

“O Vê Portugal precisa de estar junto dos jovens, fazê-los perceber as várias apetências que o

Entrevista O principal fórum de discussão e reflexão sobre o turismo interno começa hoje em Viseu. Em entrevista, o presidente Rui Ventura, reconhece a importância do evento enquanto momento de promoção do território e de captação da juventude para

Eduarda Macário

Que importância tem o Vê Portugal na promoção do turismo interno?

É uma importância fundamental. Primeiro porque é o único fórum organizado por uma entidade regional que faz a discussão daquilo que é o turismo interno. Às vezes desvalorizamos o que temos em casa e procuramos fora o que temos cá dentro e muito melhor. Mas cada vez mais temos que fazer duas avaliações essenciais. A primeira tem a ver com aquilo que é o turismo interno, o nosso maior turismo, e não podemos esquecê-lo nunca. A segunda avaliação tem a ver com o nosso turismo de proximidade que são os nossos vizinhos espanhóis. Às vezes procuramos outros mercados, e bem, e têm-lo feito de forma também eficiente através da nossa agência de promoção. Mas a verdade é que muitas vezes nos esquecemos que a grande estabilidade do território nacional é o turismo interno e, portanto, a importância do Vê Portugal cresce porque estamos perante um fórum de discussão sobre aquilo que Portugal tem para dar, as oportunidades, a interligação e a ligação entre as pessoas que cá vão estar.

Porque é que este ano optaram por mudar o conceito?

Nós temos que adaptar os modelos aos tempos e entendemos que o Vê Portugal está numa fase em que para se manter e se tornar mais atrativo, tem que mudar o seu modelo. E por isso entendemos introduzir algumas alterações, um trabalho que vamos continuar a fazer que é de evolução, de atração para que as pessoas também não digam que isto é mais do mesmo. No Vê Portugal nós queremos verdadeiramente que as pessoas se sintam na discussão daquilo que é o seu propósito.

Onde se sente a mudança?

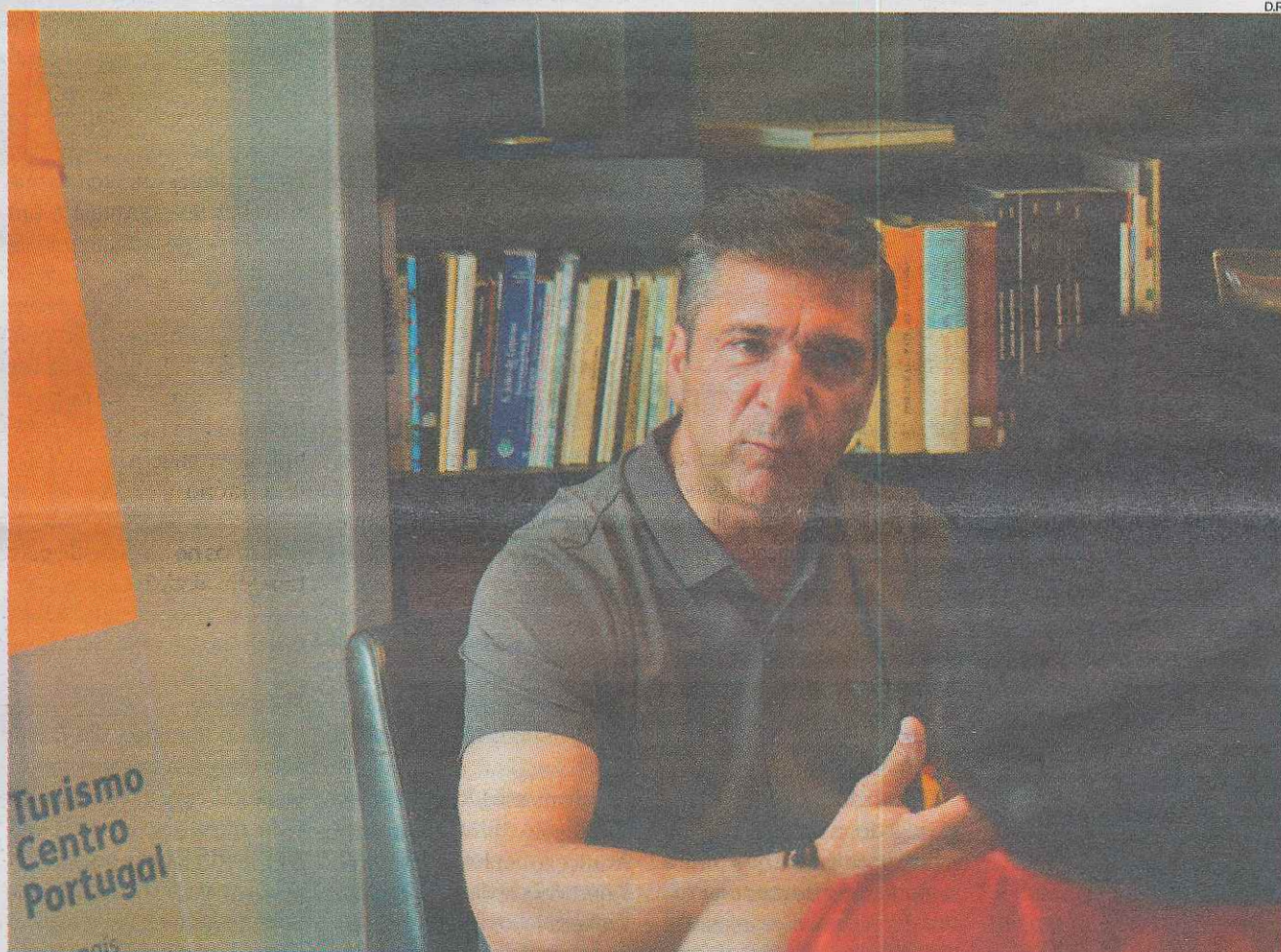
Essa mudança vai sentir-se nos oradores. Desde logo, tirámos os painéis dos presidentes das entidades regionais de turismo. Não é que não seja importante a sua intervenção, até porque são os conhecedores do que se passa nos territórios, mas eram painéis onde nós próprios íamos debater as nossas mágoas, o que não deixa de ser importante. Mas colocamo-nos como moderadores, até porque os presidentes das entidades regionais de turismo também o são das agências de promoção externa, o que nos dá uma visão completamente diferente daquilo que está a ser feito em articulação com o Turismo de Portugal e qual a sua visão para o futuro. Depois, criar várias expectativas à volta do evento onde vamos ter, por exemplo, um podcast de que ainda estamos impedidos de dizer o nome com a presença do Ricardo Araújo Pereira. E depois a relação com os jovens, que é importante.

