

Qualidade Sistémica no Setor do Turismo

<https://doi.org/10.21814/uminho.ed.48.12>

Ivo Domingues

Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Instituto de Ciências Sociais,
Universidade do Minho, Braga, Portugal
<http://orcid.org/0000-0002-0976-0247>
ivodomingues@ics.uminho.pt

Resumo

Esta reflexão tem natureza teórica e foca-se em literatura sobre a qualidade de três dimensões do sistema turístico – ambiente, paisagem e destinos – por serem as dimensões mais não humanas desse sistema. A análise realizada permite identificar as características da literatura revista e identificar fragilidades da mesma. A mais notada das fragilidades está associada às definições da qualidade, a qual tem profundos efeitos na investigação da realidade empírica devido à ausência de um referencial consistente e validado para analisar o fenómeno e à dificuldade em intervir política e praticamente na realidade sem o sentido de conclusões baseadas em sólidos conceitos da qualidade.

Palavras-chave

qualidade do ambiente, qualidade da paisagem, qualidade dos destinos, qualidade sistémica

Introdução

O turismo é uma mercadoria cuja qualidade depende de diversos aspetos que são atributos intrínsecos das atividades do turismo e que envolvem o fluxo turístico desde a sua chegada à sua partida (Martín-Cejas, 2006, p. 874). Esta reflexão propõe olhar sobre a qualidade do setor do turismo, o qual é perspectivado como sistema composto de diversas dimensões. Nesta reflexão, é realizada a análise das

dimensões “qualidade ambiental”, “qualidade paisagística” e “qualidade dos destinos”. A escolha destas três dimensões é justificada pela sua natureza mais natural do que humana e, assim, constituem uma dimensão agregada ou macro dimensão que poderíamos designar de “componente predominantemente natural”. É certo que nenhuma dimensão do sistema turístico existe fora da atuação humana, mas, nestes casos, a atuação humana é reconhecível como importante fator, mas não assumível como o mais importante fator.

Esta reflexão tem natureza teórica e é baseada na análise de artigos científicos que incluem aqueles tópicos (qualidade ambiental, qualidade da paisagem e qualidade dos destinos) nos títulos de artigos editados em revistas escritas em inglês, as quais possuem a palavra “*tourism*” no seu título e estão integradas no ESI (Essential Science Index) Master Journal List 2018. Os objetivos desta análise são os seguintes: rastrear as perspectivas da qualidade produzidas e utilizadas nestas dimensões do turismo, estabelecer relações entre estas dimensões e identificar oportunidades científicas reveladas pela revisão da literatura. Assim, esta reflexão tem função mais descritiva do que analítica.

Qualidade Sistémica

A qualidade sistémica é conceito já usado na teoria gestionária. Ela é definida como equilíbrio entre eficácia e eficiência do processo e do produto, os quais constituem o sistema da qualidade ou dimensões da qualidade sistémica (Solano et al., 2003, pp. 66–67), como modo de funcionamento do sistema, enfatizando a coerência e a especificidade, a emergência e a atualização (Shye, 2010, pp. 188–189), corresponde a um *optimum* obtido pela integração das variáveis eficácia e eficiência, processo e produto, clientes e utilizadores (Callaos & Callaos, 1994, pp. 29–32). Destas definições sobressaem os seguintes atributos da qualidade sistémica: assenta em princípios gestionários (sistematicidade, singularidade, atualidade e integratividade); envolve a sustentabilidade económica (eficácia e eficiência), a organização do trabalho (processos e produtos) e o mercado consumidor (clientes e utilizadores). Em suma, a qualidade sistémica é pensada enquanto sistema de gestão de organizações e não de setores de atividade. A abordagem da qualidade sistémica que aqui proponho realizar é focada num setor de atividade – o do turismo.

