

EDITORIAL

Escrever sobre turismo numa época de crise - ou crises – é sempre um enorme desafio, tendo em conta a incerteza dos tempos e das declarações que se podem fazer. O turismo reveste-se de resiliência e demonstra a qualquer outro setor a fibra de que é feito, enbandeirando orgulhosamente a arte e a técnica de contornar as dificuldades e encontrar soluções criativas para os problemas de hoje.

O papel de uma revista científica hoje não é mais contribuir apenas com uma plataforma intermediária entre o autor e o leitor, mas também o dever social de lançar ideias estratégicas e operacionais que contribuam para engrandecer novamente o turismo e trazê-lo de volta à ribalta da pré-pandemia.

Ao entrarmos no terceiro ano daquela que é uma das maiores crises pandémicas do mundo, é nossa convicção que, mesmo com um possível boom da atividade turística num futuro próximo, nada será como antes. Estaremos nós preparados para tudo o que de novo aí vem? Conseguiremos lidar com os novos problemas do quotidiano? Iremos nós conseguir satisfazer as novas necessidades e desejos dos colaboradores e consumidores que nascerão? Estas e outras questões vão-se deparar num futuro muito breve a todas as empresas e profissionais turísticos, que vêm assistindo a uma mutação tão veloz provocada primeiro pela pandemia da Covid-19 e, atualmente, pela situação de conflito bélico que se vive no leste europeu e que resultará, indubitavelmente, numa crise económica para todo o mundo.

De acordo com a OMT¹, entre janeiro e setembro de 2021 as chegadas internacionais de turistas em todo o mundo foram 20% inferiores ao período homólogo de 2020, mas

ainda assim 76% abaixo dos níveis de 2019. Depois de um 1º semestre de 2021 fraco, o turismo internacional recuperou moderadamente durante o período de verão no hemisfério norte, impulsionando os resultados para o 3º trimestre do ano, especialmente na Europa. As chegadas internacionais de turistas aumentaram 58% entre julho e setembro de 2021 face ao mesmo período de 2020, mostrando melhorias em termos de receitas e despesas turísticas, impulsionadas pelo aumento da confiança dos viajantes no meio de rápidos progressos na vacinação e da flexibilização das restrições de entrada em muitos destinos. No entanto, mantiveram-se ainda 64% abaixo dos níveis de 2019. Estes resultados deixam-nos divididos entre uma esperança expectante e uma certeza de que nada será como antes.

Nesta edição do *Tourism and Hospitality International Journal* voltamos orgulhosamente a dar destaque a um conjunto diversificado de trabalhos científicos, que partilham investigações de grande qualidade, que vão desde o poder público e o setor hoteleiro no Município de Inhambane, em Moçambique, aos aeroportos como o início da experiência turística na ilha da Madeira, à atração turística e a promoção via redes sociais no regresso do turista ao destino, ao método *Partial Least Squares* na investigação turística, ao potencial do turismo gastronómico da Comunidade Autónoma da Galiza e ao impacto da pandemia na hotelaria em Portugal Continental em 2020, com um conjunto de medidas e estratégias sugeridas.

Uma edição cheia de qualidade, que contribuirá para a recuperação turística.

Nuno Abranja, *Editor-in-Chief*

¹ Retirado de <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/wtobarometereng.2021.19.1.6>. Acedido a 02/03/2022.

