



DOUTORAMENTO *HONORIS CAUSA*

JAFAR JAFARI

HONORIS CAUSA

UNIVERSIDADE DO ALGARVE | 2023

DOUTORAMENTO *HONORIS CAUSA*
DO PROFESSOR JAFAR JAFARI
PELA UNIVERSIDADE DO ALGARVE

OUTORGADO EM FARO

16 DE NOVEMBRO DE 2022

UNIVERSIDADE DO ALGARVE

FARO

DEZEMBRO 2023

ÍNDICE

- 07 DISCURSO DO MAGNÍFICO REITOR
PROF. DOUTOR PAULO ÁGUAS
- 15 *LAUDATIO* PROFERIDA PELO
PROF. DOUTOR JOÃO ALBINO SILVA
- 25 DISCURSO DE AGRADECIMENTO
DO NOVO DOUTOR JAFAR JAFARI

DISCURSO
DO MAGNÍFICO REITOR
PROF. DOUTOR PAULO ÁGUAS

**PALAVRAS PROFERIDAS NA ABERTURA DA
SESSÃO DE OUTORGA DO GRAU DE DOUTOR
HONORIS CAUSA A JAFAR JAFARI**

Boa tarde, sejam muito bem-vindos à cerimónia para a outorga do título de Doutor *Honoris Causa* ao Senhor Professor Jafar Jafari.

Vou começar em português, mas em breve mudarei para inglês para que o Professor Jafar Jafari possa acompanhar as minhas palavras.

Caro Professor Jafar Jafari
Caro Professor João Albino Silva
Magnífica Reitora da Universidade de Évora
Senhoras e Senhores Membros da Equipa Reitoral
Senhor Presidente da CCDRALgarve
Senhor Presidente da Associação Académica
Digníssimas Autoridades Militares e Forças
de Segurança
Senhores Cônsules Honorários de Espanha
e Marrocos
Senhoras e Senhores Diretores das Unidades
Orgânicas e demais órgãos
Senhores Diretores Regionais do Serviço
de Informações de Segurança e da Agricultura
e Pescas do Algarve
Senhoras e Senhores Empresários
Caras e caros Participantes na Conferência
Internacional *Tourism & Management Studies*

Caras e Caros Docentes, Investigadores, Restantes
Funcionários e Estudantes
Minhas Senhoras e meus Senhores

Muito obrigado pela presença de todas e de todos

Um cumprimento muito especial ao Sr. Professor Catedrático Jubilado João Albino Silva a quem competirá, na qualidade de padrinho, fazer o elogio do novo Doutor *Honoris Causa*. Muito obrigado por ter aceite o convite. Pelo conhecimento que possui da obra do Professor Jafar Jafari é a personalidade mais indicada para nos apresentar o novo Doutor *Honoris Causa*.

Por último, mas não menos importante, as minhas mais calorosas saudações ao Professor Jafar Jafari. Faço-o com grande satisfação e profundo respeito.

Já o consideramos um de nós. A partir de hoje fará parte da Universidade do Algarve para sempre.

Pode não estar ciente, mas a sua presença na Universidade do Algarve remonta a 1990. Permita-me esclarecer esta afirmação.

No final da década de 1980, o Reitor Loyd Braga solicitou à Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo a criação dos cursos de bacharelato em Turismo e Gestão Hoteleira, cursos então inexistentes no Sistema de Ensino Superior Público Português.

A primeira turma de estudantes ingressou em 1991. Mas as revistas científicas chegaram à biblioteca antes dos alunos. Foi o caso do volume 17, número 1, da revista *Annals of Tourism Research*, a mais prestigiada revista científica de turismo naquela época (e ainda o é), fundada pelo Professor Jafar Jafari.

Era um número especial sobre turismo em economias europeias de direção central, com um editorial dedicado a um inquérito sobre necessidades de *software*. O objetivo da sua proposta era "encorajar a troca aberta de informações sobre programas de *software* únicos para o nosso campo profissional". Lembra-se? Estas foram as suas palavras.

Cerca de vinte anos após a Universidade do Algarve ter iniciado a assinatura da revista *Annals of Tourism Research* já tínhamos vários cursos de Mestrado, quer na Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo, quer na Faculdade de Economia, bem como um programa de Doutoramento em Turismo. Mais recentemente, o próprio Professor Jafar Jafari esteve connosco durante um ano letivo como Professor Catedrático convidado. À data, o Reitor era o Professor João Guerreiro e o Diretor da Faculdade era o Professor Efigénio Rebelo, que é também o presente Diretor.

Atualmente, o Centro de Investigação em Turismo em Portugal mais bem classificado pela Fundação para a Ciência e Tecnologia encontra-se sediado na Universidade do Algarve. Este é um grande feito e estamos muito orgulhosos disso.

De facto, desde 2019, a Universidade do Algarve está no TOP 100 mundial do *Shanghai Ranking's Global Ranking of Academic Subjects*, na área de Hotelaria e Gestão do Turismo.

É realmente um grande feito, uma vez que a dimensão é um fator crítico na metodologia do *Shanghai Ranking*. Somos, como sabem, uma universidade de pequena dimensão a nível mundial. Apesar disso, temos uma posição deveras incrível.

A área de Hotelaria e Gestão do Turismo é a nossa única área académica classificada entre as 100 melhores do mundo. E nem todas as universidades portuguesas, com dimensão superior à nossa, têm uma área académica classificada entre as 100 melhores do mundo!

Professor Jafar Jafari, na minha opinião, estes êxitos são também seus. A sua inspiração e orientação impulsionaram o nosso desempenho. A sua capacidade de construir e partilhar redes, e o seu "encorajamento à troca aberta de informações", como escreveu no editorial do volume 17, número 1, que mencionei anteriormente, foram cruciais para nós.

Estou-lhe profundamente grato, mas também ao Conselho Científico da Faculdade de Economia, proponente deste título, e ao Senado Académico que aprovou esta outorga por unanimidade.

Muito, muito obrigado.

Paulo Águas

Reitor da Universidade do Algarve

LAUDATIO PELO PROF. DOUTOR
JOÃO ALBINO SILVA

**ALOCUÇÃO NA CERIMÓNIA DO DOUTORAMENTO
HONORIS CAUSA DE JAFAR JAFARI PELA
UNIVERSIDADE DO ALGARVE**

Magnífico Reitor
Senhora Presidente do Conselho Geral
da Universidade do Algarve
Senhor Presidente da Câmara Municipal de Faro
e outras autoridades civis e académicas
Professor Jafar Jafari
Caros Professores, Investigadores e Estudantes
Minhas Senhoras e meus Senhores

Por decisão dos órgãos competentes da Universidade do Algarve, cabe-me a honra de intervir neste ato solene de outorga da insígnia de Doutor *Honoris Causa* ao Professor Jafar Jafari.

