Le), 31/07/2019	16
8. Investimento de sete milhões de euros torna o Cascade Wellness Resort num dos melhores do Algarve, Algarve Informativo Online, 05/07/2019	19
9. Consumo e Turismo fazem disparar produção de lixo, Jornal de Notícias, 05/07/2019	21
10. Taxa turística no Funchal avança em 2020, Jornal Económico Online (O) - JE.Leitor Online, 05/07/2019	24
11. Turismo: uma gestão fundamentada nas pessoas, Publituris, 05/07/2019	25
12. Algarvios partem à conquista dos mares de Vilamoura no Mundial de Vela, Sul Informação Online, 05/07/2019	26
13. Ciclismo - Granfondo Serra da Estrela, Record, 05/07/2019	29

Falta de enfermeiros no Algarve

<http://pt.cision.com/cp2013/ClippingDetails.aspx?id=4f9408c1-6ad9-485a-863a-6870639665d1&userId=20bb6b56-ec51-42d3-b11d-421913ecc5ae>

No Hospital de Faro já há camas encerradas por falta de enfermeiros. Uma situação independente da greve destes profissionais de saúde que se queixam: se faltam enfermeiros em Portugal, a região do Algarve é provavelmente a mais afetada.

Declarações de Sérgio Branco, Ordem dos Enfermeiros/Secção Regional Sul.

Iniciativa "Enfermagem ao Sul"

<http://pt.cision.com/cp2013/ClippingDetails.aspx?id=06277f6e-c963-4c47-b346-867d56fa93c6&userId=20bb6b56-ec51-42d3-b11d-421913ecc5ae>

No Algarve não houve reforço de um único enfermeiro este verão. A Ordem dos Enfermeiros visitou durante esta semana várias unidades de saúde na região numa iniciativa a que chamou "Projeto Enfermagem ao Sul". A Ordem faz um diagnóstico pessimista. Sem reforços para o Verão, o rácio de profissionais por mil habitantes está ao nível dos países do 3º mundo.

Declarações de Sérgio Branco, presidente da secção sul da Ordem dos Enfermeiros.

Repetições: TSF - Notícias , 2019-07-05 15:05

TSF - Notícias , 2019-07-05 16:06

Algarve sente-se cada vez mais "discriminado" no acesso à saúde

Tipo Meio: Internet

Data Publicação: 05/07/2019

Melo: Jornal do Algarve Online

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=4d88efc1>

A estatística é esmagadora: a população do Algarve, menos de 500 mil pessoas, quadruplica nos meses de julho e agosto. Passa a dois milhões, ou mais. E, apesar do reforço pontual de médicos neste período crítico do ano, este fenómeno turístico leva todos os verões à rutura de serviços e ao caos nas urgências. Mas os problemas também estão a agravar-se durante o resto do ano, alerta o Sindicato Independente dos Médicos, denunciando graves carências em várias especialidades no Algarve

A "discriminação" dos algarvios no acesso à saúde está a agravar-se cada vez mais. Quem o diz é o Sindicato Independente dos Médicos (SIM), alertando para as graves carências de profissionais de saúde em várias especialidades, o que coloca em risco diversos serviços e até as urgências dos hospitais públicos de Faro e Portimão.

O sindicato já tinha alertado que as apenas 66 vagas para especialistas anunciadas para o Algarve são manifestamente insuficientes para uma população que quadruplica nos meses de verão. E, como se repete todos os anos e em todos os concursos realizados nos últimos meses, a grande maioria destas vagas deverá ficar por preencher.

A título de exemplo, basta referir que o Centro Hospitalar e Universitário do Algarve (CHUA) conta atualmente com cerca de 400 médicos especialistas, enquanto os três centros hospitalares de Lisboa têm 3000 médicos.

O SIM considera, assim, que o Governo está a discriminar a região do Algarve, por não terem sido atribuídas vagas carenciadas para várias especialidades no CHUA em 2019...

Leia a reportagem completa na edição em papel.

Share this: [Click to share on Facebook \(Opens in new window\)](#) [Click to share on Twitter \(Opens in new window\)](#) [Click to email this to a friend \(Opens in new window\)](#) [Click to print \(Opens in new window\)](#) [Click to share on WhatsApp \(Opens in new window\)](#) [Click to share on Pinterest \(Opens in new window\)](#) [More](#)

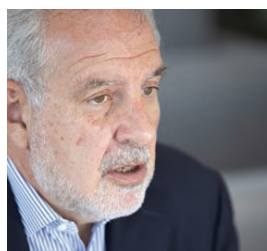
Tagssim!"



A viver um bom momento, o golfe português enfrenta ainda alguns desafios, com destaque para a taxa de IVA a 23% e o Brexit, segundo Luís Correia da Silva, presidente do CNIG – Conselho Nacional da Indústria do Golfe.

“A maior parte dos jogadores é extremamente sensível ao preço”

Inês de Matos / imatos@publitis.pt • Fotos: Frame It



Portugal tem vivido um ‘boom’ turístico. Isto também se nota no golfe?

Julgo que, no turismo em geral, depois de dois anos de grande expansão do número de visitantes e das receitas, no ano de 2018 ainda houve crescimento, mas já houve algum abrandamento. Também no golfe aconteceu isso.

Em 2019, o ano começou fraco e, neste momento, estamos a sentir, no turismo em geral, uma melhoria nas reservas para o verão, sendo que, no golfe, também aconteceu mais ou menos a mesma coisa, porque estamos muito dependentes do mercado inglês. Depois de um início de

ano com uma substancial retração, porque as pessoas estavam muito condicionadas devido ao Brexit e o seu potencial impacto, este mercado está a ter melhor comportamento, julgo que pelo facto desse assunto ter saído da ordem do dia e ter havido um adiamento.

Temos assistido a uma evolução positiva a partir do fim de abril e, para o verão, as reservas são positivas. Do ponto de vista do golfe, é menos significativo, porque os meses de junho a agosto são uma época muito baixa, o golfe funciona ao contrário do resto do turismo, mas estamos a sentir muito interesse para setembro e outubro, o que é positivo.

...

“Se olharmos para a realidade de outros países, grande parte dos campos é municipal, foi isso que levou ao grande ‘boom’ do golfe em Espanha”.

No golfe, estamos basicamente com os mesmos números de 2018, com um crescimento mínimo, na ordem das décimas, e deveremos chegar, no fim do ano, ao mesmo nível de receitas, talvez um pouco acima, porque houve uma decisão estratégica que foi tomada pela indústria, no sentido de reduzir os preços que tinham aumentado nos anos anteriores. Portanto, acredito que possamos chegar ao fim do ano com um número de voltas um pouco superior a 2018 e, provavelmente, no mesmo nível de receitas.

Estamos a falar de que valores?

A receita global do golfe ronda os 500 milhões de euros e o crescimen-



to não vai ser muito significativo, nem sair muito deste valor, mas nas principais regiões de golfe, como o Algarve, o nosso grande destino de golfe, a receita deve rondar os 400 milhões de euros. Esta receita não aconteceria se não houvesse jogadores e campos de golfe no Algarve.

O golfe é fundamental para atrair turistas fora da época alta. Para o Algarve, esta é uma questão ainda mais fundamental, porque, se não fosse o golfe, grande parte dos hotéis e empreendimentos turísticos não teria clientes e, associado a isso, os restaurantes fechariam e as atividades económicas reduziriam, como o rent-a-car, que teria metade do rendimento fora da época alta. Portanto, o grande desafio que se coloca é, nas épocas altas do golfe - que começam em março e acabam em maio, e, depois, regressam em setembro e novembro -, temos muitos jogadores, mas, depois, há meses em que temos muito poucos jogadores, em que há um grande potencial de crescimento. Esta é uma questão que temos de gerir de outra forma, nomeadamente tendo mais portugueses e residentes a jogar nos campos nacionais.

Voltando ao Brexit, o adiamento foi positivo, mas não pode vir a trazer más notícias no final do ano? Não existe receio que se venha a sentir uma quebra a partir de outubro?

Trabalho no turismo há muitos anos e já vi ciclos muito altos e o seu contrário. O número de pessoas que viaja, hoje, não tem nada a ver com o número de pessoas que viajava há 30 anos, independentemente dos fenómenos, e o Brexit será, com certeza, mais um, que pode afetar pontualmente a atividade. Mas, hoje, as viagens são uma condição de qualidade de vida. Por isso, acredito que é provável que tenhamos algum efeito conjuntural, principalmente se houver desvalorização da libra face ao euro e especialmente se isso não acontecer face a outras moedas, como o dólar. É evidente que Portu-

gal pode vir a ter uma descida.

Mas uma coisa é certa, mesmo que tenha um impacto pontual, vai haver um ajustamento, se não for este ano será no próximo, porque os ingleses gostam de vir a Portugal jogar golfe e somos, reconhecidamente, um destino de golfe para os ingleses.

O Turismo de Portugal teve uma reação importante, adiantou-se a outros países fazendo uma campanha de promoção para dizer que, independentemente das circunstâncias, os ingleses seriam sempre bem-vindos em Portugal e seriam tratados com exceção. Foi uma situação que teve muito impacto no Reino Unido, com uma reação muito positiva dos ingleses.

Mas não podemos dar nada por garantido, tudo muda rapidamente e temos de trabalhar numa visão a longo prazo, melhorar a infraestrutura turística e dos campos de golfe, tornar as empresas mais competitivas e ter melhores pessoas a trabalhar, sempre numa perspetiva a longo prazo. Também temos de ter capacidade para intervir no momento, para minimizar os impactos, mas sempre na perspetiva de que isto é um ciclo com altos e baixos.

Desafios

Para essa competitividade seria desejável que a taxa de IVA do golfe voltasse a ser mais reduzida. O que é que o CNIG tem feito para pressionar o Governo nesse sentido?

Para sermos competitivos, temos, hoje, dois ou três grandes desafios, em que o CNIG está a trabalhar. O primeiro é um desafio de competitividade global, estamos na primeira liga do golfe europeu, mas precisamos de aumentar o número de jogadores.

Depois, temos um segundo desafio que é aumentar o número de jogadores nas épocas baixas do golfe. Se conseguirmos aumentar substancialmente os jogadores em janeiro/fevereiro e novembro/dezembro, também aumentamos o turismo em geral. É um desafio de sazonalidade

que é alinhado entre o golfe e as outras atividades turísticas.

Mas, a questão fundamental é como é que as pessoas podem aceder aos destinos de golfe. E, nesse aspeto, há problemas, seja no aeroporto de Lisboa seja por falta de voos, especialmente para o Algarve. Se pudéssemos ter uma ponte aérea para o Algarve, nem digo com as características que existem entre Lisboa e Porto, mas uma mini-ponte aérea, com aviões mais pequenos, que oferecesse transporte rápido a quem quer jogar golfe no Algarve, isso seria fundamental.

Depois, há outro desafio que tem a ver com a escassez de recursos humanos. Este é, hoje, um grande desafio em Portugal, o mercado de trabalho é restrito e isso tem impacto nos custos de manutenção dos campos, que precisam de manutenção 365 dias por ano e há uma série de exigências de sustentabilidade que temos de cumprir para sermos considerados o melhor destino de golfe do mundo. Para isso, são precisas pessoas e é por isso que o CNIG está a trabalhar com a associação dos Green Keepers, porque temos de ter pessoas qualificadas nas receções, restaurantes e também nos campos, pessoas habilitadas a oferecerem uma boa experiência de golfe.