A revisão da literatura permitiu identificar os seguintes objetos da qualidade: certificação de sistemas de gestão da qualidade, qualidade do ambiente, qualidade da cultura, qualidade dos destinos, qualidade da formação superior, qualidade dos museus, qualidade da paisagem, qualidade das tecnologias de informação e comunicação, qualidade dos recursos humanos, qualidade dos serviços, qualidade de vida e qualidade da experiência. Considerando a diversidade de objetos da qualidade no setor do turismo, a investigação tende a focar a pesquisa em um deles de cada vez. Para isso, adota um conceito de qualidade que seja adequado às análises em curso e que, de modo tácito ou explícito, se aplica para organizar a abordagem ao objeto. Contudo, como veremos, a pesquisa realizada tende a não definir o conceito de qualidade aplicável ao objeto analisado ou a defini-lo de modo pouco operacionalizável.

Esta reflexão não tem a ambição de agregar valor ao conhecimento científico disponível por meio da formulação de uma definição da qualidade que sirva à análise e gestão do setor do turismo como uma entidade global e integrada. A existência de uma definição única permite, porém, diversas vantagens: favorece a adoção de missão coletiva que organize as práticas individuais e organizacionais; favorece a definição e apreciação do contributo das diferentes entidades interessadas (*stakeholders*) e entidades proprietárias (*stakeowners*) para a realização da política da qualidade do sistema; facilita a adoção de planos comuns, de monitorização da sua execução e de processos de melhoria comuns.

A definição e adoção de uma definição comum da qualidade do sistema turístico é uma tarefa complexa. Essa complexidade assenta nos seguintes fatores: a diversidade de agentes envolvidos na cadeia de valor do turismo é enorme (comunidades receptoras, agências de viagem, transportes públicos e privados, hospedagem e alimentação, cultura e recreio, serviços públicos e privados), implica envolvimento de muitas entidades, o que torna o processo oneroso; a diversidade de entidades interessadas e proprietárias implica fragmentação de interesses e vontades, o que torna difícil a consensualização de uma definição que seja suficientemente abrangente e reconhecidamente útil. Esta realidade dificulta a adoção de um conceito agregador e inspirador de estratégia comumente partilhada. Contudo, considerando as suas vantagens, o esforço de concetualização é reconhecivelmente desejável e vantajoso. Porém, esse não é objetivo desta reflexão.

Qualidade dos Ambientes

A literatura constata a importância do ambiente na qualidade do sistema turístico. Segundo a literatura científica, as condições climatéricas são o principal critério para avaliar a aptidão dos destinos turísticos, estimulando ou inibindo as preferências e escolhas dos turistas (Wang et al., 2018, pp. 152–154). A mudança de clima altera as condições ambientais e tem o mais significativo impacto na qualidade dos serviços do turismo rural, reduzindo o gozo, a segurança e o conforto, ou seja, a atratividade do destino rural (Chin & Lo, 2017, pp. 471–472). De facto, a literatura mostra que as condições climatéricas influenciam o comportamento dos turistas (Wang et al., 2018, pp. 153–154); o turismo é afetado pela qualidade da água dos rios (Aminu et al., 2015) e pela qualidade do habitat (Luo et al., 2018); um ambiente contaminado na água e no ar inibe o desenvolvimento da indústria do turismo (Wang et al., 2018, p. 154); regiões afetadas por ar poluído são emissoras de turismo para regiões externas onde o ar tem melhor qualidade (Wang et al., 2018, p. 158) e regiões percebidas como muito poluentes não atraem turistas externos (Law & Cheung, 2007, p. 398). Particularmente, os turistas que procuram destinos rurais valorizam muito a qualidade dos recursos naturais e o meio envolvente (Chin & Lo, 2017, p. 474). Assim, a literatura analisada mostra que a qualidade das condições ambientais afeta positiva e negativamente os fluxos turísticos. Porém, ela revela dificuldades em conceptualizar a qualidade ambiental, pois (a) falta um construto teórico que integre todas as dimensões do ambiente, (b) equilibre a perspetiva da realização humana e da perceção humana, e (c) forneça referencial para a análise dos diferentes ambientes.