Embora tenha tido, nos últimos 12 anos, o privilégio de uma relação humana e académica muito próxima com o Professor Jafar Jafari, sentindo-me profundamente honrado por esta oportunidade, a verdade é que dificilmente um economista como eu, possui a capacidade para avaliar o trabalho científico de um antropólogo cultural.

Aceitei esta tarefa, sabendo que provavelmente não estaria à altura do desafio, mas, perdoem-me a franqueza, fi-lo pelo grande prazer que uma tal tarefa me daria.

De facto, os atributos justamente atribuídos ao Professor Jafar Jafari – pioneiro no percurso histórico dos Estudos Turísticos, e uma das mais marcantes personalidades do nosso tempo nas áreas da edição científica e da promoção de organizações científicas e de interface com a indústria turística –, se não os poderei valorizar, não serão diminuídos pelas minhas palavras, já que têm sido reconhecidos e apreciados desde há muito pela comunidade científica e pelas mais importantes organizações turísticas públicas e privadas internacionais.

Permitam-me, pois, que inicie esta minha intervenção sublinhando que o Professor Jafar Jafari é uma das mais fascinantes personalidades do nosso tempo no domínio dos Estudos Turísticos e é atualmente o mais respeitado académico a nível mundial, quer pelo mundo universitário, empresarial e por governos, quer por organizações mundiais, como a Organização Mundial do Turismo.

Esta rara unanimidade é o resultado das suas excepcionais qualidades humanas e profissionais, como professor de mérito, autor de artigos científicos de referência, editor associado a projetos de excelência, brilhante orador, consultor e construtor de redes para o estudo e transferência do conhecimento no Turismo.

Relativamente às suas contribuições para o conhecimento científico na área do Turismo, e sem a pretensão de ser exaustivo, o Professor Jafar Jafari foi o pioneiro na análise dos aspetos culturais

do turismo, na sua diversidade e mudanças societais, integrando-a na reflexão sobre a sustentabilidade dos processos de desenvolvimento, bem como na avaliação do papel transformador e dos custos económicos e sociais desta atividade nos países em desenvolvimento.

O seu labor reflexivo levou-o a questionar o papel do ensino e da formação dos recursos humanos e, não menos importante, contribuiu de forma muito relevante para a análise dos processos do conhecimento científico nesta área.

Em numerosos livros e artigos científicos, o Professor Jafari pôde apresentar a sua visão holística da evolução do turismo através de estádios sequenciais, sobrepostos em certos períodos, tendo-os associado às seguintes plataformas: *Advocacy*, *Cautionary*, *Adaptancy*, *Knowledge* e *Public* (Jafari, 1990, 2001, 2007).

Refletindo a sua longa experiência e perspetiva de análise, na qualidade de editor da revista científica *Annals of Tourism Research* (1973-2007) e também baseado na sua vida profissional dedicada ao turismo, o Professor Jafari desenvolveu uma clássica matriz evolucionista, que corresponde quer a uma síntese da história do turismo nos seus contextos aplicados, quer a um somatório das suas pesquisas em Ciências Sociais.

De forma notável, esta articulação evolucionista reflete as preocupações e contributos do Professor Jafari ao longo da sua carreira académica.

O compromisso do Professor Jafari com o turismo é descrito no seu ensaio autobiográfico *Entry into a New Field of Study; Leaving a Footprint* (Jafari, 2007).

Neste seu texto, ficamos a saber que o início do envolvimento do Professor Jafari na atividade turística ocorre nos primeiros anos da década de sessenta, como guia turístico, durante os seus estudos na Universidade de Isfahan, Irão. Este seu papel como "intermediário cultural" ajudou-o a tomar contacto com a indústria turística e as suas interações com muitos outros setores económicos e sociais dos destinos turísticos.

Esta experiência terá sido fundamental para a sua compreensão holística do turismo, quer como indústria quer como fenómeno sociocultural. O seu fascínio pelo estudo do turismo levou-o a ingressar, em meados dos anos sessenta, em instituições de ensino superior nos Estados Unidos da América, tendo ingressado na Universidade de Cornell, onde obteve os graus de licenciado e mestre em Gestão Hoteleira e, mais tarde, na Universidade de Minnesota, onde obteve o seu grau de doutor em Antropologia Cultural.

Na sequência da obtenção do seu grau de mestre em Cornell, o Professor Jafari continuou a sua carreira académica como docente na Universidade de Wisconsin-Stout, ensinando no programa de Gestão Hoteleira e de Restauração, mais tarde dando origem ao Departamento de Gestão Hoteleira e do Turismo.

Foi no primeiro ano da sua atividade como docente que decidiu criar a revista *Annals of Tourism Research*, tendo como principal propósito o de acolher as vozes críticas que estudavam o turismo como fenómeno sociocultural.

Nas palavras dos professores Tribe e Xiao (2011), com a dedicação e uma disponibilidade a tempo inteiro do Professor Jafari, esta revista veio a tornar-se a principal referência das revistas científicas no domínio dos Estudos Turísticos.

Para além do seu envolvimento com a revista *Annals of Tourism Research*, o Professor Jafari iniciou, na sua qualidade de responsável editorial, a publicação da série *Tourism Social Sciences Series* que tem vindo igualmente a marcar uma importante influência na comunidade científica internacional.

Outra relevante iniciativa que se tornou um marco nos Estudos Turísticos é a *Enciclopédia do Turismo*, que teve a sua primeira edição em 2000. Como o próprio sublinhou, na medida em que o Turismo é talvez o domínio de estudo de maior rapidez nas suas mudanças e no seu crescimento, a *Enciclopédia do Turismo* já foi objeto de uma segunda edição em 2016, estando em preparação uma nova edição para 2023.

O compromisso de uma vida para fazer avançar o ensino, a investigação e a educação e formação no Turismo, pode ser ainda observado no forte empenhamento do Professor Jafar Jafari na criação

de redes académicas ligadas ao conhecimento e à indústria turística.

O Professor Jafari foi fundador, e primeiro presidente (1988 – 1994), da International Academy for the Study of Tourism. De acordo com os seus Estatutos, os objetivos desta Academia são: *“to further the scholarship research and professional investigation of tourism, to encourage the application of findings, and to advance the international diffusion and the exchange of tourism knowledge”*.

Em 1988, o Professor Jafari cofundou a TRINET. Esta rede permite aos investigadores do Turismo partilharem informação e participarem em discussões e debates relacionados com o ensino e a investigação em Turismo.