Depois, há o desafio do IVA. Estamos a trabalhar nisso e vamos apresentar um trabalho sobre essa matéria, porque a questão do IVA a 23% só afeta a competitividade do golfe português. Já tentei explicar isso, assim como os meus antecessores, várias vezes a várias instituições.

90% das voltas de golfe em Portugal, e principalmente das que são jogadas nas áreas turísticas, são jogadas por estrangeiros, pessoas que podem vir jogar para Portugal ou para qualquer outra parte do mundo. No golfe, Portugal compete com todo o mundo e, em determinadas circunstâncias, é mais barato para um inglês ir jogar golfe a Miami ou a qualquer outro destino nos EUA, do que vir para Portugal.

Curiosidades

Brexit

Apesar da ameaça do Brexit, o CNIG acredita que o impacto da saída do Reino Unido vai ser "pontual", porque os ingleses gostam de vir a Portugal jogar golfe.

IVA

A manutenção da taxa de IVA a 23% é vista pelo CNIG como um dos desafios que a atividade enfrenta e que impede preços mais competitivos.

Sustentabilidade

Os campos de golfe portugueses cumprem uma série de práticas com vista à sustentabilidade ambiental e que passam por sistemas de rega mais eficientes ou redução de pesticidas.



»»

Nota-se esse efeito, ou seja, há jogadores que podiam vir para Portugal, mas que escolhem outros destinos pelo preço?

Nota-se que poderíamos ter preços mais competitivos se os fatores de custo fossem mais positivos e não tivéssemos de refletir parte substancial do custo dos 23% da taxa de IVA. Há cerca de 4,25 milhões de jogadores na Europa, mas só 12 a 15 mil jogam em Portugal. É preciso perceber que neste total há uma percentagem que decide jogar independentemente do custo, porque conhece o campo e porque a experiência é fantástica, mas é uma percentagem mínima, a maior parte dos jogadores é extremamente sensível ao preço.

Existirá aqui um preconceito em relação ao golfe? Ou seja, muitas vezes há a ideia de que o golfe gera muito dinheiro, porque é um desporto para a elite e jogado por pessoas com muito dinheiro. Como é que se desmistifica esta ideia?

Desmistifica-se de forma simples: se um grupo de autarquias, depois do ciclo dos pavilhões gimnodesportivos que existem em todo o país, muitos com um número limitado de utilizadores e custos brutais, aceitasse o desafio de criar pequenos campos municipais - bastava que tivessem quatro ou seis buracos de golfe, um pequeno driving range e um edifício de apoio. Isso iria criar tradição de golfe. Se tivéssemos 20 ou 30 campos pelo país, teríamos dezenas de milhares de portugueses a jogar golfe.

Se olharmos para a realidade de outros países, grande parte dos campos é municipal, foi isso que levou ao grande 'boom' do golfe em Espanha. As pessoas habituaram-se a, no final da tarde, jogar uma ou duas horas, porque é uma atividade física e de bem-estar.

Portanto, a imagem elitista do golfe é errónea, também porque existe a ideia de que há um custo elevado para jogar golfe, mas isso é falso, há modalidades que têm custos mui-



to mais elevados. E há campos em Portugal, mesmo entre os privados, em que o custo da assinatura é inferior ao custo dos health clubs. Portanto, não há nenhuma razão para que essa imagem exista, a não ser o preconceito, contra o qual temos de lutar. Para isso, era importante que existissem essas pequenas infraestruturas, num período de cinco a 10 anos poderíamos ter uma expansão muito interessante e uma mudança de visão.

Mercados

Quantos portugueses jogam, atualmente, golfe?

O número de federados anda entre os 14 e os 16 mil, o que inclui portugueses e estrangeiros residentes em Portugal. Além destes, poderá haver um número adicional de pessoas que se estão a iniciar e ainda não têm handicap, e que pode chegar aos mil ou dois mil. Infelizmente, o número de portugueses que jogam golfe não tem crescido e essa é uma questão importante, porque nos horários em que os nossos campos não são utilizados, poderiam ser usados em condições especiais - e normalmente os campos fornecem condições especiais para os portugueses, na maior

parte, nem se aplica a taxa de IVA a 23%. Portanto, não é pelo preço que os portugueses não jogam golfe.



“Creio que vamos passar por um período de ajustamento em que não vão aparecer muitos mais campos, enquanto não tivermos capacidade de atrair um maior número de golfistas”.

Os principais mercados estrangeiros que procuram Portugal devido ao golfe continuam a ser o britânico e o nórdico?

Dos dois milhões de voltas jogadas em Portugal, 1,5 milhões são de estrangeiros e as outras 500 mil de portugueses, sendo que os campos das regiões turísticas têm fundamentalmente jogadores estrangeiros, particularmente o Algarve, onde a percentagem é acima de 90%, porque é uma região de golfe turístico. Quanto a nacionalidades, temos fundamentalmente três ou quatro nacionalidades, os ingleses são a maioria - e se juntarmos os irlandeses, então, estão em esmagadora maioria. Depois, os nórdicos que ficam sempre entre o segundo e o terceiro lugar, e os alemães. Não temos mais alemães devido à falta de transporte aéreo, o que leva a que estes jogadores vão para países que têm preços esmagadores, como a Turquia, Tunísia, Egito e o Dubai, que são destinos muito competitivos para os alemães. Deveríamos ter capacidade de fazer uma grande

»»



»»

campanha de promoção de golfe no mercado alemão, associada a um maior número de voos.

Estes são os mercados fundamentais. Mas há um conjunto de mercados emergentes. Nos últimos anos, os jogadores franceses, italianos e belgas têm crescido e, visto que partiram de uma base baixa, estão a crescer de forma muito interessante. No Brasil, o golfe também está a crescer, assim como na Argentina e, agora, há os mercados asiáticos. Para termos uma ideia, a zona de maior crescimento de campos de golfe, neste momento, é a China. Os chineses estão completamente enlouquecidos pelo golfe e os mercados de maior crescimento de golfe estão deslocados para a Ásia — como, aliás, acontece no turismo. Se pudéssemos ganhar uma pequena quota desse crescimento, estaríamos cheios.

Há também uma grande expectativa em relação aos EUA, a decisão da TAP de abrir vários destinos nos EUA abre a porta a que venham muitos americanos e isso é uma boa notícia. Mas temos de ter alguma visão para que venham também golfistas, até porque já tivemos, no passado, muitos jogadores americanos, que eram particularmente bons clientes.

Os golfistas são um tipo interessante de turista, há um estudo que diz que o golfista médio gasta 1.550 a 1.600 euros por estadia, um valor muito interessante e ainda mais fora das épocas altas. Se tivermos forma de fazer com que os golfistas dos grandes mercados dos EUA, Canadá e Ásia saibam que Portugal tem condições extraordinárias para golfe, poderemos ter um crescimento muito significativo.

A nível de campos nacionais, há novos projetos em carteira?

Durante a crise, houve um conjunto de empreendimentos que foram congelados e reavaliados, e que obedeciam a uma situação particular: o modelo de desenvolvimento olhava para os campos de golfe como um instrumento para desenvolver os hotéis. O golfe servia como atividade



para sustentar o investimento, mas já se ultrapassou essa fase.

Neste momento, há apenas um campo para abrir em breve, na Quinta da Ombria, que está associado a um grande empreendimento e que foi desses que esteve congelado. Julgo que há mais uma ou duas situações em reavaliação, mas, cada vez mais, os campos têm que ser construídos de acordo com uma perspetiva de negócio 'stand alone'. Isso vai exigir que, ao nível da oferta, olhemos para o mercado internacional e para o seu crescimento, para percebermos como podemos ter mais golfistas em Portugal. Creio que vamos passar por um período de ajustamento em que não vão aparecer muitos mais campos, enquanto não tivermos capacidade de atrair um maior número de golfistas.

Prémios e competições

Portugal tem vindo a ser consecutivamente reconhecido como melhor destino de golfe, nos World Golf Awards. Qual é a mais-valia destas distinções?

Os prémios são importantes, são um reconhecimento e um selo de quali-

dade. Não devemos ficar excitados por ganharmos um prémio mundial, mas é importante para os empresários e trabalhadores sentirem que o esforço e as práticas que introduzem são reconhecidas, e é algo que podemos usar para promover o golfe português nos mercados externos.

Em Portugal, as pessoas desconhecem o esforço extraordinário que foi feito para que os campos tenham qualidade e sejam sustentáveis, não apenas devido ao ambiente, mas porque isso ajuda a baixar custos. Hoje, os campos nacionais consomem menos água, têm sistemas de rega eficientes, aplicam menos pesticidas, têm práticas de manutenção menos agressivas e monitorizam um conjunto de indicadores que permitem olhar para a manutenção de forma inovadora. Isso traduziu-se numa melhoria substancial que está a ser reconhecida.

Mas, quando somos reconhecidos pela experiência de golfe, não é apenas pela qualidade dos campos, é uma mistura entre clima, gastronomia e serviço. Não quer dizer que todos os nossos campos sejam os melhores, mas oferecemos a melhor experiência.

A visibilidade para o destino é também a grande vantagem das competições de renome que Portugal recebe, como o Portugal Masters?

Essa é uma questão fundamental, as pessoas viajam para os sítios onde decorrem as grandes competições, isso é claro. Portanto, temos de ser competitivos, de mostrar aquilo que temos e as grandes competições, que, por alguma razão, não decorrem noutras partes do mundo.

É por isso que temos de manter o Portugal Masters e a nova competição Golf Sixies Cascais, e o ideal seria termos também um evento dedicado às senhoras, porque o golfe feminino está a crescer muito. Depois, seria importante distribuir os eventos pelo país, para que tivéssemos, ao longo do ano, várias transmissões televisivas para o mundo e vários artigos nos media. **P**

Números

90%

Dos jogadores que praticam golfe no Algarve são provenientes de países estrangeiros.

500M€

A receita global do golfe ficou, em 2018, perto dos 500 milhões de euros e, para este ano, o CNIG espera um "crescimento mínimo".

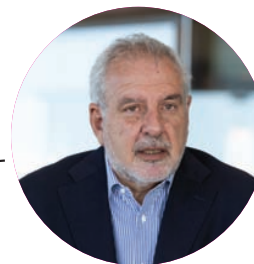
12 a 15 mil

É o número médio de golfistas europeus que Portugal recebe a cada ano, número baixo tendo em conta que existem 4,25 milhões de jogadores na Europa.



22 - Análise

CNIG





Directora: Carina Monteiro • Ano XLVII • Periodicidade: Quinzenal • Preço: 7,00 euros • Uma publicação PUBLITEL | WORKMEDIA

PUBLITURIS

REPORTAGEM
PORTUGAL
MEETING
FORUMS

pág. 08-14

o jornal da indústria do turismo • www.publitis.pt • desde 1968

1396 - 05 julho 2019

Dossier Tecnologia

Como pode a tecnologia ajudar as empresas a responder às novas exigências dos turistas?

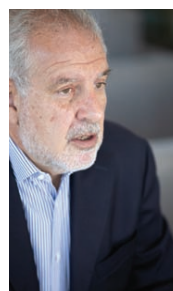
pág. 16-20



Entrevista CNIG

Brexit e taxa de IVA a 23% são os principais desafios ao desenvolvimento do golfe em Portugal.

Análise
pág. 22-26



Abertura Pestana Plaza Mayor Madrid

Maior grupo hoteleiro português abre mais um hotel numa capital europeia.