São formas de cativar a juventude para esta discussão?

Sem dúvida. Quem está nesta área e não percebe que o futuro passa pelo envolvimento dos jovens e pela sua valorização não está no bom caminho. E o Vê Portugal precisa disso mesmo, de estar obrigatoriamente junto dos jovens e fazê-los perceber as várias apetências que o turismo tem. São mais de 80 as profissões que estão dentro da área do turismo e muitas delas são desconhecidas. E é importante dar-lhes a conhecer isso, assim como é importante tê-los no próprio fórum a analisarem as oportunidades do setor. O turista que visita territórios como o nosso procura autenticidade, tradição, procura o olhar das pessoas.

O que não falta na região.

Sem dúvida, o que não falta na



Rui Ventura reconhece a importância de um evento que põe o turismo interno no centro do debate

nossa região. Mas precisamos de transmitir isso também aos jovens. Ou seja, é preciso mostrar-lhes que podemos utilizar a IA, mas nunca nos podemos esquecer que ela tem que estar baseada naquilo que é a tradição. E se desaparece a tradição, desaparece a autenticidade do território. Se desaparece o criar mais valor no território este vai, obrigatoriamente, perder a apetência que hoje tem. E isso nós não queremos.

Qual é o peso do turismo interno nesse trabalho numa região com 100 municípios?

É o maior de todos apesar de ter vindo a decrescer, como se sentiu neste último trimestre. Os resultados até março apontam uma descida em relação ao turismo interno, o que nos preocupa. Obviamente que temos

os incêndios de 2025, as tempestades que aconteceram em duas alturas do ano muito importantes para o Centro de Portugal, o Carnaval e a Páscoa, mas não podemos só olhar para isso como uma desgraça. Temos que fazer essa avaliação e perceber os acontecimentos. Há hoje uma campanha do Turismo de Portugal relativamente àquilo que é o turismo interno e a informação que nos foi dada é que vai estar mais focada também no Centro de Portugal pelo que tem sido afetado.

Mas já estamos em cima das férias. As coisas não deviam ter sido preparadas antes?

Não nego isso, pois já estamos em junho e reconheço que a campanha devia ter vindo mais cedo para as pessoas poderem estar em Portugal. Mas acredito

que vamos conseguir recuperar à semelhança daquilo que aconteceu em 2025. A verdade é que somos um território resiliente com gente muito capaz, dedicada e muito empenhada.

Para além da campanha, que medidas gostava de ter visto no terreno para minimizar os efeitos das tempestades?