Para além dos já mencionados papéis de disseminador e facilitador, o Professor Jafari não se tem poupado a esforços em “alimentar” uma comunidade turística que necessita de aprender e de praticar através da edição da coleção de livros intitulada *Bridging Tourism Theory and Practice*.

Esta coleção de livros tem ajudado a criar “pontes” entre académicos e profissionais da indústria, através da partilha de teorias e de práticas profissionais. É igualmente o Presidente fundador do *Tourism Intelligence Forum*. Este *Forum* celebrou a sua terceira conferência em 2021 no Algarve.

Para além do já referido, sublinharíamos a importância das viagens do Professor Jafar Jafari para apoiar, com as suas orientações e contributos, as mais diversas instituições académicas e profissionais um pouco por todo o mundo.

Deve-se, por exemplo, ao Professor Jafari a inspiração e conceção dos programas de mestrado e doutoramento na Universidade do Algarve, Portugal, e na Universidade das Ilhas Baleares, Espanha. A relevância dos seus contributos, em países como a Índia e China, mereceu igualmente a atenção das Universidades de Bunelkhand (Índia) e Sun Yat-sen (China), que lhe atribuíram o título honorífico de Professor Vitalício.

Entre as muitas homenagens em que foi distinguido, o Professor Jafari recebeu em 2005 o Prémio Ulisses da Organização Mundial de Turismo pela "Excelência na Criação e Disseminação do Conhecimento". Foi igualmente distinguido com o Doutoramento *Honoris Causa* pela Universidade das Ilhas Baleares, Espanha, em 1998, e pela Universidade de Las Palmas de Gran Canária, Espanha, em 2021. Recentemente, e na sequência da sua aposentação, foi-lhe outorgado o título de Professor Emérito da Universidade de Wisconsin.

Magnífico Reitor,

O atual reconhecimento nacional e internacional dos Estudos Turísticos na nossa Universidade é o resultado de uma visão institucional e da qualidade e esforço dos seus professores e estudantes.

Mas é igualmente importante sublinhar o carácter inspirador e a contribuição decisiva do Professor Jafar Jafari ao longo deste percurso.

Face aos argumentos apresentados, que destacam o trabalho científico e pedagógico desenvolvido através de uma brilhante e extraordinária carreira, peço-lhe que a insígnia de Doutor *Honoris Causa* da Universidade do Algarve seja atribuída ao Professor Jafar Jafari.

João Albino Silva

Professor Emérito

Faculdade de Economia da Universidade do Algarve

DISCURSO DE AGRADECIMENTO
DO NOVO DOUTOR JAFAR JAFARI

TURISMO DIVIDIDO NUM MUNDO ESTILHAÇADO É TEMPO PARA CONSERTÁ-LO

Magnífico Reitor, Professor Paulo Águas,
e demais membros da equipa reitoral
Magnífica Reitora da Universidade de Évora
Senhor Presidente da CCDR e outras entidades
regionais
Autoridades Militares e Forças de Segurança
Senhor Presidente da Associação Académica
Senhores Cônsules Honorários de Espanha e
Marrocos
Senhores Diretores das Unidades Orgânicas
Membros da Comunidade Empresarial
Docentes, Estudantes e Funcionários não docentes
Minhas Senhoras e meus Senhores

Muito obrigado, Doutor João Silva pela sua generosa
introdução. É um prazer dirigir-me a esta distinta
audiência.

Minhas Senhoras e meus Senhores, é sempre difícil
dirigirmo-nos a uma audiência com percursos e
interesses académicos e profissionais distintos.
Aqueles que pertencem à academia falam uma
"língua", enquanto os profissionais da indústria
turística têm o seu próprio estilo de comunicação
e de troca de ideias ou de informação. Além disso,
nesta noite temos a presença de muitas pessoas
que não pertencem a nenhum destes dois grupos.

Mas, talvez, possam relacionar-se com o turismo enquanto consumidores.

Não há ninguém nesta sessão que já não tenha viajado. Todos nós já viajámos para outros lugares – em férias, para visitar amigos e familiares, para ter encontros de negócios, para participar em congressos ou eventos, para ir em peregrinação (seja a Fátima, a Jerusalém ou a Meca), ou por outros motivos. Portanto, nós todos somos, e temos sido, consumidores de turismo. Todos nós estamos rodeados pelo turismo, quer como produtores, quer como utilizadores ou por ambas as situações, complementadas com o desejo ou a necessidade de lá estar, em outro lugar.

Pensemos nos dois anos de COVID-19 quando ficámos imobilizados, impossibilitados de viajar. Pensemos na sensação de aprisionamento e de sufoco sentidos por toda a gente. Porquê? Viajar é e significa mobilidade, libertação, liberdade. O Homem sempre se deslocou, nos nossos dias trabalhando arduamente no seu local de residência, para se divertir o máximo possível em destinos longe de casa.

Minhas Senhoras e meus Senhores, seja como estudiosos do Turismo, ou prestando serviços aos turistas, ou simplesmente como viajantes, somos todos participantes ou nos relacionamos com o turismo. Atualmente o turismo está institucionalizado nas nossas vidas. O turismo somos todos nós, manifestando-se por diferentes formas ou modas.

Nesta ocasião, não há necessidade de rever a impressionante evolução do turismo, acerca da qual tenho escrito e participado em conferências, incluindo nesta instituição internacionalizada, a Universidade do Algarve. Mas para benefício de todos aqueles que não estão familiarizados com o crescimento e a expansão do turismo, desde o seu início até ao presente, aqui estão e de forma breve alguns dos princípios que o caracterizam.

Pode alguém pensar num tempo em que as pessoas não viajavam? A viagem esteve sempre presente no nosso quotidiano. Com as antigas rotas recuamos vários séculos, quando surgiram pequenas, esporádicas e dispersas unidades de alojamento para dar guarida às pessoas que se deslocavam. A importância do Turismo foi reconhecida depois da Segunda Guerra Mundial como instrumento de apoio à reconstrução das economias arruinadas e, rapidamente, tornou-se o mais importante movimento de pessoas em tempo de paz na história da humanidade. E "viajar" tornou-se "turismo". Em 2019, contabilizaram-se mais de 1,8 mil milhões de chegadas internacionais, que representam cerca de 5% do seu volume total – turismo doméstico e internacional, combinados.

Numa primeira linha de análise, os economistas quantificaram o turismo, os sociólogos e antropólogos conduziram estudos interrelacionais, os psicólogos focaram-se nas motivações turísticas, os geógrafos mapearam a paisagem, a ciência política o papel do turismo nas relações interna-

cionais, as áreas da gestão e do marketing aplicaram teorias turísticas.