ALOJAMENTO
pág. 28-30



“Estamos a avaliar exportar a solução da Turisprime”

Francisco Farrás, diretor geral ibérico do grupo Avis Budget, fala sobre a recente integração das marcas Turisprime e Turiscar. Os 60 anos da Avis em Portugal também são recordados nesta entrevista.



pág. 34-36

Newhotel
Software

RATE SHOPPER
OS PREÇOS DA SUA CONCORRÊNCIA EM TEMPO REAL

COM AS NOSSAS SOLUÇÕES, A GESTÃO DO SEU NEGÓCIO FICOU MAIS FÁCIL!

AGENDE A SUA DEMONSTRAÇÃO CONNOSCO.

www.newhotel.com

AVIS

APRESENTAMOS O NOSSO LADO MAIS ECO

- VIATURAS COM BAIXAS EMISSÕES
- KILOMETRAGEM ILIMITADA
- ALUGUERES FLEXÍVEIS: UM DIA OU LONGA DURAÇÃO
- QUALIDADE AVIS

WE TRY HARDER
800 20 10 02 | AVIS.COM.PT

MULHERES
POLÍTICA

PORTUGAL É SEXY

Ana Godinho, Secretária de Estado do Turismo, é uma mulher frenética e entusiasmada que vibra com o que faz.

por SOFIA PEIXOTO fotografias D.R.

CRISTINA – Portugal está definitivamente na moda. É bom para o Turismo, é bom para as cidades. Será tudo bom ou vê defeitos neste sucesso?

Ana Godinho – Portugal afirmou-se internacionalmente como exemplo de um país que conseguiu dar a volta a um período complicado, através da confiança e da mobilização das pessoas. É fantástica, a mudança e a energia positiva que se sente. Este reconhecimento internacional e esta descoberta de Portugal têm permitido uma mudança estrutural no Turismo: estamos a posicionar-nos como um destino sofisticado e não massificado, com experiências ao longo de todo o país e não apenas sazonais. Temos aproveitado estas mudanças de forma inteligente: diversificando mercados, dinamizando diferentes polos de atração, para alargar a procura ao longo do território, criando produtos atrativos ao longo de todo o ano, captando novos residentes, novos estudantes, novos investidores. Há ainda muito por fazer, claro, mas nós, portugueses, temos mostrado que, de forma inteligente, conseguimos transformar os desafios em oportunidades.

C. – Quais as razões que levam a este sucesso? De repente, parece que Portugal é sexy.

A. G. – O sucesso de Portugal está nos portugueses. Soubemos, nos últimos anos, e uma vez mais, unir-nos e ultrapassar dificuldades, encontrar o melhor de nós próprios, o que trouxe sucesso a Portugal. Esta constatação é particularmente notória no Turismo, onde trabalhadores, empresários e governo souberam colaborar, para que encontrássemos o caminho do sucesso. Se Portugal parece sexy é porque o soubemos tornar sexy. Mas para termos sucesso não ficámos parados: soubemos mostrar lá fora que Portugal é um bom destino para viver, visitar ou investir e, nos últimos três anos, conseguimos 584 novas rotas e operações aéreas, para os vários aeroportos portugueses. Soubemos, assim, colocar Portugal como destino preferido de

países que, até agora, pareciam desconhecer-nos, em particular os novos quatro milhões de turistas estrangeiros, entre os quais se destacam os norte-americanos, canadianos e chineses, que descobriram o nosso país. Para colocarmos Portugal no mapa internacional, trouxemos jornalistas internacionais a visitar-nos e, por outro lado, promovemos a digitalização da oferta turística portuguesa, para que ela possa ser vista em qualquer parte do mundo, à distância de um clique. A evolução é surpreendente. Passámos de 15 mil notícias internacionais em 2015, sobre Portugal, para 40 mil, em 2018. No ano passado, conseguimos 4243 prémios internacionais, entre eles o de Melhor Destino do Mundo, pelo segundo ano consecutivo.

C. – Assumi a pasta de Secretária de Estado do Turismo com alguma descrição, contudo, afirma-se como uma pessoa que nunca está satisfeita, que quer sempre mais, que é, e passo a citar, “frenética”. É a melhor opção, para quem exerce um cargo político?

A. G. – Ser eternamente insatisfeita e frenética é o que me leva a não parar e querer sempre mais, para abrir o mapa turístico de Portugal. E trabalhar todos os dias para que, onde quer que no mundo se fale em Turismo, se fale de Portugal. Acredito que o sucesso do Turismo está no facto de ser uma atividade onde é fácil encontrar pessoas eternamente insatisfeitas e frenéticas, com uma imensa vontade de fazer de Portugal um país melhor.

C. – É fácil querer sempre mais?

A. G. – Facilimo, quando se acredita que temos o melhor país do mundo e que só temos de ter engenho e arte, para lhe dar visibilidade de norte a sul, de este a oeste. É impressionante como as pessoas estão ávidas de fazer acontecer e de ser mobilizadas. Só temos de ouvir e encontrar instrumentos que respondam às necessidades, para que os esforços comuns ganhem escala e resultados.



C. – O escrutínio público pode ser muito cruel, basta recordar as críticas às indumentárias das novas mulheres no governo, aquando da tomada de posse, após a mais recente remodelação. Como lida com este tipo de pressão?

A. G. – O segredo está em nos focarmos no essencial, e então compreenderemos todos que as indumentárias são o acessório.

C. – Ao fim deste tempo, qual diria ser a sua maior conquista para o Turismo em Portugal?

A. G. – A valorização real dos que trabalham no Turismo, que são os heróis do sucesso que o Turismo tem tido e vai continuar a ter.

C. – Há pessoas que se queixam muito da ocupação,

digamos, que os turistas fazem das cidades, de como contribuem para a diminuição da qualidade de vida de quem as habita. O que contrapõe a esta ideia?

A. G. – É importante lembrarmo-nos de como estavam abandonados os centros históricos de Lisboa ou do Porto, há 10 anos, e ver como estão hoje. O Turismo tem trazido uma grande capacidade de requalificação das cidades, de criação de novos negócios, novas oportunidades, novos residentes e multiculturalidade. E pode trazer ainda mais valor. Neste sentido, criámos um programa dedicado à sustentabilidade no Turismo, para implementar projetos de inclusão social, de cocriação com as comunidades locais e de gestão da carga nos terri-

MULHERES
POLÍTICA

tórios, que tem neste momento 22 projetos muito interessantes em curso, de que é exemplo o que está a ser desenvolvido pela Junta de Freguesia da Misericórdia, em Lisboa. Portugal foi considerado o destino mais sustentável na Europa em 2019, como corolário desta estratégia alicerçada na sustentabilidade que estamos a desenvolver.

C. – O que define um bom turista?

A. G. – Ser uma pessoa que se confunde com os residentes locais.

C. – Fizeram-se muitos atentados ao ambiente com a construção hoteleira, nomeadamente no Algarve. Os tempos são outros. As questões ambientais são uma preocupação?

A. G. – Quem não tiver assumido a sustentabilidade ambiental como pilar essencial da sua atividade, está fora do futuro (e até mesmo do presente).

C. – Sei que teve uma educação católica, num colégio feminino dirigido pela Opus Dei. Marcou-a como pessoa? Porque se pressente uma certa impaciência, na sua forma de estar – própria de quem gosta de fazer coisas – e não é uma virtude muito coincidente com os cânones. Ou será que não há conflito?

A. G. – A educação católica que tive, e que me marcou muito, obriga-me a uma eterna busca da perfeição, sempre em espírito de missão, para termos um mundo digno e igual para todos. Aprendi um lema no colégio que me acompanha sempre: “Com Calma e com Alma tudo se consegue”.



Gosto de ser
o que sou em
cada momento
e entrego-me
de corpo
e alma



C. – Ser católica ajuda ou piora a forma de trabalhar?

A. G. – No meu caso, garante-me uma fé inabalável de que estou sempre acompanhada, em todos os passos que dou.

C. – Sei que era a melhor aluna da turma e que era comportada. A adolescência tornou-se um desafio para os seus pais, não foi?

A. G. – Sabe muito! Sempre adorei aprender, pôr em causa tudo, desconstruir... para depois construir melhor. A adolescência foi uma fase fantástica. Agora tenho o desafio dos meus filhos.

C. – Com este cargo, decerto que a sua vida familiar se viu afetada. Como reage a família à intensidade do serviço público?

A. G. – Tenho uma família fantástica que me apoia em tudo e vibra com o que faço, porque me sente muito feliz a levar a cabo esta missão. São os meus principais críticos e o meu maior estímulo.

C. – Depois de ser Secretária de Estado do Turismo, o que gostaria de ser? Sei que diz algumas vezes que ainda não sabe exatamente o que quer ser... ou será exagero?

A. G. – Ainda não sei o que gostava de ser. Até porque a vida nos vai dando oportunidades de fazer coisas fantásticas, mais do que podemos imaginar. Na verdade, há cinco anos não tinha pensado que hoje estaria nesta função. Estava na Autoridade para as Condições do Trabalho, a fazer algo que me preenchia e onde, tal como hoje, acreditava que podia contribuir para um futuro melhor. Gosto de ser o que sou em cada momento e entrego-me de corpo e alma. O meu oxigénio é acreditar no que faço. ☘



32

MULHERES

À conversa com Ana
Godinho, Secretária
de Estado do Turismo.



Festival Afro Nation traz estrelas e 50 milhões de retorno a Portimão

Expetativas são altas para a estreia do Afro Nation, nada mais do que «o maior festival *urban beach* da Europa», que traz à Praia da Rocha, entre os dias 1 e 4 de agosto, nomes como Davido, Wizkid, Burna Boy e Buju Banton como cabeças de cartaz

Bruno Filipe Pires
bruno.pires@barlavento.pt

Os bilhetes foram colocados à venda no Reino Unido, em março. Os promotores, apesar de trabalharem com alguns dos maiores artistas africanos da atualidade, não escondem que tiveram algum receio em organizar o festival num país estrangeiro, neste caso, em Portugal. A verdade é que nos primeiros dias venderam 18 mil bilhetes. No total, são esperados 21500 festivaleiros, um número considerado ótimo para a primeira edição do Afro Nation, evento apresentado à imprensa na sexta-feira, 28 de junho, na Praia da Rocha.

Isilda Gomes, presidente da Câmara Municipal de Portimão, lembrou que «naturalmente que falar de um projeto que se inicia agora gera sempre alguma expectativa, para o receber. Promete ser um dos maiores festivais da Europa, e certamente muita gente se interroga porque razão, no mês de agosto, vamos ter aqui um evento des-

ta dimensão. Há uma razão por trás disto. Fala-se muito do Brexit, essas questões estão na ordem do dia, e quer nós, município, quer a Região de Turismo do Algarve (RTA), estamos preocupados com o impacto que isso terá no turismo. Os bilhetes foram todos vendidos na Inglaterra, o que deixa antever que estamos a fazer uma boa campanha por lá, para que o impacto do Brexit não seja tão evidente e forte como eventualmente seria de esperar».

A autarca mostrou-se otimista sobre o festival que acontece de 1 a 4 de agosto. «O ingleses foram os primeiros a descobrir o Algarve, e não serão os primeiros a abandoná-lo de certeza. Quero desejar algo muito importante: que tenhamos possibilidades de continuar a viver estes momentos e esta dinâmica de festa e de festival, porque temos todas as condições para que estes eventos tenham sucesso».