O impacto do ambiente nos fluxos turísticos é complexo. Na verdade, a literatura mostra que a reação dos turistas às condições ambientais pode variar segundo a sua percepção do risco da poluição, o qual varia em função de conhecimento anterior do destino e da idade dos turistas, em função do gênero, sendo as mulheres mais resilientes do que os homens (Becken et al., 2017, p. 143). O ambiente físico tem impacto holístico, envolvendo a reação intelectual e emocional dos visitantes (Su & Teng, 2018, p. 219); o comportamento dos turistas é influenciado pelas características da qualidade ambiental porque proporcionam diferentes experiências ambientais (Awaritefe, 2003, pp. 261–265); a qualidade é produto da percepção dos turistas e, por isso, lagos poluídos podem continuar a atrair turistas se a degradação não é evidente ou perigosa e a experiência é satisfatória noutras dimensões, como a beleza da paisagem e a relação humana (Ryan et al., 2010, pp. 609–610). A literatura analisada não aborda diversos aspetos relevantes. Por um lado, (a) insuficientemente considera o processo de análise de risco ambiental realizado pelos turistas antes da fruição e depois da fruição do destino, bem como (b) igualmente desvaloriza as práticas de influência das percepções dos turistas pelos agentes turísticos quanto ao risco. Por outro lado, (c) não aborda o posicionamento dos destinos turísticos como ambientalmente desejáveis e indesejáveis na consciência dos consumidores, (d) não considera a comunicação comercial realizada sobre a identidade de áreas ambientalmente degradadas e privilegiadas como construtoras de imagens e posicionamentos dos destinos e (e) não atende à possibilidade de haver destinos que sejam ambientalmente ambivalentes, ou seja, que tenham aspetos repulsivos e atrativos e o seu impacto na segmentação do mercado e na satisfação dos turistas.

Qualidade da Paisagem

Paisagem é um constructo multidimensional. A paisagem inclui a natureza, arquitetura, historicidade e a monumentalidade (Carneiro et al., 2015, p. 1229), as dimensões estáticas (física e histórica) e dinâmicas (interações entre formas, relações e práticas em dado tempo e espaço; Stephenson, 2010, pp. 312–314). A literatura reconhece que a paisagem é uma área geográfica cujo caráter resulta da ação e interação de fatores naturais e humanos (Carneiro et al., 2015, p. 1220). Assim, a paisagem é um recurso delicado que resulta da combinação das disponibilidades naturais e das ações sociais. A qualidade da paisagem é conceptualizada mais como percepção humana do que como realização natural e humana (Ruelle et al., 2013, p. 76) e a literatura mostra que a sua qualidade afeta o bem-estar psicológico, a satisfação da vizinhança e as possibilidades de regeneração e habitabilidade (Ruelle et al., 2013, p. 76). Na medida em que a qualidade percebida é capaz de gerar emoções e estimular consumo de produtos locais, ela é recurso para diferenciar e promover regiões (Carneiro et al., 2015, pp. 1220–1221). Assim, o valor económico da paisagem depende da qualidade percebida e das emoções que essa percepção possa estimular. A literatura revista não aborda importantes aspetos relacionados com a qualidade da paisagem. Por um lado, não define o conceito da qualidade da paisagem, o que torna difícil abordar a paisagem, comparar paisagens de acordo com o seu valor em qualidade e determinar a sua diferenciação. Por outro lado, admite que as emoções

positivas possam gerar vendas de produtos locais, mas nada diz sobre o impacto económico das emoções negativas. Por fim, também não considera a relação complexa entre ambiente e paisagem, pois a qualidade elevada da paisagem pode compensar a qualidade diminuída do ambiente.

Qualidade dos Destinos

A qualidade de um destino é constructo multidimensional (Assaf & Tsionas, 2015, p. 59; Dedeoğlu, 2019, pp. 106–107). Compõe-se da qualidade das infraestruturas, dos recursos humanos e da natureza/ambiente (Assaf & Tsionas, 2015, p. 59), de propriedades contextuais que são facilitadoras da vida das pessoas (segurança, proteção, higiene, acessibilidade, transparência, autenticidade e harmonia ambiental; Vinodan & Manalel, 2019, p. 371); abrange a cadeia de valor, a qual marca o processo desde a chegada à partida, nela incluindo a atuação de agentes privados, públicos e sociais locais, informações, serviços, contactos posteriores e memórias (López-Toro et al., 2010, p. 271). Os atributos dos destinos turísticos influenciam a experiência, a satisfação e a perceção da qualidade dos destinos (Moon & Han, 2018, p. 72). A qualidade percebida dos destinos depende do envolvimento dos turistas com o destino, da informação disponível e do conhecimento existente convertido em imagem da qualidade (Dedeoğlu, 2019, pp. 106–107), da qualidade dos serviços (Chin & Lo, 2017, p. 467) e do suporte prestado pelas comunidades que vivem nos destinos (Chin & Lo, 2017, p. 474). Assim, a qualidade dos destinos é apresentada a partir da sua composição, propondo a sua caracterização e não a sua definição, vincando que é produto e não processo.