É importante salientar que o Turismo não é um domínio de estudo com fronteiras, nem tem uma direção definida. Ou seja, o Turismo não é nenhuma das disciplinas atrás referidas. Inclui todas estas e outras mais. O Turismo é na verdade um domínio de estudo multidisciplinar e uma importante indústria multissetorial, que tem contribuído para construir e dar expressão à atual aldeia global a que chamamos casa.

Nenhum choque global paralisou o turismo. A indústria sobreviveu ao 11 de setembro, ao ataque bombista em Bali em 2002, ao SARS em 2003, ao tsunami de Phuket em 2004, às repetidas situações de guerra em países e regiões, e agora ao COVID-19. O turismo sempre recuperou. O COVID-19, em particular, colocou o turismo de joelhos, levando-o a uma hibernação profunda por dois longos anos. As 1,8 mil milhões de chegadas internacionais em 2019 atingiram uma situação de paragem em cada país. Para ilustrar esta situação, tomemos o caso da China, que em 2019 contabilizou 155 milhões de viagens ao estrangeiro, recebeu 145 milhões de turistas e contabilizou mais de 6 mil milhões de viagens de turismo interno. Agora, pensem na necessidade de se garantir o alojamento e a alimentação desta multidão. Mesmo que consideremos que na China cada turista somente utilizou uma noite e três refeições, foram produzidas e consumidas 18 mil milhões de refeições relacionadas com o turismo. Mas durante o COVID-19 toda

a indústria turística, quer na China, quer a nível global, praticamente parou.

Quando este gigante industrial parou, o vazio económico que criou obrigou a uma atenção nacional e internacional sem precedentes. Entre outros, os governos finalmente compreenderam e assumiram que o turismo desempenha um papel de destaque no Produto Nacional Bruto (PNB). Sem as viagens e o turismo, a comunidade internacional deixou de se relacionar e os postos de trabalho perderam-se (o turismo cria cerca de 200 milhões de postos de trabalho).

Numa outra frente, a Organização Mundial de Saúde, os Ministros da Saúde de todo o mundo, a Organização Internacional do Trabalho e outras instituições reconheceram a importância do turismo na comunidade mundial. Este reconhecimento foi assumido publicamente pelas Nações Unidas quando convidou a Organização Mundial de Turismo (OMT) para se dirigir à Assembleia Geral das Nações Unidas, em meados de 2022.

Durante o COVID-19, toda a gente se questionava se o turismo recuperaria. A minha resposta foi curta e simples: assim que o COVID-19 sair, entra o turismo. Mas eu estava parcialmente errado, porque o turismo regressou antes do COVID-19 terminar. Os casos de Maiorca e do Algarve são dois exemplos reveladores desta situação. Este súbito regresso também é revelador da importância do turismo na vida das pessoas em todo o mundo.

Analisando ainda de um ângulo diferente, podemos observar que o turismo tem dois braços: a indústria que serve os turistas e a academia do Turismo que desenvolve a investigação, complementada por vários programas de formação e ensino. O primeiro acolhe os turistas e o segundo os estudantes, que por sua vez são empregues pela indústria, além de desenvolverem teorias que lançam luz sobre as práticas turísticas.

No caso da comunidade académica em Turismo, esta teve um arranque modesto no início do século XX. Nos anos 90, contribuiu para a sua cientificação – através da criação e modelização do turismo, reforçando assim a sua posição no mundo académico. Esta cientificação desenvolveu-se rapidamente através da importação do conhecimento de outros domínios. Os resultados obtidos levaram, por exemplo, ao aparecimento de 450 revistas académicas em Turismo, que publicaram mais de 10 000 artigos em 2021.

Mas a indústria não consegue descodificar os "indecifráveis" escritos académicos, o que significa que muitos destes resultados, conhecimentos ou informação circulam no interior das próprias comunidades académicas. De facto, os trabalhos de investigação são habitualmente arquivados em bibliotecas ou *online*.

A indústria e a academia trabalham os seus músculos de forma diferente e independente. O que interessa à academia são os índices de citações, assegurar o financiamento de projetos

e o número de artigos publicados anualmente. No caso da indústria, o que interessa é o "índice" do TripAdvisor, o número de turistas que repetem a sua estadia, os ganhos económicos, entre vários outros aspetos considerados críticos para as empresas. A indústria dança a música que os turistas tocam e a comunidade académica dança a música das universidades. Estes dois distintos sistemas de valores não comunicam entre si e as suas informações não conseguem facilmente ser partilhadas. Infelizmente, a indústria turística e a academia não dançam juntas, mesmo que "sejam necessários dois parceiros para dançar o tango". As duas têm muito em comum, apesar da grande diferença entre elas, e que tem de ser articulada.

Em 2013, nove instituições, incluindo a Universidade do Algarve, arquitetaram o *Tourism Intelligence Forum (the t-Forum)* com a principal missão de ligar a academia e a indústria do turismo. Organizou conferências anuais e publicou alguns livros com uma perspetiva aplicada, mas a indústria e a academia mantêm-se desconectadas. Alguns anos antes do *t-Forum*, teve início a coleção de livros *Bridging Tourism Theory and Practice*, mas sem o resultado esperado. Como o provérbio chinês sublinha, "uma viagem de milhares de quilómetros começa com um único passo". Nesta viagem, o turismo está ainda a dar os seus primeiros passos para juntar a academia e a indústria.

Que lições aprendemos com interesse para o futuro? O turismo aprendeu imenso durante a

pandemia, e ainda antes. Será adequado apresentar algumas das antigas e novas lições aprendidas, defendendo-se que a aprendizagem será útil, mas que a sua aplicação importa ainda mais.

É tempo de encontrar formas de ligar a teoria (academia) e a prática (indústria) através de um tráfego de informação nos dois sentidos. Aos olhos da indústria, os artigos da academia são tudo conversa teórica, e os seus autores não concretizam a conversa, não estão interessados em partilhar o seu conhecimento nos domínios da prática.

É tempo da academia do Turismo distribuir os seus conhecimentos por domínios mais alargados, publicando artigos curtos e compreensíveis para a indústria.

É tempo das universidades valorizarem os professores que escrevem artigos aplicados para utilização nos vários setores da indústria turística.

É tempo de reconhecer que "a inteligência não consiste apenas no conhecimento, mas também na capacidade de aplicar o conhecimento na prática" [Aristóteles (384–322 a.C.)]. Ou, citando Xun Kuang, um filósofo Chinês (312–230 a.C.), "Diz-me e eu esqueço, ensina-me e eu talvez me lembre, envolve-me e eu aprendo".