E para que isso aconteça, segundo a autarca portimonense, é essencial que o te-

cido empresarial local esteja envolvido. «O NoSolo vai ser parceiro deste evento, o que me alegra bastante – é bom juntar os empresários locais com aqueles que vêm, só pode ser uma mais-valia».

Para que conste, Isilda Gomes fez questão de sublinhar que «por parte da autarquia não há qualquer apoio monetário a este evento, antes pelo contrário. Mas ficamos felizes por terem escolhido Portimão. O Algarve foi nomeado a melhor região turística da Europa, e é natural que as pessoas tenham festivais diferentes, e não apenas mais do mesmo».

E deixou um recado à organização: «se conseguirem trazer festivais na época baixa, nós agradecemos. E acredito que vamos todos regozijar-nos com os momentos que este festival vai proporcionar».

Também presente na mesa, Fátima Catarina, vice-presidente da RTA considerou que «estes eventos são muito importantes para o Algarve. Se queremos que a região seja um destino turístico para todo o tipo de perfis, é necessário que



Obi Asika, Fátima Catarina, Isilda Gomes, Marco Azevedo e Smade.

haja atividades que satisfaçam todos, dos velhos aos mais jovens. Estes últimos preferem animação, e em destinos onde há ofertas para todos, viajam em família».

«É óbvio que também preferíamos que fosse na época baixa, mas este evento vai ocupar e animar os mais jovens, e fazer com que queiram vir mais vezes ao Algarve», disse.

Por sua vez, Marco Azevedo, CEO da SLE - Sociedade Lusa de Espetáculos, expressou o seu «orgulho de estar envolvido neste projeto, que é muito bom para Portugal».

Referindo-se ao público-alvo, garantiu que «estas pessoas vêm para cá pelo menos uma semana. O retorno para Portimão, deste festival, aproxima-se mais dos 50 milhões de euros. É a primeira vez que o fazemos, e se conseguirmos corresponder às expectativas

do público e das forças políticas e sociais que nos acolhem tão bem, nós pretendemos repetir o festival, com o objetivo de contribuir ainda mais para Portugal, para a região e para a comunidade de Portimão».

Até agora, «temos sido recebidos com muito profissionalismo. A Câmara Municipal de Portimão obriga-nos a cumprir com tudo. Somos rigorosos, mas neste caso existe um controlo ainda mais rigoroso talvez por o Algarve e Portimão estarem sujeitos a uma pressão muito elevada. Temos uma grande preocupação com a segurança, a higiene e a ordem social», garantiu.

As estrelas talvez se tenham alinhado, como referiram ao «barlavento» Obi Asika, britânico de origem nigeriana e CEO do festival Afro Nation e Junior «Smade» Adeosun, CEO da Smade

Entertainment, empresas de topo no Reino Unido. A verdade é que depois de considerarem não se esgota aqui. A ideia é repetir este festival entre junho e julho de 2020, um pouco mais cedo. Os organizadores querem também incluir no cartaz alguns artistas dos PALOPs, sobretudo de Angola, mais do agrado do público português, para que este se sinta também encorajado a assistir. Por outro lado, também o Portimão Arena poderá vir a ser palco de um festival com grandes nomes do hip-hop mundial, já fora da época alta, de forma a atrair uma audiência mais jovem.

Portimão quer superar Faro

Durante a apresentação do evento, na sexta-feira, 28 de junho, Isilda Gomes referiu ainda outro objetivo para o concelho que lidera. «Ontem mostrei à Assembleia Municipal uma placa entregue pela Bloom Consulting que efetiva Portimão como o segundo município mais importante em termos turísticos da região. E somos um município estrela, porque temos crescido e melhorado mais».

A presidente da Câmara Municipal de Portimão referia-se ao índice City Brand Ranking 2019, apresentado por aquela consultora, em abril. Trata-se de uma análise à atuação dos 308 municípios portugue-

ses nas categorias Turismo (Visitar), Negócios (Investir) e Talento (Viver), mediante variáveis estatísticas e digitais.

«O que queremos é ter iniciativas de qualidade que nos façam subir ainda mais. À nossa frente, na região, só está Faro. E nós queremos ultrapassar e chegar ao primeiro lugar. A nível nacional ocupamos o 17º lugar em 308 municípios. Quero chegar aos primeiros 10. É com iniciativas como esta que catapultamos o nome de Portimão para outras esferas», disse a autarca. «Fala-se muito de Portimão, e neste momento, felizmente, por boas razões».



€1,30 | Quinta-feira, 04 julho 2019 | Ano XLV #2165 | Diretor: Bruno Filipe Pires | barlavento.pt

Autorizado pelos CTT a circular em invólucro fechado de plástico ou papel. Aut. Nº cDE00072019CPE/AGCS. Pode abrir-se para verificação postal.

**Chef olhanense
cria doçaria
mais saudável P7**

**Afro Nation atrai
23 mil festivaleiros
a Portimão P8**



Semanário Regional do Algarve

barlavento

Olhão e Altice parceiros para o ensino digital P4



■ LIVRO DE FOTOGRAFIA

**Vítor Pina
mostra
«Gentes no
Mercado
de Loulé» P12**

**«Levar, doar, ler e devolver»
na cabine de leitura de Faro P5**

**Faróis de Alfanzina e Santa
Maria visitáveis no verão P6**

julho
EM DESTAQUE

COPA IBÉRICA
■ 18 a 21 de JULHO
■ Estádio Municipal
Org.: Liga Portuguesa de Futebol,
SC Portimonense

NEON RUN
■ 20 de JULHO
■ Zona Ribeirinha de Portimão
Org.: G-Inspart

Portimão 2019
CIDADE EUROPEIA DO DESPORTO
European City of Sports
www.portimaodesporto2019.pt

BDR
BARRAGEM DE BARRAGEM



Cultura

Património mundial da UNESCO: os efeitos inesperados de uma classificação

O presente envenenado do turismo cultural

Todos os anos, cerca de cinquenta sítios naturais ou culturais candidatam-se à inscrição na lista do património mundial para que lhe seja atribuída uma protecção em benefício de toda a humanidade. Contudo, concedendo esta classificação, a UNESCO orienta também fortemente os fluxos turísticos. Uma lufada de ar lucrativa, mas que pode revelar-se devastadora.

GENEVIÈVE CLASTRES *

De repente, Albi passou a existir no mapa do mundo. A inscrição da cidade episcopal no património mundial da UNESCO [Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura] teve lugar no dia 31 de Julho de 2010. No dia seguinte, de manhã, havia uma multidão na cidade; as pessoas faziam um desvio para vir ver.» Directora dos assuntos culturais, do património e das relações internacionais de Albi, Marie-Ève Cortés lembra-se bem deste dia, que mudou a vida da cidade de tijolos e dos seus 52 mil habitantes. Desde então, o número de turistas mais do que duplicou, passando de 700 mil por ano para 1 milhão em 2011, e depois para 1,5 milhões em 2016 – um pouco menos do que em 2017...

A inscrição na lista do património mundial vem frequentemente consagrar locais já frequentados. Todavia, há um real «efeito UNESCO». «A inscrição é garantia de qualidade do bem, seja ele natural ou cultural. Para os visitantes potenciais, ela representa um reconhecimento», precisa Maria Gravari-Barbas, directora da cadeira UNESCO Cultura, Turismo, Desenvolvimento na Universidade Paris I (Panthéon-Sorbonne). Um ou dois sítios são inscritos todos os anos, e França já tem quarenta e quatro na lista do património mundial: trinta e nove sítios culturais, quatro sítios naturais e um misto.

A fim de antecipar os efeitos da sua consagração, Albi teve de elaborar um plano de gestão. Objectivo: garantir a manutenção do valor universal excepcional do bem, mas também integrar o conjunto das partes interessadas a longo prazo, tendo em vista não transformar a cidade num museu. «Por vezes é por excesso de boa vontade que a inscrição pode tornar-se problemática», explica Maria Gravari-Barbas. «Em várias cidades, a restauração optou por um “integrismo cronológico” ou por um “fundamentalismo temporal” que conseguem cristalizar as cidades numa época.»

Para evitar este obstáculo, o comité que gere o sítio integrou desde o início instituições, parceiros culturais ou científicos e personalidades qualificadas, mas também profissionais do turismo e os habitantes. «A



MARISA FERREIRA . Na “Art in the city”, Londres, 2019 . Cortesia da Galeria Presença, Lisboa

cidade episcopal não deseja privilegiar unicamente uma aproximação “património”, assegura Marie-Ève Cortés. «Nós tratamos também o humano, a economia e as suas interações. Para além disso, pilotamos as acções da zona tampão com o mesmo grau de qualidade e de exigência.» Todos os anos, os Estados Gerais do Albigenense permitem reunir os habitantes para trabalhar sobre te-

mas tão variados como o estacionamento na cidade, o pequeno comércio, o mobiliário urbano, etc.

A ameaça de museificação

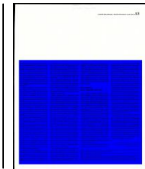
Albi geminou-se com Lijiang em 2014. Esta cidade do Yunnan está a 2400 metros de altitude na antiga rota caravaneira

que liga a província ao Tibete. Em 1986, após o reconhecimento da sua cidade velha, Dayan, como Tesouro Nacional Chinês, a reputação das suas vielas pavimentadas bordejadas por canais e da sua arquitectura excepcional aumenta. Apesar de vários tremores de terra, o último dos quais no dia 3 de Fevereiro de 1996, o património imaterial e as residências tradicionais da cidade velha puderam ser preservadas, facto reconhecido pela UNESCO ao inscrever este sítio na sua lista em 1997. Em apenas alguns anos, a cidade conhece uma mutação sem precedentes^[1]. O número de turistas passa de apenas 200 mil em 1992 para 1,7 milhões em 1997, depois para 2,6 milhões em 1999, para mais de 4 milhões em 2005 e para 5,3 milhões em 2008...

Para os habitantes, em particular os dos bairros velhos, povoados principalmente pelos naxi – um povo tibeto-birmano –, as consequências são devastadoras: desde o início dos anos 2000, o centro da cidade, com o seu património arquitectural excepcional, torna-se um enclave turístico onde proliferam hotéis, restaurantes, bares, lojas... Os locais preferem arrendar as suas habitações a comerciantes vindos das províncias vizinhas... para irem viver na cidade nova. Em alguns anos, Lijiang torna-se um cenário em parte sacrificado no altar do turismo. Cruzamo-nos ainda com mulheres naxi que vieram fazer compras ou figuração, mas os turistas prevalecem. Em 2008, a UNESCO acabou por fazer um aviso à municipalidade, intimando-a a reassumir a gestão do bem, sob pena de a inscrever na lista do património em perigo...

Estamos aqui perante a ambivalência do turismo: invocado, encorajado porque portador de divisas, de crescimento, de esperança, mas temido quando o equilíbrio é rompido. Os visitantes destroem os sítios que veneram – degradação das fundações dos menires de Carnac, erosão dos espaços naturais do Puy-de-Dôme, degradação da gruta de Lascaux, pisoteio no Machu Picchu... – e exasperam os habitantes que os esperavam.

Em Lijiang, com o passar dos anos, algumas medidas foram tomadas; mas é impos-



sível devolver a cidade aos habitantes. Neste ponto, a UNESCO baixou os braços. O coração da cidade naxi saiu do seu centro, que acolheu... 46 milhões de visitantes no ano passado! «Lembro-me deste dia em que havia tantos turistas na cidade velha que os locais estavam prevenidos pelas redes sociais de que deviam evitar esta zona», testemunha Emmanuelle Laurent, doutoranda em Antropologia do Mundo Chinês no Instituto Nacional das Línguas e Civilizações Orientais (INALCO)^[2].