A qualidade dos destinos desempenha um importante papel no turismo. A qualidade é fator essencial à promoção e sustentação dos destinos e a comunidade é essencial à qualidade, podendo agir mais como acionista do que como parte interessada (Vinodan & Manalel, 2019, pp. 366, 368). A literatura mostra que a qualidade de um destino depende de fatores intrínsecos (natureza e funções do destino) e extrínsecos (aprendizagem subjetiva do destino; López-Toro et al., 2010, p. 273). Em resumo, a qualidade impacta o desempenho do turismo (Assaf & Tsionas, 2015, p. 70). Contudo, a gestão da qualidade dos destinos é complexa. Na sua cadeia de valor, predominam pequenos e médios negócios subdotados de competências gestionárias; a sua composição integra uma amálgama de produtos e de experiências subjetivas; a inseparabilidade entre a produção e o consumo dos serviços, o que dificulta a prevenção e aumenta o risco da não qualidade (Woods & Deeganm, 2006, pp. 76–79). Por isso, a gestão da qualidade dos destinos turísticos deve recorrer a comunidades de práticas para partilhar conhecimento e melhorar a formação dos agentes turísticos (Woods & Deeganm, 2006, pp. 89–93). Assim, a qualidade dos destinos é um importante fator do sucesso dos destinos e, dada a sua natureza, a sua gestão é difícil. A literatura revista apresenta algumas fragilidades. Concretamente, (a) não define o conceito qualidade dos destinos, o que dificulta a sua gestão estratégica teoricamente orientada, (b) reconhece a complexidade da qualidade dos destinos, mas não desenvolve teoria holística que organize a sua compreensão teórica e abordagem prática.

A importância dos destinos depende da sua escolha pelos turistas, a qual reproduz a imagem social do destino. Por um lado, a importância dos destinos nas escolhas dos turistas depende dos sentimentos, das crenças e das opiniões acerca das capacidades dos destinos satisfazerem as suas necessidades (Fraguell et al., 2016, p. 884). Por exemplo, os turistas mais interessados em atividades de lazer baseadas na natureza são mais sensíveis aos destinos e são mais ativos na partilha de informação sobre as suas experiências (Ban & Ramsaran, 2017, p. 144). Por outro lado, a literatura mostra que a comunidade é fator da experiência dos turistas, sobretudo os residentes que suportam o turismo (Kim et al., 2013, p. 529). Por fim, a adoção da responsabilidade social dos destinos melhora a perceção da qualidade de vida dos residentes (Su et al., 2018). Por isso, os destinos devem ser assumidos como objetos de gestão, nelevolvendo política e estratégias de emprego e sensibilização das comunidades locais para a importância económica do turismo (Mathew & Sreejesh, 2017, p. 88). Assim, a gestão dos destinos deve considerar o alinhamento entre a exploração dos destinos e o desenvolvimento sustentável (Chin & Lo, 2017, p. 474), a adequação dos fluxos turísticos à capacidade de carga com as perceções subjetivas da qualidade de vida e da qualidade da experiência (Dioko & So, 2017) e considerar que a perceção do turismo como processo responsável é preditora da perceção da sustentabilidade do destino turístico (Mathew & Sreejesh, 2017, p. 86). Segundo a literatura revista, a imagem do destino considerada pelos turistas na decisão de escolha tem importância fundamental, a qual resulta das suas experiências baseadas nas suas perceções da qualidade do destino. A imagem dos destinos é produto da atuação das comunidades nelas alojadas, da proximidade do turismo a um desejável modelo de responsabilidade social e sustentabilidade. Porém, a literatura revista apresenta algumas fragilidades. Concretamente, (a) não analisa a imagem construída dos destinos (nos processos de receção) por referência à identidade dos destinos (nos processos de emissão), (b) é escassa na análise das práticas de responsabilidade social e no seu impacto na sustentabilidade dos destinos e (c) não oferece modelos teóricos que ajudem a avaliar os impactos de fluxos turísticos segundo as características dos destinos e, desse modo, a determinar o ponto de rutura da sustentabilidade.