É tempo de reconhecer que o turismo é uma indústria que utiliza as componentes manual e intelectual. O objetivo é ter estudantes e

profissionais em qualquer nível, que estejam envolvidos mental e fisicamente no processo de aprendizagem, independentemente do assunto ensinado.

É tempo de incluir um maior contexto aplicado ao ensino em Turismo e em hospitalidade. Outros domínios consolidados como a Medicina ou a Engenharia já o fazem. No seu papel de transferência de conhecimento, os resultados das investigações da respetiva comunidade académica encontram os caminhos da sua aplicação. Então, porque não o Turismo? Raramente a indústria desenterra por sua conta as contribuições académicas.

É tempo do Turismo funcionar como as áreas da Medicina e da Engenharia, partilhando os resultados práticos das suas investigações com a indústria e acompanhando-a na sua implementação.

Antes do COVID-19, o turismo era uma indústria guiada pelo mercado, com o *Sun, Sea, Surf, Sand* e outro S como os seus apelos aparentes. Depois do COVID-19, importa ter presente os seguintes Ss: *Safety, Security, Sanitation, Service, Sensitivity, Sustainability* e *Satisfaction*.

É tempo da comunidade académica desenvolver investigação relacionada com estes assuntos que surgiram com o COVID-19 e fazê-la chegar a vários setores turísticos.

É tempo da academia expandir a sua bagagem curricular. As Ciências Sociais, com exceção da Economia, perderam terreno no ensino do Turismo e da hospitalidade. Mais temas das Ciências Sociais devem ser trazidos de volta para que os novos Ss do turismo possam ser compreendidos e aplicados.

Hoje, mais do que antes, os que trabalham no turismo necessitam de ser recalibrados com um sentimento de empatia para com os turistas, mas também para com os residentes. Aos olhos dos turistas, os que trabalham no turismo são embaixadores da comunidade que os acolhe, e aos olhos dos residentes eles são embaixadores dos turistas. Eles necessitam de aprender como devem desempenhar este duplo papel. Além disso, é já evidente que cada vez mais minorias/imigrantes estão a ser recrutadas para o turismo. Estes empregados necessitam também de praticarem a empatia com as populações de acolhimento e de trabalharem com colegas de diferentes nacionalidades. Por exemplo, um hotel em funcionamento é como uma pequena assembleia das Nações Unidas, com diferentes nacionalidades entre os turistas e os empregados e todos debaixo do mesmo teto.

É tempo da indústria e a academia incutirem a arte e a prática da tripla direção da empatia anfitrião-convidado-empregado.

É tempo de colocar maior ênfase na formação interna e na reciclagem dos profissionais, convidando a comunidade académica a colaborar.

É tempo da indústria reconhecer que o desenvolvimento dos recursos humanos não é uma despesa, mas um investimento – essencial para melhorar os serviços e a satisfação dos turistas.

Numa outra importante frente, de acordo com a Organização Mundial do Turismo (OMT), 55% da força de trabalho no turismo, quer na indústria quer na academia, é assegurada por mulheres.

É tempo de reconhecer que em breve as mulheres serão a maioria na força de trabalho no turismo, quer na indústria quer na academia, nas posições mais elevadas.

É tempo de prestar uma maior atenção a outras tendências, tais como o crescente interesse pelo empreendedorismo, pelo desenvolvimento e pela gestão de pequenas operações na indústria turística. Um encontro realizado ontem em Bali, da Organização Mundial de Turismo (OMT), com a participação das economias do G20, sublinhou a importância das PME e do empreendedorismo no turismo.

É tempo dos governos pararem de idolatrar as grandes empresas turísticas colocando-as no centro da sua atenção. As pequenas empresas, quando juntas, constituem a parte de leão da indústria. Quem disse que grande é melhor? Sim, pequeno é bonito! Friedrich Schumacher afirmou-o em 1970, no seu livro *Small is Beautiful: A Study of Economics as if People Mattered*. Contudo, infelizmente, os governos gostam de grandes números.

É tempo de prestar maior atenção para apoiar e promover pequenas comunidades turísticas, aldeias turísticas, turismo rural e pequenos operadores.

É tempo das universidades abrirem as suas portas a professores que trabalham na indústria; algumas já o fazem; as restantes devem seguir estas lideranças.

É tempo dos professores passarem os seus períodos de sabática na indústria. Ambos os lados abrindo as suas portas, com o tapete de boas-vindas estendido.

É tempo dos professores atuarem não como supervisores de tese, mas como treinadores.

É tempo da indústria aumentar a sua participação na seleção de candidatos que pretendem estudar hospitalidade e turismo (poucos o fazem).

É tempo de dar mais crédito aos candidatos que têm experiência profissional e não só pelas suas classificações.

É tempo de voltar a enfatizar o multiculturalismo e o multilinguismo, quer na academia quer no mundo do trabalho.

A tecnologia tem a tendência de deixar para trás os antigos produtos, favorecendo os novos, a standardização e a uniformização, promovendo a globalização.

É tempo de nos lembrarmos que o turismo celebra quer o passado quer o presente e, significativamente, celebra as diferenças na comunidade de acolhimento, a glocalização. Com esta prática, a cultura local e a hospitalidade podem gradualmente desenvolver raízes mais profundas. É isto que os turistas procuram; é isto que os residentes orgulhosamente valorizam.

É tempo de reconhecer que o turismo é um produto local, e se adequadamente desenvolvido, então não teremos dois destinos iguais. Cada um terá a sua própria identidade e imagem de hospitalidade turística. Em marketing, isso é conhecido como uma proposta única de venda e é isso que os turistas procuram.

É tempo do turismo se tornar sustentável, não só para atingir a sustentabilidade no sentido dos negócios, mas também em relação às alterações climáticas (a COP 27, que se realizou recentemente em Sharm el-Sheikh, Egipto, lidera o caminho a seguir).

É tempo de reconhecer que o turismo tem muitos produtos, alguns mais gentis para o ambiente: por exemplo, o *slow tourism* e a cozinha local são mais amigos para as alterações climáticas, bons para a indústria e melhores para a comunidade anfitriã.

É tempo da indústria reconhecer que não pode limitar-se a servir unicamente os turistas, mas deve de forma progressiva proporcionar o bem-estar da população anfitriã, reforçando a qualidade

de vida dos residentes e aumentando a felicidade nacional bruta da população local.

É tempo de monitorizar a satisfação dos turistas, de avaliar a satisfação da comunidade anfitriã, de equilibrar o sentimento de bem-estar no local de trabalho.

É tempo da indústria, não se limitar à popular noção/prática de um turismo inteligente [*smart tourism*], mas que opte por um turismo sábio [*wise tourism*] (o turismo sábio serve de igual modo o anfitrião e o convidado). Portanto, em vez de Organizações de Gestão dos Destinos, nós precisamos de Organizações de Gestão da Comunidade de Destino.