Todavia, o balanço não tem só aspectos negativos^[3]. Lijiang também beneficiou de inúmeras obras de restauração. Para além do património material, é preciso salientar a influência do turismo sobre o povo naxi e a cultura dongba, de que alguns aspectos foram inscritos na lista do património cultural imaterial entre 2006 e 2014. Os dongbas, estes xamãs naxi conhecidos pela sua escrita pictográfica, fascinam os visitantes. A China não esperou por este maná para desbaratar esta população, mas a evolução actual pode ter efeitos inesperados, entre o pior e o melhor... «É difícil ganhar a vida só com a actividade de dongba», explica Emmanuelle Laurent. «Alguns, maioritariamente pertencentes à nova geração, encontram trabalho no sector turístico, onde aproveitam os seus conhecimentos para ganharem um pouco de dinheiro. Outros denunciam-nos, alegando que não são “verdadeiros dongbas”, mas muitos adoptam uma aproximação menos conservadora da transmissão dos seus saberes.» Apesar das derivas e de um folclore que por vezes roça o ridículo, o turismo provocou um renascimento da cultura dongba, com a multiplicação dos centros culturais e de investigação, a retomada de alguns rituais e um regresso das vocações. O governo encoraja mesmo os naxi a reappropriarem-se da sua língua.

Delegações de Albi e de Lijiang visitam-se regularmente a fim de favorecerem a troca de experiências. A gestão do bem é muito diferente nos dois países: em França, privilegia-se a concertação e o bem-estar dos habitantes, enquanto que na China estes úl-

timos ainda têm muito pouco voto na matéria. Os chineses procuram inspirar-se no que funciona em França. «Sempre que recebemos delegações de Lijiang, elas mostraram muito interesse pela forma como gerimos o património, pela escolha dos materiais, pela cor, pela noção de autenticidade ligada ao saber-fazer», conta Marie-Ève Cortés. «Na China, é sobretudo o valor de uso que conta. A nossa regulamentação também os impressionou muito. França possui o dispositivo que melhor protege o património, mas também o meio ambiente. Por exemplo, estamos muito atentos à protecção da biodiversidade das margens do Turn, que corre ao longo do nosso bem. Isso espantou-os.»

Muitos outros sítios distinguidos pela UNESCO enfrentam o problema do turismo de massas. Em Dubrovnik, na Croácia, um projecto imobiliário que envolve um campo de golfe nas montanhas em frente à cidade arrisca-se a desnaturar uma parte da costa dalmata. Sob a ameaça de ver a cidadela inscrita na lista do património em perigo^[4], a cidade acabou por limitar os visitantes a oito mil, e depois a quatro mil por dia. Em particular, restringiu o número de barcos de cruzeiro, negociando com a Associação Internacional das Companhias de Cruzeiros (CLIA) uma melhor repartição das chegadas dos paquetes. Da mesma forma, desde 2018, Veneza limita a vinte mil pessoas o acesso à praça de São Marcos durante a cerimónia de abertura do Carnaval. A partir de Setembro de 2019, todos os turistas deverão, para além disso, pagar uma taxa de 3 a 10 euros. Esta limitação quantitativa não é todavia a solução ideal, precisa Maria Gravari-Barbas: «A política das quotas é problemática, porque tende a transformar as cidades em museus ou em parques urbanos, cuja entrada é regulamentada, controlada, ou mesmo paga.»

Várias cidades europeias, tais como Barcelona, São Sebastião ou Amsterdão, conheceram manifestações hostis à hordas de turistas que invadem as suas ruas, gerando uma actividade ruidosa e acentuando o seu aburguesamento. Mas a inscrição no património mundial da UNESCO pode trazer uma

resposta aos exageros do turismo quando é tomada como um impulso, um ponto de partida para a elaboração de uma estratégia de preservação eficaz. «Albi dotou-se de um primeiro plano de gestão quando se tornou obrigatório, e desde então servimos de referência», testemunha Marie-Ève Cortés. «Estamos orgulhosos por termos inspirado outros bens, como a bacia mineira do Norte-Pas-de-Calais, a gruta Chauvet ou a cadeia montanhosa dos Puy.»

Ferramentas para a gestão dos sítios

A rede dos Grandes Sítios de França (GSF) trabalha há anos para adaptar as capacidades de acolhimento. «Fazemos estudos para determinar a capacidade de carga de cada sítio, entre frequência e preservação do meio ambiente, tudo fazendo para que os habitantes se não sintam desapossados e que o turismo se não torne a mono-actividade de um território», explica Soline Archambault, a directora. A gestão dos fluxos nas portas de entrada ou o alargamento do respectivo perímetro limitam a saturação. Os remédios e soluções são inúmeros e adaptados a cada situação: implementação de observatórios de frequência, recuo dos parqueamentos, vaivéns, bicicletas eléctricas, mobilização dos comerciantes para uma melhoria da gama dos produtos propostos, etc. Último sítio inscrito na lista do património mundial (no dia 2 de Julho de 2018), a cadeia montanhosa dos Puy – a falha de Limagne construiu áreas de estacionamento integradas na paisagem, um combóio a cremalheira, bem como uma sinalização informativa e preventiva oriunda de uma concertação local.

A rede dos GSF anima também uma formação em francês para os gestores de sítios

de todo o mundo, sob o patrocínio da UNESCO. Ela permite uma troca de experiências com mais de trinta e cinco países sobre a gestão integrada dos sítios e a sensibilização dos habitantes, que está no centro do processo. É evidente que alguns locais, tais como os sítios fechados por muralhas, muros ou fortificações, são mais difíceis de proteger que outros. «Por vezes, os meios que vivem do turismo militam activamente por uma política de deixa-andar, ou fazem mesmo dumping turístico», confirma Maria Gravari-Barbas. «Mas a inscrição na lista da UNESCO dá às cidades os meios para exercerem uma pressão local brandindo a ameaça da inscrição no património mundial em perigo, ou mesmo da retirada da lista. Liverpool foi assim inscrita na lista do património em perigo essencialmente devido a projectos imobiliários que atentavam contra o valor universal excepcional do bem. O projecto de construção de uma torre do hotel InterContinental valeu a mesma sorte a Viena, porque alterava consideravelmente a perspectiva representada num famoso quadro de Bernardo Bellotto [1758-1761].»

Tendo feito a escolha do turismo de massas a baixo preço, Barcelona é agora vítima do seu sucesso. A China vê nesta actividade uma vitrina ideal para mostrar o seu poder e a sua capacidade de inovação permanente. França soube valorizar o seu património, mas o turismo já não tem ministério que lhe seja exclusivamente dedicado desde 1995, e a dimensão económica prevalece mais do que nunca. Esta visão redutora torna difícil a tarefa dos que trabalham para um equilíbrio harmonioso e sustentável entre o económico, o ecológico e o humano. ■

* Jornalista, dirigiu a obra colectiva *Dix Ans de tourisme durable*, Voyageons-autrement.com, Bourglès-Valence, 2018.

[1] «Tourisme et identité en Chine du Sud. Le cas des Naxi de Lijiang», em Jean-Marie Furt e Franck Michel (dir.), *Tourismes et identités*, L'Harmattan, Paris, 2006.

[2] Cf. Emmanuelle Laurent, «Autour de la préservation de la culture des Naxi de Lijiang», 10 de Novembro de 2015, <http://bulac.hypotheses.org>.

[3] Cf. Heather Peters, «Dancing in the market: Reconfiguring commerce and heritage in Lijiang», em Tami Blumenfeld e Helaine Silverman (dir.), *Cultural Heritage Politics in China*, Springer, Nova Iorque, 2013.

[4] «Report on the Unesco-Icomos reactive monitoring mission to old city of Dubrovnik, Croatia», UNESCO – Conselho Internacional dos Monumentos e dos Sítios, Novembro de 2015, <http://whc.unesco.org>.

DOSSIÊ
**Industrialização:
o futuro da fábrica**

LE MONDE diplomatique

20 ANOS
1999-2019

EDIÇÃO PORTUGUESA

MENSAL . II SÉRIE . N.º 153 . JULHO 2019 . 4,90 EUROS . DIRECTORA: SANDRA MONTEIRO

Nos 30 anos da Revisão Constitucional: do projecto socialista ao neoliberalismo

ANTÓNIO FILIPE
RICARDO NORONHA

Comércio livre ou ecologia!

SERGE HALIMI

Consequindo 10% dos assentos nas eleições para o Parlamento Europeu, os ecologistas acordaram um velho debate sobre o posicionamento político do seu movimento. Será ele mais de esquerda, ou mais liberal, como indicam tanto a união com Emmanuel Macron de vários antigos dirigentes ecologistas (Daniel Cohn-Bendit, Pascal Canfin, Pascal Durand) como certas coligações que, na Alemanha, incluem já a direita e os Verdes?

A priori, liberalismo e protecção do ambiente deveriam formar um par explosivo. Em 2003, um teórico liberal tão essencial quanto Milton Friedman concluía, com efeito, o seguinte: «O ambiente é um problema amplamente sobrestimado. (...) Nós poluímos a partir do momento em que respiramos. Não vamos fechar as fábricas a pretexto de eliminar todas as emissões de óxido de carbono na atmosfera. Mais vale matarmos-nos já!»^[1]. E dez anos antes dele, Gary Becker, outro ferrabrás daquilo que ainda não era designado como «ecologia punitiva», também ele «Nobel da Economia», havia considerado que «o direito do trabalho e a protecção do ambiente se tornaram excessivos na maior parte dos países desenvolvidos». Mas já então, ele mostrava-se esperançoso: «O comércio livre vai reprimir alguns destes excessos, obrigando cada um a manter-se competitivo face às importações dos países em desenvolvimento»^[2].

É por isso compreensível que as angústias relativas ao futuro do planeta tenham reabilitado o termo «protecçãoismo», durante muito tempo desacreditado. Em França, durante um debate da campanha para as eleições europeias, os cabeças de lista socialista e ecologista reclamaram até, quase nos mesmos termos que Marine Le Pen, «um protecçãoismo nas fronteiras da União Europeia»^[3]. Adivinhem-se as consequências eventu-

ais de uma tal mudança de rumo, uma vez que o comércio livre constitui o princípio histórico fundador da União, ao mesmo tempo que é o motor económico do seu Estado mais poderoso, a Alemanha.

Doravante, todos sabem que o elogio, que se tornou consensual, dos produtores locais, dos circuitos curtos ou do tratamento *in loco* dos resíduos é incompatível com um modo de produção e de troca que multiplica as «cadeias de valor», isto é, que organiza a engrenagem dos porta-contentores nos quais as componentes de um mesmo produto «atravessarão três ou quatro vezes o Pacífico antes que ele chegue às prateleiras de um estabelecimento comercial»^[4].

Nas próximas semanas não vão falar oportunidades para se confirmar, na prática, a sua recusa de um comércio livre ecologicamente destruidor. Com efeito, os parlamentares da União Europeia terão de ratificar – ou melhor, esperemos que assim seja, rejeitar – um acordo de liberalização comercial com quatro Estados da América Latina, entre os quais o Brasil e a Argentina (UE-Mercosul), um outro com o Canadá (AECG/CETA), e um terceiro com a Tunísia (ACLCA/ALECA). Nessa altura se verá se uma «onda verde» realmente chegou ao Velho Continente.