Conclusões

Foram rastreadas e analisadas as definições encontradas na literatura sobre os tópicos em análise. Dessa análise podem ser formuladas as seguintes conclusões relativas à definição da qualidade: a literatura não adota nem formula nenhuma definição da qualidade que permita operacionalizar a investigação científica e organizar a prática gestonária em qualquer daquelas dimensões do sistema turístico; o uso do signo “qualidade” tem função mais representacional e expressiva de uma área de gestão do que tem função analítica de uma área de gestão; a perceção humana é apresentada como mediadora, mas o processo de mediação, o qual implica a significação, é insuficientemente analisado.

A revisão da literatura permite, ainda, produzir inferências sobre tópicos afins ou complementares da qualidade, os quais igualmente podem expressar oportunidades de melhoria do conhecimento. É insuficientemente explorada a comunicação da

qualidade dos destinos e da qualidade dos ambientes, a percepção dos riscos dos destinos, o posicionamento dos destinos turísticos e a sua relação com a qualidade, bem como o valor económico da paisagem; merecem abordagem mais problematizadora a ambivalência do ambiente e a relação entre ambiente e paisagem.

Agradecimentos

Este trabalho é financiado por fundos nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito do projeto UIDB/00736/2020.

Referências

- Aminu, M., Matori, A. N., Yusof, K. W., Malakahmad, A., & Zainol, R. B. (2015). A GIS-based water quality model for sustainable tourism planning of Bertam River in Cameron Highlands, Malaysia. *Environmental Earth Sciences*, 73(10), 6525–6537. <https://doi.org/10.1007/s12665-014-3873-6>
- Assaf, A. G., & Tsionas, E. G. (2015). Incorporating destination quality into the measurement of tourism performance: A Bayesian approach. *Tourism Management*, 49, 58–71. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.02.003>
- Awaritefe, O. D. (2003). Destination environment quality and tourists' spatial behaviour in Nigeria: A case study of third world tropical Africa. *International Journal of Tourism Research*, 5(4), 251–268. <https://doi.org/10.1002/jtr.435>
- Ban, J., & Ramsaran, R. R. (2017). An exploratory examination of service quality attributes in the ecotourism industry. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 34(1), 132–148. <https://doi.org/10.1080/10548408.2016.1141155>
- Becken, S., Jin, X., Zhang, C., & Gao, J. (2017). Urban air pollution in China: Destination image and risk perceptions. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(1), 130–147. <https://doi.org/10.1080/09669582.2016.1177067>
- Callaos, N., & Callaos, B. (1994). Designing with systemic total quality. *Educational Technology*, 34(1), 29–36.
- Carneiro, M. J., Lima, J., & Silva, A. L. (2015). Landscape and the rural tourism experience: Identifying key elements, addressing potential, and implications for the future. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(8–9), 1217–1235. <https://doi.org/10.1080/09669582.2015.1037840>
- Chin, C. H., & Lo, M. C. (2017). Rural tourism quality of services: Fundamental contributive xs from tourists' perceptions. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(4), 465–479. <https://doi.org/10.1080/10941665.2016.1276465>
- Dedeoğlu, B. B. (2019). Shaping tourists' destination quality perception and loyalty through destination country image: The importance of involvement and perceived value. *Tourism Management Perspectives*, 29, 105–117. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.11.006>
- Dioko, L. D. A., & So, A. S. (2017). Residents' quality of life and visitors' quality of experience: Revisiting tourism carrying capacity in Macao. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 9(3), 349–360. <https://doi.org/10.1108/WHATT-02-2017-0006>
- Fraguell, R. M., Martí, C., Pintó, J., & Coenders, G. (2016). After over 25 years of accrediting beaches, has blue flag contributed to sustainable management? *Journal of Sustainable Tourism*, 24(6), 882–903. <https://doi.org/10.1080/09669582.2015.1091465>
- Kim, K., Uysal, M., & Sirgy, M. J. (2013). How does tourism in a community impact the quality of life of community residents? *Tourism management*, 36, 527–540. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.09.005>