É tempo de evitar o "turismo em excesso", em vez disso, avaliar o turismo no sentido do desenvolvimento da sua sub-capacidade e sobre-capacidade e gestão do destino.

É tempo não para "trabalhar para os turistas", mas "trabalhar com os turistas" e com os residentes. Deste modo, o espírito da hospitalidade virá à superfície.

É tempo de promover ainda mais a cooperação, colaboração e parcerias por todos os domínios do turismo. A academia necessita da indústria, a indústria necessita da academia e o governo necessita de ambos.

É tempo para alinhar as populações de anfitriões e convidados, alinhar a indústria e a academia. O turismo tem sido sempre uma indústria turística e não uma indústria *anfitriã*.

É tempo do turismo se tornar bifocal. O turismo não é para mudar a comunidade; um destino bem organizado influencia os turistas e a indústria que os serve.

É tempo de colocar a hospitalidade no coração do turismo, sendo que a hospitalidade é a alma e o turismo o corpo. Isto pode ser concretizado colocando mais ênfase nas opções de glocalização. Deixemos a globalização ficar em segundo plano.

É tempo de reconhecer que o turismo tem a capacidade de beneficiar todos: turistas, residentes, trabalhadores e governos. Tenho defendido este princípio em muitas das minhas conferências, com o mote "Um Agradável Local para Viver, é um Agradável Local para Visitar".

E, para concluir, **é tempo** de eu fazer um apelo.

Desde cedo, muitos artigos, livros e conferências têm mostrado a relação complementar entre a paz e o turismo. Até agora, a minha intervenção focou-se principalmente na indústria turística e na academia do Turismo. Portanto, quero finalizar a minha intervenção com o conceito e a prática da paz na sua relação com o turismo. E para isso, precisamos de nos dirigir aos governos da nossa aldeia global. Portugal oferece-nos uma janela para esta oportunidade.

Um dos mais conhecidos cidadãos de Portugal é o **Sr. António Guterres**, Secretário-Geral das Nações Unidas. Por outras palavras, o Sr. Guterres é o Presidente da nossa aldeia global. Ele tem os ouvidos dos governos.

Sr. Guterres, sabe que todos os 193 países membros das Nações Unidas estão envolvidos no turismo: recetor, emissor ou doméstico.

Sr. Guterres, o turismo faz parte das encruzilhadas das histórias, culturas, civilizações, religiões, e muito mais. Através dos países da ONU, os povos do mundo podem encontrar-se e interagir.

Sr. Guterres, convide todos os países membros que ocupam diferentes bairros na nossa aldeia global, para abrirem os seus corações, portas, portões e fronteiras, bem como reduzirem as barreiras às viagens para facilitar a liberdade de movimento neste planeta que chamamos casa.

Sr. Guterres, anos de discussões para a resolução dos conflitos nas salas das Nações Unidas tiveram sucesso limitado. Dê a oportunidade aos povos do mundo para passarem pelas referidas encruzilhadas, existentes em diferentes países, para que visitantes e os seus anfitriões se encontrem e interajam.

É tempo de descobrir que somos mais semelhantes do que diferentes. A interação entre as pessoas pode abrir portas que os governos fecharam. Deixe que um exército de turistas faça a negociação.

O turismo pode atuar como catalisador para a compreensão intercultural, para a resolução de conflitos, para a colaboração, para a coexistência de reaproximação e para a paz. Tudo isto para suportar a Missão das Nações Unidas: a paz, a prosperidade e a ordem.

É tempo de reconhecer que o turismo é uma indústria de paz, porque a sua própria existência depende da paz. À medida que os conflitos ou as guerras saem, o turismo entra e a aldeia global regressa à vida.

É tempo de fazer o possível para que os cidadãos do mundo redescubram o turismo – os seus ganhos económicos, a sua capacidade de criar emprego, a sua celebração das diferenças, o seu poder de construir a reconciliação.

Secretário-Geral António Guterres,

Reitor Paulo Águas,

Colegas:

É tempo de fortalecer o turismo. O nosso mundo está em estilhaços e o turismo pode ajudar a consertá-lo.

E neste momento alto,

É tempo de concluir a minha intervenção, agradecendo à Universidade do Algarve por me conceder o Doutoramento *Honoris Causa*, que aceito e celebro com orgulho. Muito obrigado.

Jafar Jafari

DOCTOR *HONORIS CAUSA* TITLE
AWARDED TO PROFESSOR JAFAR JAFARI
BY THE UNIVERSITY OF ALGARVE

TITLE AWARDED IN FARO

NOVEMBER 16TH, 2022

UNIVERSIDADE DO ALGARVE

FARO

DECEMBER 2023

INDEX

- 49 SPEECH BY THE MAGNIFICENT RECTOR
 PROF. DOUTOR PAULO ÁGUAS
- 55 *LAUDATIO* BY PROF. DOUTOR
 JOÃO ALBINO SILVA
- 65 SPEECH BY THE NEW DOCTOR
 JAFAR JAFARI

SPEECH BY THE MAGNIFICENT
RECTOR PROF. DOUTOR
PAULO ÁGUAS

**SPEECH BY THE MAGNIFICENT RECTOR,
PROFESSOR PAULO ÁGUAS, AT THE JAFAR JAFARI
HONORARY DOCTORATE SESSION**

Good afternoon, welcome to the ceremony to award the title of Doctor *Honoris Causa* to Professor Jafar Jafari.

I'm starting in Portuguese but very soon I will change to English so Professor Jafar Jafari can follow my words.

Dear Professor Jafar Jafari
Dear Professor João Albino Silva
Magnificent Rector of the University of Évora
Members of the Rectoral Team
President of the CCDRALgarve
President of the Academic Association
Military and Security Forces
Honorary Consuls of Spain and Morocco
Directors of Organic Units and other Entities
Regional Directors of Intelligence and Security
Services and Agriculture and Fisheries of Algarve
Members of the Business Community
Dear Participants of the International Conference
on Tourism & Management Studies
Dear Teachers, Researchers, Staff and Students
Ladies and Gentlemen

Thank you very much for your presence

A very special acknowledge to Professor Emeritus João Albino Silva, who will praise the new Doctor *Honoris Causa*. Thank you very much for accepting the invitation. Due to your knowledge of Professor Jafar Jafari's work, you are the most suitable personality to present us the new Doctor *Honoris Causa*.

Finally, my warmest greetings to Professor Jafar Jafari, in which I do with great satisfaction and a very deep respect.

We already consider you as one of us. From today on you will be a part of the University of Algarve forever.