[1] Entrevista com Henri Lepage, *Politique internationale*, n.º 100, Paris, Verão de 2003.

[2] Gary Becker, «Nafta: The pollution issue is just a smokescreen», *Business Week*, 9 de Agosto de 1993. Citado em *Le Grand Bond en arrière*, Agone, Marselha, 2012.

[3] France 2, 22 de Maio de 2019.

[4] Ben Casselman, «Manufacturers adapt to trade war, but the cost could be steep», *The New York Times*, 31 de Maio de 2019.



GIL GELPI - Red - www.gilgelpi.com

TERRITÓRIO

Exilados na terra: refugiados e interioridade

LUÍS BERNARDO

SOCIEDADE

«Qual é a sua raça?»

BENOÎT BRÉVILLE

AMÉRICAS

A geopolítica da crise venezuelana

ALEXANDER MAIN

ÁSIA

Índia: vencer eleições com balanço desastroso

CHRISTOPHE JAFFRELOT

CULTURA

UNESCO: turismo cultural, presente envenenado

GENEVIÈVE CLASTRES

OUTRAS PALAVRAS

Fumo em Agosto

JORGE M. S. SAMPAIO

Investimento de sete milhões de euros torna o Cascade Wellness Resort num dos melhores do Algarve

Tipo Meio:	Internet	Data Publicação:	05/07/2019
Melo:	Algarve Informativo Online	Autores:	Daniel Pina

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=97a30156>

O novo Cascade Wellness Resort foi oficialmente inaugurado, no dia 4 de julho, após dois anos de ampliação e renovação da sua oferta ao nível das infraestruturas e serviços, num investimento total de sete milhões de euros. Com uma localização única no topo da falésia da Ponta da Piedade, em Lagos, e a uma curta distância da praia D. Ana, distinguida pela Condé Nast Traveller como uma das 50 melhores praias do mundo, o Cascade Wellness Resort é um dos melhores resorts de 5 estrelas do Algarve, incluindo um hotel com 108 quartos e suites (com generosas áreas de cerca de 45 metros quadrados), 58 apartamentos e quatro villas, três restaurantes e dois bares, três piscinas - uma delas de areia -, salas de reuniões com capacidade para 500 pessoas, uma sala polivalente de 350 metros quadrados e kids club.

Com uma clara aposta na componente de wellness, o resort dispõe também de um spa com cinco salas de tratamento e uma piscina aquecida, um ginásio com uma oferta completa de equipamentos topo de gama e dois campos de ténis. Os dois campos de futebol, com as medidas oficiais exigidas pela FIFA, são um dos motivos pelos quais mais se tem destacado o Cascade Wellness Resort. O hotel compreende cinco alas individualmente decoradas, cada uma refletindo as expedições dos navegadores portugueses pelos quatro continentes - Europa, África, Ásia e América do Sul - e a nova ala Portugal, onde tudo começou.

De forma a responder à crescente procura por parte de famílias e grupos para escapadas e férias ou para eventos desportivos e corporativos, foi realizado, nos últimos dois anos, um projeto de investimento abrangente que totalizou sete milhões de euros. Parte deste valor foi objeto de uma candidatura ao Portugal 2020 que mereceu a aprovação de um financiamento. O investimento efetuado contemplou a expansão da oferta de alojamento do hotel, aumentando a sua capacidade de 86 para 108 quartos e suites. Para o efeito não só foi ampliada a ala Europa, como foi ainda construída a nova ala Portugal, com varandas espaçosas viradas para a piscina e para o Atlântico e inspiração nas tradições e costumes portugueses.

Em simultâneo, o Cascade Wellness Resort renovou também as suas villas e apartamentos, tendo sido alterado todo o interior destas unidades. A extensa área em que o resort se encontra, permite-lhe oferecer aos seus clientes vivendas totalmente independentes com quatro quartos e piscina privativa e apartamentos T1 e T2 com espaços exteriores e piscinas distintas das do hotel. As áreas comuns e os restaurantes e bares do resort beneficiaram igualmente de uma intervenção que permitiu aumentar a capacidade de restauração, redefinir os conceitos gastronómicos e renovar integralmente a decoração dos espaços e do mobiliário. A oferta de restauração inclui, agora,

um espaço de fine dining com decoração sofisticada (Senses), uma cervejaria portuguesa onde se privilegia os produtos da região (Gastropub), um espaço dedicado a jantares buffet temáticos (Mundi) e um bar que oferece uma ampla variedade de cocktails, num ambiente de descontração com uma luz e vistas mar únicas (Lighthouse).

Como resposta a diversos pedidos para realização de eventos, foi construída uma Sala Polivalente, com uma área de 350 metros quadrados e capacidade para 420 pessoas. Sofisticação e versatilidade caracterizam este espaço onde se privilegiou uma decoração contemporânea aliada aos mais avançados equipamentos de tecnologia. O Spa do resort foi alvo de uma remodelação, na qual se renovou os interiores e se adicionou um conjunto de equipamentos topo de gama. Pelas mãos de uma equipa de terapeutas especializados, os clientes são convidados a entregarem-se numa viagem sensorial pelos quatro cantos do mundo, inspirada na epopeia das viagens marítimas dos Descobrimentos portugueses que em Lagos tiveram o seu início. A piscina aquecida, o jacuzzi, a sauna, o banho turco e a fonte de gelo são o garante para restaurar energias e poder relaxar.

Para além das áreas interiores, o Cascade Wellness Resort apresenta-se agora com os espaços exteriores completamente renovados após a implementação de um projeto de requalificação paisagística integral que contemplou os cerca de oito hectares de jardins do empreendimento, apostando-se na modernização dos equipamentos de rega de forma a garantir uma maior eficiência e sustentabilidade de recursos. Face à crescente procura por parte de equipas de futebol profissional para estágios e treinos, tais como as seleções da Holanda e do País de Gales, foi encetada uma renovação dos campos de futebol. No Cascade Wellness Resort, as equipas podem utilizar a Sala Polivalente em exclusivo para refeições e reuniões, assim como os equipamentos topo de gama do ginásio e do spa, o qual dispõe de uma fonte de gelo especificamente requerida para a recuperação física dos jogadores.

Por fim, em resultado de uma parceria com a Câmara Municipal de Lagos, o Cascade Wellness Resort participou no investimento de reabilitação e valorização da Ponta da Piedade. Os clientes do resort passam a poder contar com um percurso pedonal, o qual passa ao largo do empreendimento e se estende entre a Praia D. Ana e a Praia do Canavial.

Daniel Pina



Porto e Lisboa já fazem quase tanto lixo como antes da crise

Produção não pára de crescer nas duas áreas metropolitanas. Aumento do poder económico é o principal fator, mas turismo também impulsiona esta tendência

Ana Sofia Rocha
ana.s.ferreira@jn.pt

TENDÊNCIA A quantidade de lixo produzido nas áreas metropolitanas do Porto e de Lisboa no ano passado está perto dos valores que se verificavam antes da crise financeira. O crescimento do poder económico aliado ao turismo, que chega a estas duas áreas do país, têm feito crescer o volume de resíduos produzidos. Em 2018, alguns municípios chegaram mesmo a ultrapassar as toneladas produzidas há dez anos. E a tendência é de subida. Os dados são das quatro empresas que gerem o lixo dos principais concelhos das áreas metropolitanas.

Entre 2009 e 2012, os números indicavam uma trajetória descendente. Mas, mais do que uma preocupação ambiental, esses dados eram reflexo da diminuição do consumo. "Os baixos números eram o reflexo da crise", explicou ao JN a Lipor, Serviço Inter municipalizado de Gestão de Resíduos do Grande Porto.

O mesmo argumenta a TratoLixo, que recebe resíduos de Cascais, Mafra, Oeiras e Sintra, e que, nos últimos anos, também tem

vindo a receber cada vez mais resíduos. Segundo o relatório de contas de 2018, a empresa teve mais 25 442 toneladas (5,9%) do que em 2017. "Para estes resultados contribuiu a conjuntura socioeconómica favorável que o país atravessa", refere.

Para a Valorsul, que trata os resíduos de Amadora, Lisboa, Loures, Odivelas e Vila Franca de Xira, "a

RESÍDUOS

Braga mantém-se abaixo dos números em anos de crise

Em Braga o cenário é um pouco diferente. Apesar de as toneladas de lixo produzidas nos últimos três anos terem vindo a aumentar, o concelho tem conseguido manter-se abaixo da quantidade produzida nos anos de crise (2012-2014). Ainda assim, os números mostram que a tendência é crescer, tal como em quase todo o país, segundo o último relatório anual da Agência Portuguesa do Ambiente.

produção de resíduos não pode ser dissociada do bem-estar económico". Mas o turismo tem também um grande impacto. "Esta economia baseada no turismo que existe não facilita a atuação de estratégias para a redução na produção de resíduos".

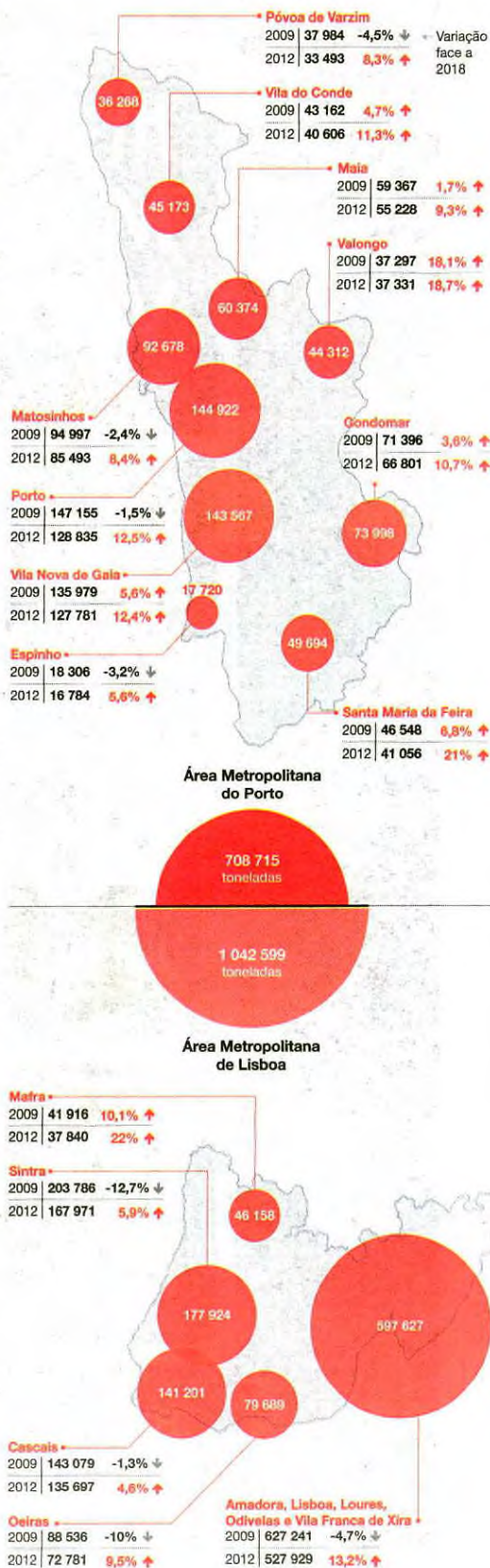
VALONGO NO TOPO

No Grande Porto, Valongo foi o concelho que, em 2018, registou o maior aumento. Um crescimento de 17%, comparando 2018 com 2009, antes da crise. De acordo com a Autarquia, o aumento deve-se a fatores como a retoma do poder de compra, a criação de novos circuitos de recolha de lixo e o aumento de ecopontos e contentores na via pública.