Eu digo de forma muito clara que nós todos, administração pública, conseguimos responder. Obviamente que há sempre questões muito complexas, algumas das quais ainda estão em resolução. Mas a verdade é que a área do turismo consegue organizar-se rapidamente, dar resposta e receber as pessoas que podem vir em segurança ao território do Centro de Portugal. O que nos tem preocupado muito é a forma de comunicar em al-

guma comunicação social. Por exemplo, quando dizem que há um incêndio no Centro de Portugal parece esquecerem que a região tem 100 municípios e oito sub-regiões. E o que tem acontecido de forma cíclica é que quando isto acontece normalmente temos repercussões em regiões que nada têm a ver com as que estão a ser afetadas. Portanto, é preciso termos cuidado com o alarmismo. Obviamente que a informação é importante, mas o alarmismo quando a referência é a um território como o Centro de Portugal pode ter consequências nos restantes territórios que não foram afetados. Quanto a esta campanha que eu entendo que devia ter sido feita muito mais cedo, não invalida que o Turismo Centro de Portugal não possa vir a fazer uma ação pró-

ens e turismo tem”

ente da Turismo Centro de Portugal, Rui
um setor que tem mais de 80 profissões

pria, muito focada naquilo que é a nossa diversidade e a nossa tradição. E estamos a fazê-lo também através da Agência Regional de Promoção junto do público espanhol, que é importante também para nós. Eu acredito e tenho esperança que vamos conseguir recuperar no verão. E tenho essa esperança porque sei bem a resiliência, sei bem a capacidade, pena é que muitas vezes a resposta não seja mais rápida.

O turismo é um dos pilares da economia e da sustentabilidade do território. A sazonalidade ainda é um problema?
No Centro de Portugal não temos essa particularidade. Aqui nós temos turismo durante todo o ano. É a única região que tem a Serra da Estrela e onde pode haver turismo de neve. Temos as termas durante todo o ano, já para não falar do património. Temos cinco regiões de vinho, que dão uma enorme notoriedade ao território. E o turista hoje procura tudo isto.

Numa região onde o enoturismo tem vindo a ganhar relevância e adeptos.

É verdade, e que se assume como uma aposta muito importante. Temos cinco regiões vitivinícolas num setor que tem uma capacidade enorme para se afirmar durante todo o ano. O turista já não procura o território só por si mas sim para ter autenticidade, tradição, criar memórias. Dando o exemplo do vinho, o turista procura a experiência da vindima, onde pode vindimar e dormir na vinha, de uma adega onde pode ajudar a fazer o vinho e depois, eventualmente, receber em casa uma garrafa do vinho que ajudou a manusear. São memórias e tradições que ficam e que criam valor, que é o que nós pretendemos. Criar valor para fazer com que as empresas cresçam e, obviamente, passarmos a ser

mais atrativos para os recursos humanos, muito em particular para os jovens.

É tudo isso que faz da região Centro um destino autêntico?
Sem dúvida. Se há coisa que identifica o Centro de Portugal é ser um destino autêntico. Obviamente que estamos a trabalhar muito aquilo que é a sustentabilidade, num processo de certificação onde todos têm que participar. É um caminho que às vezes não é muito fácil, mas é fundamental fazê-lo. Ligando a autenticidade com aquilo que é também a certificação, conseguiremos trilhar um caminho próprio, apesar da diferença e daquilo que é a dimensão do território do Centro de Portugal.

Neste Vê Portugal vamos falar também de tecnologias e inovação. Áreas que esta região já desenvolve de forma muito positiva. De que forma se pode subir de patamar?

Quando falamos destas áreas temos obrigatoriamente de falar da Inteligência Artificial. Mas nunca podemos perder o nosso foco na autenticidade e tradições, como já referi. Nós temos de manter sempre vivas as nossas tradições e o mesmo é dizer, manter as nossas raízes, apoiar as pessoas que fazem os nossos principais produtos de forma tradicional e artesanal, como o queijo, o vinho, os pratos típicos da nossa gastronomia que é tão diferenciadora. E isso nós podemos fazê-lo inovando, como tendo por exemplo os chefs a criar sem perder a autenticidade da nossa gastronomia. Ao olharmos para o nosso último filme do Turismo Centro de Portugal percebemos isso mesmo. Quisemos incluir a Inteligência Artificial, mas sem nunca perder o peso das nossas tradições que são mais do que memórias. E vejam-no duas vezes para verem o que não viram na primeira. ◀

“Centro de Portugal é a maior região do país, o que nos dá esta diversidade”

O turismo é um setor que se ressentiu com a guerra na Ucrânia, com a Covid-19, agora com a guerra no Médio Oriente. Como é que os territórios se preparam para estes desafios?