You may not be aware, but your presence at the University of Algarve dates back to 1990. Let me clarify this statement.

In the late 1980s, the Rector Loyd Braga solicited the School of Management, Hospitality and Tourism to develop undergraduate programmes in Tourism and Hotel Management, at that time they were non-existent programmes in the Portuguese Academical System.

The first intake of students was in 1991. But the scientific journals arrived at the library before the students. It was the case of the volume 17, issue 1 of *Annals of Tourism Research*, the most prestigious scientific tourism journal at that time (and still is) founded by Professor Jafar Jafari.

It was a special issue about tourism in the centrally-planned economies of Europe with an editorial addressing a Software Survey Section. Your proposal was to "encourage the open exchange of information on software programs unique to our professional field". Do you remember? These were your words.

Approximately twenty years after the University of Algarve started the subscription of the *Annals of Tourism Research*, we already ran several master's programmes both in the School of Management, Hospitality and Tourism and in the Faculty of Economics and an international PhD Program in Tourism. More recently, Professor Jafar Jafari, himself, stayed with us during one academic year as an Invited Full Professor. At that time, the Rector was João Guerreiro and the Dean of the Faculty was Efigénio Rebelo, who is also the current Dean.

Currently, the Hospitality and Tourism Management research unit with the best overall quality grade by the Portuguese Funding Research Agency is located at the University of Algarve. This is a great achievement and we are quite proud of it.

In fact, since 2019, the University of Algarve is in the world TOP 100 of the Shanghai Ranking in the academic subject of Hospitality and Tourism Management.

It is indeed a great achievement, since size is a critical factor in the Shanghai Ranking methodology. We are, as you know, a small university at

the worldwide scale. Despite that, we have such an amazing position.

Hospitality and Tourism Management is our only academic subject ranked among the 100 best worldwide. And not all Portuguese Universities, bigger than the University of Algarve, have an academic subject ranked in the top 100!

Professor Jafar Jafari, in my opinion, these achievements are also your achievements. Your inspiration and your guidance boosted our performance. Your ability to build and share networks and your "encouragement to the open exchange of information", as you wrote in the editorial of volume 17, issue 1, which I mentioned before, were critical to us.

I'm profoundly grateful to you, but also to the Scientific Committee of the Faculty of Economics, the proponent of this award, and to the Academic Senate which approved this decision unanimously.

Thank you so much.

Paulo Águas

Rector of the University of Algarve

LAUDATIO BY PROF. DOUTOR
JOÃO ALBINO SILVA

**SPEECH AT THE JAFAR JAFARI'S HONORIS CAUSA
DOCTOR CEREMONY BY THE UNIVERSITY OF
ALGARVE**

Magnificent Rector
Madam President of the General Council of the
University of Algarve
President of the Municipal Council of Faro and
other civil and academic authorities
Professor Jafar Jafari
Dear Professors, Researchers and Students
Ladies and Gentlemen

By designation of the competent bodies of the University of Algarve, it is incumbent on me to utter words due to this solemn act of granting the insignia of Doctor *Honoris Causa* to Professor Jafar Jafari.

Although I had the privilege of a very close human and academical interaction, for more than twelve years with Professor Jafar Jafari, I am profoundly honored for this opportunity. The truth is that an economist like myself, hardly has the capacity to evaluate the scientific work of a cultural anthropologist.

I accepted this task, knowing that I probably wouldn't be able to do it justice, but forgive me for the boldness and frankness, I chose to do it because of the pleasure such task would give me.

In fact, the attributes rightly associated to Professor Jafar Jafari—pioneer in the history of tourism studies and one of the outstanding personalities of our time, in the areas of scientific publishing, and the promotion of academic organizations, and interface with the business world of tourism—, if I cannot value them, neither will they be diminished by my words, since they have long been recognized and appreciated by the scientific community and by the most important public and private organizations worldwide.

So, allow me, to begin my intervention by emphasizing that Professor Jafar Jafari is one of the most fascinating personalities of our time in the field of tourism studies and, currently, is the most respected academic worldwide, whether by universities, businesses, governments, world organizations, such as the World Tourism Organization (WTO).

This rare unanimity is the result of his exceptional professional and human qualities, as a professor of merit, author of referenced scientific articles, editor associated with projects of excellence, brilliant lecturer, consultant and facilitator of network building for the study and transfer of knowledge in tourism.

With regards to his contribution to scientific knowledge in the field of tourism, and without the pretense of being exhaustive, Professor Jafari has been a pioneer in analyzing the cultural aspects of tourism, its diversity and societal changes, in reflecting on the sustainability of development processes, as well as in the assessment of the transforming role, and also in the social and economic costs of this activity in developing countries.

His reflective work led him to question the role of teaching and training human resources and, as equally important, he made a very relevant contribution to the analysis of the processes of scientific knowledge in this field.

In numerous books and scientific articles, Professor Jafari has elaborated his holistic view on the evolution of tourism through sequential and, at times, concurrent positions, having associated them with the following platforms: "Advocacy", "Cautionary", "Adaptancy", "Knowledge", and "Public" (Jafari, 1990, 2001, 2007).

Reflecting by his long experience and perspective of analysis, in the role of editor in the scientific journal *Annals of Tourism Research* (1973-2007), and also based on his professional life dedicated to tourism, Professor Jafari has developed a classic evolutionary account, which is as much a synthesis of the history of tourism in its development practice, as it is a summation of its social sciences researches.

Notably, this evolutionary articulation reflects Professor Jafari's preoccupations and insights throughout his academic career.

Professor Jafari's engagement with tourism is described in his autobiographical essay: *Entry into a New Field of Study; Leaving a Footprint* (Jafari, 2007).

With this text, we come to know the start of Professor Jafari's engagement in the touristic activity, which dates back to the early 1960s, when he took a job as a tour guide during his college student years at the University of Isfahan in Iran. This role as a "culture intermediate" helped him gain contact with the tourism industry, and its interactions with many economic and social sectors of the touristic destinations.

This experience was the inspiration for his holistic understanding of tourism, both as an industry and as a sociocultural phenomenon. His fascination with tourism brought him in the mid-1960s to institutions of higher learning in the United States to pursue Bachelor's and Master's degrees in Hotel Administration at Cornell University, and later his Doctorate in Cultural Anthropology at the University of Minnesota.

Upon graduation from Cornell, Professor Jafari continued his academic career as a faculty member at the University of Wisconsin–Stout, teaching in the Hotel and Restaurant Management Program, which was later renamed the Department of Hospitality and Tourism Management.

In the first year of his teaching career, he decided to create a journal named *Annals of Tourism Research*, having its main focus in the articulation of critical voices on tourism as a sociocultural phenomenon.