Já o Porto, o segundo concelho mais populoso da área metropolitana, mas o que mais gente tem durante o dia, continua a ser aquele que mais lixo produz. A Câmara considera que "o decréscimo mais acentuado, com máxima expressão entre 2011 e 2012, pode ser interpretado à luz da crise económica que assolou o país". Ainda assim, salvaguarda: "Estamos hoje com valores abaixo aos dos anos anteriores à crise".

Os anos de grande crise económica tiveram reflexo significativo na produção de lixo, que diminuiu

Toneladas recolhidas por município
dados de 2018 e variação face a 2009 e 2012



Gaia é o concelho mais populoso e o que menos recicla

Ana Sofia Rocha
ana.s.ferreira@jn.pt

AMBIENTE Nem um terço dos resíduos urbanos produzidos nos dez concelhos do núcleo central da Área Metropolitana do Porto chegam à reciclagem. Os dados são das duas empresas responsáveis pela gestão de resíduos do Grande Porto. Na Lipor, a taxa de recicláveis e biorresíduos é de 20,9%, na Suldouro é de apenas 7,95%. Gaia, o município mais populoso, destacou-se por ser o concelho que menos lixo recolheu seletivamente. Já a Maia, é líder da reciclagem, seguindo-se Valongo.

"Ainda há muita matéria reciclável que vai parar ao lixo indiferenciado", explica a Lipor, que no último ano fez um estudo ao potencial dos detritos que terminam viagem nos indiferenciados. Os que mais se destacam são os resíduos alimentares, o papel e cartão e os plásticos.

Apesar destes resultados, os municípios têm mostrado vontade de contrariar os números e de progredir para cumprir as metas de reciclagem com novas estratégias para os resíduos.

Em Valongo, o aumento na produção de lixo foi bastante expressivo. Contudo, este foi também um dos concelhos que mais reciclou. Essencialmente, o aumento não significa apenas que a população produziu mais lixo, disse o município.

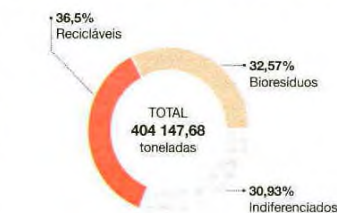
"É o reflexo das novas estratégias de recolha seletiva porta a porta de papel, embalagens e vidro e também de resíduos orgânicos em habitações multifamiliares e unifamiliares", argumentou a Câmara de Valongo.

Essas estratégias fizeram aumentar a percentagem de resíduos urbanos reciclados, colocando Valongo no segundo lugar no que toca a reciclagem.

PORTA A PORTA

Neste ranking, Gaia – com 299 911 habitantes – aparece em último. Das mais de 143 mil toneladas de resíduos produzidas no último ano, apenas 6,8% seguiram a via dos resíduos seletivos. Os dados são da Suldouro, que tra-

Recolha indiferenciada em 2018



Principais materiais recolhidos

Resíduos alimentares	26,63%
Têxteis sanitários	11,72%
Finos	7,87%
Outros resíduos têxteis	7,22%
Resíduos de jardim	5,94%
Resíduos de embalagens de papel/cartão	4,29%
Outros resíduos de plástico	3,96%
Outros resíduos não embalagem	3,86%
Jornais e revistas	3,78%
Outros resíduos compostos	3,57%

INFOGRAFIA JN



Muito lixo poderia ser reciclado

ta do lixo dos concelhos de Gaia e de Santa Maria da Feira.

Apesar dos números atirarem o município para o lugar mais negro no que toca a reciclagem, a Câmara de Gaia salientou que está a reforçar a recolha seletiva com a implementação do sistema porta a porta para recicláveis. "Por outro lado, as ações de sensibilização e comunicação que decorrem em contínuo concorreram também para o objetivo final de incremento da reciclagem", sublinhou o município.

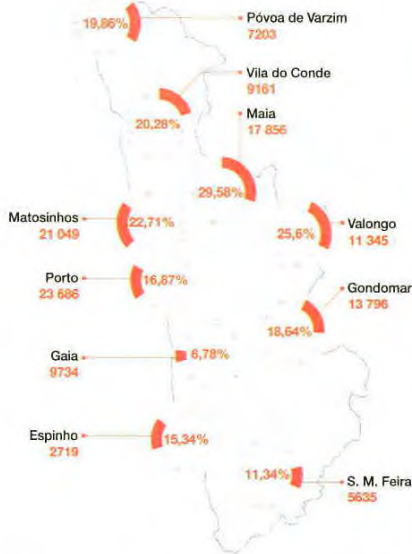
Os números refletem, sem dúvida, o sair da crise, explica a Lipor. "Mas o aumento [do lixo] justifica-se também com a expansão dos negócios da restauração e da dedicação dos municípios", acrescenta a empresa.

TURISMO SUSTENTÁVEL

No Porto, onde a população residente tem diminuído, o cenário é diferente. "Ainda assim, estamos hoje com valores abaixo aos dos anos anteriores à crise", sublinha o Município.

No Grande Porto, resíduos reciclados não ultrapassam um terço da totalidade. Municípios querem implementar estratégias para mudar o cenário

Toneladas de lixo reciclado por município



Entre 2014 e 2018 a taxa de turistas na cidade cresceu 157,25%. Mesmo com este cenário, acrescentou a Autarquia, as campanhas de incentivo à reciclagem garantiram que a evolução na produção de lixo, "mesmo com a crescente atratividade da cidade, fosse sustentada, sendo certo que o turismo na cidade tem vindo a crescer de forma sustentável".

"MUITO QUE FAZER"

"Na generalidade, todos estão a participar de uma forma interessante, mas ainda há muito que fazer", esclarece a Lipor, lembrando que este é um trabalho a ser feito por três pilares: as estações de recolha, os municípios e os cidadãos.

Um argumento sustentado pela caracterização da recolha de lixo indiferenciado de 2018 feito pela Lipor, que recebe os resíduos de Porto, Matosinhos, Gondomar, Maia, Valongo, Espinho, Vila do Conde e Póvoa de Varzim.

"Do total de indiferenciados que deu entrada na central, 69% poderiam ter sido reciclados ou colocados nos orgânicos para ser transformado em compostagem", rematou a empresa. ●

ENTREVISTA

"Parece que está tudo por fazer"

Rui Berkemeier

Membro da Associação Zero e especialista em resíduos



O que é que os municípios podem fazer para aumentar a reciclagem?

São precisos seguir três passos essenciais: mudar o esquema de recolha seletiva de ecopontos para recolha porta a porta, alargar este sistema aos lixos orgânicos e, por último, a tarifa do lixo tem de ser cobrada em função daquilo que os cidadãos separam e não em função da fatura da água. Só assim as pessoas se sentirão motivadas a reciclar mais.

O que se pode fazer para atingir as metas estabelecidas no Plano Estratégico para os Resíduos Urbanos 2020?

Tem havido um aumento da reciclagem, o que é positivo, mas a este ritmo, as metas nacionais não vão ser cumpridas. Ou se muda o paradigma da recolha de resíduos, ou então, de acordo com os dados atuais, não seremos capazes de cumprir o estipulado. Os autarcas têm de se mentalizar que isto é um desafio e têm de ter consciência política.

Onde é que os municípios estão a falhar?

Tem havido muita sensibilização para a necessidade e a urgência de reciclar. Contudo, os métodos de recolha continuam a falhar. Ainda há muito material com potencial para ser reciclado e que acaba no indiferenciado. Isto porque se as pessoas não tiverem onde depositar o lixo, não o vão separar. Olhando para os números do lixo indiferenciado, parece que está tudo por fazer. ●



Consumo e turismo fazem disparar produção de lixo

Quantidade está ao nível dos valores anteriores à crise

Porto continua a ser o concelho que gera mais resíduos

Índice de reciclagem é menor em Vila Nova de Gaia **P. 4 e 5**

Gangue conseguiu 4,7 milhões de euros em dez assaltos

P. 18

Montijo
Filha que matou a mãe descrita como ambiciosa **P. 20**

Comércio
El Corte Inglés vai ter grande armazém na Boavista **P. 26**

JN Todos
Projeto visa estreitar relações entre gerações **P. 27**

WTCR
Corridas voltam a acelerar Vila Real **P. 46**

Portugueses nunca gastaram tanto com saúde



Enfermeiros cumprem hoje último dia de greve **P. 8**

Sporting
Bruno Fernandes de regresso aos treinos **P. 44**

F. C. Porto
Zé Luís e Marega fazem dupla no dragão **P. 43**

Nunes de Almeida
1959-2019



Morreu defensor das empresas que amava o Norte **P. 10**

PUBLICIDADE

Ford
HERMOTOR

DIAS SEM IVA

DESCONTO 23%

FAMALICÃO
Junto ao Mercado Abastecedor
T. 252 377 901

GUIMARÃES
Na Rodovia de Covas
T. 253 520 520

Taxa turística no Funchal avança em 2020

Tipo Meio: Internet

Data Publicação: 05/07/2019

Melo: Jornal Económico Online (O) - JE.Leitor Online

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=c1ca00d1>

A aplicação desta taxa em todos os municípios da região pode render 5 milhões por ano, aponta o autarca

Miguel Silva Gouveia quer que todos os municípios da região da Madeira avancem em conjunto para a criação da taxa turística, de forma a gerar mais receitas aos cofres autárquicos. Pela sua parte, o Funchal está preparado para avançar para a criação da taxa em 2020, que deverá render 3,5 milhões de euros por ano à cidade, mais 1,5 milhões aos restantes municípios da região.



Turismo: uma gestão fundamentada nas pessoas

Portugal está em alta como destino turístico de eleição. E o setor tem de dar resposta de forma estruturada a esta procura. Época alta e baixa são dois chavões turísticos que deixaram de fazer sentido. Os turistas distribuem-se por todo o país e de forma homogênea ao longo de todo o ano – segundo o INE, em 2018 cerca de 12,7 milhões de estrangeiros e 8,2 milhões de portugueses escolheram o território nacional para as suas férias. Como resultado, novas tendências e maiores exigências fazem-se notar no recrutamento de profissionais para a hotelaria e a restauração, nomeadamente se tivermos em conta os números divulgados em Maio pelo Turismo de Portugal, que prevê para os próximos

seis meses um aumento superior a 50% quanto ao total de 1,05 milhões de empregados atualmente a trabalhar no turismo no nosso país.

A competição por colaboradores no Turismo está a impulsionar o recrutamento para universidades e faculdades. Um processo de recrutamento que mergulha no talento universitário, acabará por beneficiar das competências acumuladas por esses alunos. Além disso, há áreas que procuram profissionais com competências muito especializadas, como o turismo de luxo. Neste contexto, como poderão os agentes turísticos nacionais e os candidatos a empregos na área marcar a diferença? Trabalhadores e empregadores têm de investir na formação e privilegiar o conhecimento,

promovendo a qualificação profissional e a especialização, condições para o sucesso de qualquer projeto turístico. Só assim é que o turismo em Portugal terá uma dinâmica que lhe permita dar o salto para a competitividade e afirmar-se no contexto mundial como um destino com uma oferta de inquestionável qualidade.