- Law, R., & Cheung, C. (2007). Air quality in Hong Kong: A study of the perception of international visitors. *Journal of Sustainable Tourism, 15*(4), 390–401. <https://doi.org/10.2167/jost637.0>
- López-Toro, A. A., Díaz-Muñoz, R., & Pérez-Moreno, S. (2010). An assessment of the quality of a tourist destination: The case of Nerja, Spain. *Total Quality Management, 21*(3), 269–289. <https://doi.org/10.1080/14783360903553164>
- Luo, Q., Song, Y., Hu, X., Zhu, S., Wang, H., & Ji, H. (2018). Effects of tourism disturbance on habitat quality and population size of the Chinese giant salamander (*Andrias davidianus*). *Wildlife Research, 45*(5), 411–420. <https://doi.org/10.1071/WR17092>
- Martín-Cejas, R. R. (2006). Tourism service quality begins at the airport. *Tourism Management, 27*(5), 874–877. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.05.005>
- Mathew, P. V., & Sreejesh, S. (2017). Impact of responsible tourism on destination sustainability and quality of life of community in tourism destinations. *Journal of Hospitality and Tourism Management, 31*, 83–89. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2016.10.001>
- Moon, H., & Han, H. (2018). Destination attributes influencing Chinese travelers' perceptions of experience quality and intentions for island tourism: A case of Jeju Island. *Tourism Management Perspectives, 28*, 71–82. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.08.002>
- Ruelle, C., Halleux, J. M., & Teller, J. (2013). Landscape quality and brownfield regeneration: A community investigation approach inspired by landscape preference studies. *Landscape Research, 38*(1), 75–99. <https://doi.org/10.1080/01426397.2011.647898>
- Ryan, C., Gu, H., & Chon, K. (2010). Tourism to polluted lakes: Issues for tourists and the industry. An empirical analysis of four Chinese lakes. *Journal of Sustainable Tourism, 18*(5), 595–614. <https://doi.org/10.1080/09669581003615608>
- Shye, S. (2010). The motivation to volunteer: A systemic quality of life theory. *Social Indicators Research, 98*(2), 183–200.
- Solano, J., De Ovalles, M. P., Rojas, T., Padua, A. G., & Morales, L. M. (2003). Integration of systemic quality and the balanced scorecard. *Information Systems Management, 19*(4), 64–79. <https://doi.org/10.1201/1078/43203.20.1.20031201/40086.9>
- Stephenson, J. (2010). The dimensional landscape model: Exploring differences in expressing and locating landscape qualities. *Landscape Research, 35*(3), 299–318. <https://doi.org/10.1080/01426391003743934>
- Su, L., Huang, S., & Huang, J. (2018). Effects of destination social responsibility and tourism impacts on residents' support for tourism and perceived quality of life. *Journal of Hospitality and Tourism Research, 42*(7), 1039–1057. <https://doi.org/10.1177/1096348016671395>
- Su, Y., & Teng, W. (2018). Contemplating museums' service failure: Extracting the service quality dimensions of museums from negative on-line reviews. *Tourism Management, 69*, 214–222. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.06.020>
- Vinodan, A., & Manalel, J. (2019). Examining the linkages of community intervention strategies and destination quality of ecotourism destinations. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism, 20*(3), 362–386. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2018.1537820>
- Wang, L., Fang, B., & Law, R. (2018). Effect of air quality in the place of origin on outbound tourism demand: Disposable income as a moderator. *Tourism Management, 68*, 152–161. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.03.007>
- Woods, M., & Deeganm, J. (2006). The fuchsia destination quality brand: Low on quality assurance, high on knowledge sharing. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism, 7*(1–2), 75–98. https://doi.org/10.1300/J162v07n01_05