Obviamente que todos estes acontecimentos fazem com que aconteça uma mudança de estratégia que tem a ver com aquilo que hoje se vive no mundo em função das guerras que estão a ocorrer. Felizmente, nós temos outras alternativas. Ou seja, temos a particularidade de receber muitos voos, nomeadamente da Coreia do Sul que vêm para Fátima. É certo que neste momento os voos acontecem não de forma tão regular, mas temos que os continuar a manter. Mas a verdade é que também temos que mudar, temos que nos focar em aumentar o que é o mercado europeu, como é o caso de Espanha enquanto mercado de proximidade. Mas não só. Também o mercado da Polónia que cresceu no Centro de Portugal, assim como o mercado francês. E depois aquilo que a Agência de Promoção também está a fazer e que é ir buscar mercados americanos. E estamos a fazê-lo em articulação com a região do Alentejo e, mais em particular com o Porto, no que diz respeito ao mercado brasileiro que também baixou e que queremos recuperar. E tudo isto tem que ver com segmentos, de luxo, que criam valor ao território. No fundo, é não pôr os ovos todos no mesmo cesto, como se diz, mas ir pondo nos vários cestos para se conseguir atingir os nossos objetivos, que é ter mais gente e que permaneça mais tempo no território.

E como se podem alcançar esses objetivos?

Eu acho que a única forma de as pessoas permanecerem mais tempo no território é seguramente mantendo a nossa autenticidade e dar resposta ao que realmente procuram. E depois fazendo a articulação com os vários territórios, quer com o Norte, quer com Lisboa, quer com o Alentejo. Nós temos que perceber que Portugal é um só e deixar de ter aquela ideia de que somos um território pequeno. Não. Nós somos um território muito grande pela sua diversidade e pela sua capacidade. Temos que estar interligados e fazer com que o turista permaneça mais tempo no território nacional.

Estarmos no coração do país também ajuda?

Obviamente que ajuda. Fisicamente, não temos um aeroporto, mas temos dois. O Centro de Portugal vai desde Arruda dos Vinhos até Ovar o que significa que estamos a 50 quilómetros de Lisboa e a 40 do Porto, ou seja, dos dois aeroportos. E depois se formos até Almeida, Vilar Formoso ou à

Raia estamos a cerca de 300 quilómetros de Madrid. Temos aqui três aeroportos e estamos num ponto fundamental que temos de saber aproveitar. Há uma falha no Centro de Portugal que tem a ver com a rodovia, que é algo que também temos que trabalhar em articulação. Também a ferrovia que é fundamental para nós e, obviamente, a alta velocidade, quer de Lisboa ao Porto, mas depois também via Madrid. Costumamos ouvir dizer que somos pequenos, o que eu não comungo. Nós somos grandes em qualidade.

E estamos na maior região de turismo do país, formada por 100 municípios cada um com as suas especificidades.

Sem dúvida. O Centro de Portugal é a maior região do país com 31% da área do território nacional e dá-nos por isso também esta diversidade e esta capacidade de resposta. E nós temos de o saber aproveitar e para isso, é preciso também que cá dentro as várias entidades percebam que se fala de um só território. Nesse sentido tenho vindo a conversar com as oito sub-regiões por forma a que possamos falar a uma só voz.

Uma tarefa difícil?

É difícil, sem dúvida. Muitas vezes nós conseguimos que isto aconteça mas não podemos desistir perante as dificuldades pois o trabalho tem que se ir fazendo. As pessoas têm que perceber que é difícil a afirmação de uma sub-região num território tão grande como o nosso. Portanto, temos que trabalhar isto e temos que o fazer em articulação apresentando um só território que tem várias especificidades. E temos de fazer salientar aquelas que são mais fortes e conseguem captar vários tipos de mercado. A partir disto nós conseguimos dar resposta aos turistas. E só assim é que nós conseguimos criar as tais âncoras para que possamos fazer com que as pessoas percorram e permaneçam no nosso território, tornando contagiante. É isso que queremos fazer com o “Sem destino”, um projeto que vamos lançar para dar a conhecer cada um dos 100 municípios, com passaporte digital. Um trabalho muito desafiante que está a ser feito de forma individual para darmos destaque a cada um, mas com o objetivo de que todos percebam que fazem parte de um só território. É um sinal que nós queremos dar também.

Sendo tudo isto “Vê Portugal”, o que espera desta edição que acontece exatamente na cidade onde teve lugar o primeiro em 2015?

Espero que seja um sucesso, como é evidente. Regressar a Viseu onde decorreu a sua primeira edição é para nós muito importante. Regressar a um território que tem dado provas daquilo que é também, no fundo, a estratégia da Região de Turismo do Centro não é por acaso. A minha expectativa é alta, até porque também o número de participantes está a ser significativo, o que para nós é importante. Mas obviamente que o que se pretende mesmo é que a discussão seja positiva e que dê frutos porque nós fazemos o Vê Portugal não só para nos encontrarmos mas para interagirmos e, acima de tudo, para saírem ideias para o futuro. ◀