A concorrência é feroz a todos os níveis. Apenas sobrevivem os melhores, os que apostam na diferenciação e contam com os melhores e mais qualificados profissionais. As organizações têm de apostar no capital humano e privilegiar uma gestão fundamentada nas pessoas para reter os melhores entre os melhores, assim como os trabalhadores devem procurar formação académica adequada às necessidades



Francisco Emauz Ribeiro,
Associate Manager da Michael Page

do mercado, que dá maior importância a *softs skills*, como dinamismo, resiliência, capacidade de gestão de equipas, componente analítica, capacidade operacional e problem solving, além da paixão pelo setor.

O objetivo de uma política de recrutamento de qualidade num setor exigente como o turismo é simples de explicar e apoia-se num único conceito: alcançar a excelência do serviço, trabalhando, sempre, com os mais credenciados profissionais. **P**

Algarvios partem à conquista dos mares de Vilamoura no Mundial de Vela

Tipo Meio:	Internet	Data Publicação:	05/07/2019
Melo:	Sul Informação Online	Autores:	Pedro Lemos

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=cddc521>

Velejadores de 24 países participam na competição

Vão lutar com aqueles que poderão ser as futuras estrelas da vela, a nível mundial, mas, nas águas de Vilamoura, querem mostrar que é o Algarve quem mais ordena. O Campeonato do Mundo, da classe 420, já arrancou, de forma oficial, e há velejadores algarvios prontos a fazer tudo por um verdadeiro lugar ao sol.

Até ao próximo dia 11 de Julho, a competição promete animar Vilamoura. Há equipas de 24 países para disputar o Campeonato Mundial de uma classe, destinada a maior de 14 anos, que se assume como uma rampa de lançamento para voos olímpicos.

Os campeões mundiais Seb Menzis e Blake McGlashan, da Nova Zelândia, estão presentes, mas também há velejadores algarvios em prova. O Sul Informação foi conhecer alguns antes do início das regatas.

Marta Fortunato, do Clube de Vela de Lagos, e Beatriz Gago, do Clube Internacional da Marina de Vilamoura, são apontadas como umas das favoritas no escalão feminino, em que vão disputar, com outras sete embarcações, o título mundial.

Não temos um objetivo. Queremos dar o nosso melhor e esperar que seja suficiente para um bom lugar. Só podemos definir uma meta, depois de cumprir o primeiro ou segundo dia de regatas , antecipa Marta Fortunato, de 15 anos.

A dupla totalmente algarvia é a atual bicampeã nacional de 420 e, já desde Fevereiro, que está em Vilamoura a preparar o Mundial. A primeira regata em que participa está marcada para sexta-feira, dia 6. Vilamoura tem condições muito específicas. Quando fizemos alguns treinos com a equipa alemã reparámos que tinham maior dificuldade do que nós , diz Beatriz Gago.

Isso significa uma ligeira vantagem por já conhecerem os mares de Vilamoura? As velejadoras confessam que sim. Estamos descontraídas e queremos pôr em prática o que andámos a treinar o ano inteiro , atira Beatriz Gago.

Na preparação da grande competição, que se realiza, pela segunda vez, no Algarve, as jovens Marta e Beatriz contaram com um importante apoio.

Luís Niza e Paulo Baptista

Paulo Baptista e Luís Niza, naturais de Tavira, já têm 32 anos, mas decidiram participar numa prova de classe mais dedicada aos jovens. Sagraram-se campeões nacionais absolutos, conseguiram o apuramento e, agora, estão em Vilamoura para tentar o melhor resultado possível.

Vimos o anúncio de que o Mundial seria em Vilamoura há cerca de dois anos e começámos a falar se

queríamos ou não participar. Não é a nossa casa, mas é como se fosse. É já aqui ao lado, mas envolve muitos sacrifícios , conta Paulo Baptista.

Desde 2008, ano em que deixaram a vela, depois de terem alcançado bons resultados na classe 420 no passado, que as competições têm estado de lado. Apenas fizeram uma pausa para o Europeu de 2011, em Tavira, e em que conseguiram ficar em 8º.

Agora, desde Outubro que estão a preparar o regresso - e logo a um Mundial. Perspetivas?

Não conhecemos bem a frota. Fizemos uma regata de treino e ficámos em 7º lugar, no ano passado, mas não vamos baixar os braços. Não estamos a milhas dos adversários , diz Paulo Baptista.

Para poderem estar presentes, os algarvios tiveram de fazer um investimento de cerca de 12 mil euros só na compra de um barco. Os sacrifícios pessoais também foram muitos. Luís Niza, designer gráfico de profissão, veio todos os fins de semana de Lisboa para o Algarve só com o intuito de treinar.

Ainda assim, confessa que a experiência de serem mais velhos do que os adversários pode ser crucial. A maturidade traz vantagens. Já cometemos menos erros básicos. Acreditamos que tudo acontecer , diz.

Para este Mundial, nas águas de Vilamoura estarão 230 equipas, num total de 462 velejadores de 24 nacionalidades, acompanhados por 72 treinadores. Os atletas vão disputar três classes: Open (equipas masculinas ou mistas), feminina e júnior (under 17).

Além das equipas participantes, são ainda esperadas várias centenas de acompanhantes, entre familiares e amigos dos velejadores.

Segundo a organização, este evento mundial de vela irá garantir à hotelaria e restauração da região um total de 10425 dormidas e 41700 refeições. Contas feitas, o impacto económico previsto na região será de cerca de 2,5 milhões de euros.

Nuno Reis

Pela primeira vez, este Mundial tem também uma outra particularidade, como sublinhou Nuno Reis, diretor do centro de estágios Vilamoura Sailing, na conferência de imprensa de apresentação da prova. É que este é um Eco-Evento, selo atribuído pela Algar.

Foram produzidas dezenas de sacos em tecido reciclado de telas, lonas, outdoors e muppis, que funcionam como eco-pontos (separação de lixo) e que serão colocados nas embarcações dos treinadores. O objetivo é que os velejadores depositem nestes sacos não só o lixo que produzem, mas também o lixo que recolham do mar.

A quantidade de resíduos recolhidos ao longo de todo o campeonato será pesado e resultará numa quantia que será entregue à Instituição Centro de Apoio à Criança de Quarteira.

As habituais garrafas de plástico também serão substituídas por garrafas de alumínio, que poderão ser reabastecidas em dois pontos de enchimento, equipados com filtros de água.

Toda esta dinâmica de mais um grande evento só é possível devido a um enormíssimo esforço da Marina de Vilamoura , segundo Nuno Reis.

Mas a verdade é que é a importância de receber este Mundial no Algarve é grande , no entender de José Massapina, vice-presidente internacional da Associação Internacional da Classe 420.

É importante tanto para trazer pessoas a conhecer o país, como para potenciar os nossos atletas. Há grandes expectativas face aos algarvios. Temos três tripulações com fortes possibilidades de atingir o pódio nas suas diferentes categorias , disse o também antigo presidente do Clube Náutico de Tavira.

Os algarvios Manuel Fortunato e Frederico Baptista são a outra dupla de velejadores oriundos da região a participar na competição.

Espera-se um Mundial muito bem disputado que vai mostrar à gente da vela como este é um local privilegiado, mas que também vai projetar o Algarve além-fronteiras , concluiu José Massapina.

Pedro Lemos



CICLISMO

GRANFONDO SERRA DA ESTRELA

NO PRÓXIMO DOMINGO, VAI PARA A ESTRADA A 6.ª EDIÇÃO DO GRANFONDO SERRA DA ESTRELA, LEVANDO A FESTA DO CICLISMO PARA TODOS, PARA O MAIS CARISMÁTICO E GRANDIOSO CENÁRIO CICLÍSTICO DE PORTUGAL

A Serra da Estrela, como único cenário de alta montanha do nosso país, torna este um Granfondo de características únicas, que o diferencia de outros eventos do género organizados em Portugal, aproximando-o de outros eventos de referência realizados em cenários de alta montanha como os Pireneus, os Picos da Europa ou os Alpes.

No Granfondo Serra da Estrela os participantes têm a oportunidade de viver na primeira pessoa o desafio das etapas de alta montanha onde o ciclismo como modalidade apaixonante assume o seu máximo expoente.

Mais do que uma prova, este evento é sobretudo uma festa de celebração do ciclismo para todos, levado a cabo no seu cenário mais icónico, onde acabar, fazendo-o dentro do tempo estipulado pela organização por questões de segurança, será para muitos o verdadeiro desafio e para os que o conseguirem, a grande vitória num dia certamente recheado de emoções fortes.

PERCURSOS

Neste evento, os participantes (cerca de 1.000) podem escolher



entre três percursos (O Granfondo, com 154 km, o Mediofondo, com 97 km e o Minifondo, com 51 km) que os levarão a alguns dos mais bonitos e espetaculares cenários do Parque Natural da Serra da Estrela, com a paisagem de alta montanha a marcar grande parte deste desafio.

Como novidade desta 6ª edição, os participantes na distância rainha têm o desafio acrescido de vencer a maior subida de Portugal e uma das mais longas e exigentes da Europa. A ascensão final com 30 km liga Vide à Tor-

re e levará os trepadores dos 300 m de altitude até aos 1.993 m do ponto mais alto de Portugal Continental. Como se não bastassem estes números, pelo meio terão de vencer o já famoso Adamastor, a subida mais temida pelos ciclistas no nosso país.

O projeto Granfondo Serra da Estrela nasceu de uma parceria entre a Ultra Spirit Sports, a Entidade de Turismo do Centro de Portugal e os municípios de Manteigas e de Seia, visando consolidar um evento estruturante para este

território e para a sua promoção como destino de férias também no verão.

De modo a dar o devido retorno deste evento a ambos os municípios, o Granfondo Serra da Estrela, com uma calendarização anual, assume um compromisso de rotatividade com o quartel-general da prova (partidas e chegadas) a ser situado alternadamente em Manteigas e em Seia. Após Seia ter acolhido as partidas e chegadas na edição de 2018, é a vez de Manteigas ser em 2019 a sede deste evento.



Trilhos Verdes

O concelho de Manteigas insere-se na área do Parque Natural da Serra da Estrela, com paisagens deslumbrantes e recantos por descobrir. Um local aprazível seja qual for a estação do ano. Amplo espaço natural e de paisagens únicas em termos nacionais e europeus, onde pontifica, pelo seu carácter exclusivo, o Vale de Origem Glaciário do Rio Zêzere.

Manteigas desafia a conhecer os caminhos tradicionais percorridos pelos pastores e pelas populações serranas, a cultura e os costumes antigos da região e a visitar os locais esquecidos, numa rede de Trilhos Verdes com 200 km de sensações únicas e enriquecedoras (mais informação em <http://manteigastrilhosverdes.com>). Manteigas espera por si!

Turismo de bicicleta

Num concelho que é um palco privilegiado para a organização de manifestações desportivas, em diferentes modalidades, Seia continua, desta forma, a afirmar esse posicionamento, consolidando-se como um destino de referência para o Turismo Desportivo, de Saúde e Lazer.

O Granfondo, em conjunto com outros eventos e políticas municipais, tem permitido potenciar a marca Serra da Estrela, sendo de relevar igualmente as contrapartidas, sobretudo económicas, porque para além de promover os territórios, induz grande dinamismo nas economias locais. Por sua vez, é nosso desejo que os participantes e os seus familiares e amigos aqui regressem, seja pelo BTT, ou pelas praias fluviais, as aldeias de montanha, os desportos de natureza, os percursos pedestres, gastronomia, entre outros.