In the words of Professors Tribe and Xiao (2011), with Professor Jafari's dedication, and full-time devotion, this journal has become the main reference when it comes to scientific journals in the domain of tourism studies.

In addition to his role with *Annals of Tourism Research*, Professor Jafari's chief-editorship of the now publication series, *Tourism Social Sciences Series*, has had equally far-reaching influence on the international tourism research community.

Another platform that serves as a landmark in the landscape of tourism knowledge is the *Encyclopedia of Tourism*, which had its first edition in 2000. As he wrote, since tourism is perhaps the fastest changing and growing field of study, more so because of its multidisciplinary base, the second edition of *Encyclopedia of Tourism* appeared in 2016, and there's a new edition in the making for 2023.

The lifetime commitment to advancing tourism research, education, and scholarship is also seen in Professor Jafar Jafari active facilitation of professional communication, collaborations, and knowledge networks.

Professor Jafari is the founder, and first president (1988–1994) of the *International Academy for the Study of Tourism*. According to the Academy's bylaws, its objectives are "to further the scholarship research and professional investigation of tourism, to encourage the application of findings, and to advance the international diffusion and the exchange of tourism knowledge".

In 1988, Professor Jafari co-founded the TRINET. This network enables tourism researchers to exchange information and participate in discussions or debates on issues related to tourism education and research.

In addition to his above-mentioned roles as disseminator and facilitator, Professor Jafari spares no effort in "feeding" a community of learning and practice in tourism with the edition of the book series *Bridging Tourism Theory and Practice*.

This book series has helped to create "bridges" between academics and practitioners by sharing theories and practices. He is also the Founding President of the *Tourism Intelligence Forum*. This *Forum* has just celebrated in 2021 its third conference in Algarve.

Additionally, we should highlight the importance of Professor Jafar Jafari's trips to support, with his mentorship and contributions, various academic and professional institutions around the world.

It is thanks to Professor Jafari, for example, that the inspiration and design of master's and doctoral programs at the University of Algarve in Portugal, and the University of the Balearic Islands in Spain, can be attributed. The significance of his contributions in countries like India and China also received the attention of Bunelkhand University (India) and Sun Yat-sen University (China), both of which bestowed upon him the honorary title of lifelong professor.

Among his many honors, Professor Jafari is the recipient of the 2005 United Nations World Tourism Organization's Ulysses Award for "Excellence in the Creation and Dissemination of Knowledge". He was also awarded with an *Honoris Causa* doctorate by the University of the Balearic Islands in Spain, in 1998, and University de Las Palmas de Gran Canaria, Spain, in 2021. More recently, after retirement, he was also awarded the title of Emeritus Professor at Wisconsin University.

Magnificent Rector,

The current national and international recognition in the field of tourism studies at our university is the result of an institutional vision and the quality and effort of its professors and students. But it is important to underline the inspiring character and the decisive contribution of Professor Jafar Jafari in this journey.

In view of the arguments presented, which highlight the scientific and pedagogical work

throughout a brilliant and extraordinary career, I request that the insignia of *Honoris Causa* Doctor by the University of Algarve be handed over to Professor Jafar Jafari.

João Albino Silva

Professor Emeritus

Faculty of Economics, University of Algarve

SPEACH BY THE NEW
DOCTOR JAFAR JAFARI

DIVIDED TOURISM IN A BROKEN WORLD TIME FOR FUSION

Magnificent Rector, Professor Paulo Águas,
and other members of the rectoral team
Magnificent Rector of the University of Évora
President of the CCDR Algarve and other regional
entities
Military Authorities and Security Forces
The President of the Academic Association
Honorary Consuls of Spain and Morocco
Directors of Organic Units
Members of Business community
Faculty, Students and Staff
Ladies and Gentlemen

Thank you, Dr. João Silva for your generous introduction. It is a pleasure to address this distinguished audience.

Ladies and gentlemen, it is always difficult to address a mixed audience with diverse academic and professional backgrounds or interests. Those belonging to academia speak one "language", yet tourism practitioners have their own style of communication, and exchange of ideas or

intelligence. In addition, tonight we have many who do not belong to either of these two groups. But perhaps they can relate to tourism as its consumers.

There is not one person in this audience who has never traveled. We have all traveled to other places—to take a vacation, to visit friends and relatives, to attend business meetings, to participate in congresses or events, to go on pilgrimage (be it Fátima or Jerusalem or Mecca), and much more. Therefore, we all are, and have been, consumers of tourism. We all are surrounded by tourism, either as producers or users or both, coupled with the desire or the need to be out there.

Let us think of the two years of COVID-19 when we were immobilized, not able to travel. Think about the sense of imprisonment and suffocation sensed by everyone. Why? Travel is and means mobility, liberation, freedom. Man has always been on the move, nowadays working hard at home in order to play hard at destinations out there.

Ladies and gentlemen, whether you study tourism, or serve tourists, or are simply travelers, we all are in or of tourism. Today, tourism is institutionalized in our lives. Tourism is us, manifesting in different manners or fashions.

On this occasion, there is no need to review the impressive evolution of tourism, about which I have written and given talks, including at this international institution, the University of Algarve. But for the

benefit of those not familiar with the growth and expansion of tourism from the beginning to the present, here are a few quick statements.

Can anybody think of a time that people did not travel? Travel has always been around. It took roots centuries ago, when small, sporadic, dispersed hospitality businesses sprouted to accommodate people on the move. Tourism's importance was recognized after World War II, to rebuild the ruined countries and their struggling economies, soon becoming the largest peacetime movement of peoples in the history of mankind. And "travel" became "tourism". In 2019, it accounted for over 1.8 billion international arrivals, which is hardly 5% of its total volume—domestic and international tourism combined.

At the forefront, economists quantified tourism, sociologist and anthropologist conducted interactional studies, psychologists focused on tourism motivation, geographers mapped the landscape, political science examined its role in international relations, management and marketing fields applied tourism theories.

It is important to note that tourism is not a boundaried field, nor has it a defined direction. Thus, tourism is not any of these named disciplines: it is all of them and more. Tourism is a truly multidisciplinary field of study and a vast multi-sector industry, which has contributed to the making and shaping of today's global village we call home.

No single global disturbance has paralyzed tourism. The industry has strived through September 11, the 2002 Bali bombing, the 2003 SARS, the 2004 Phuket tsunami, repeated national/regional wars, and now COVID-19. Tourism always bounces back. COVID-19 in particular brought tourism to its knees, sent it into a deep hibernation for two long years. The 1.8 billion international arrivals in 2019 came to a standstill in every single country. To illustrate, for example, China alone, 155 million outbound trips, 145 million inbound tourists, and more than 6 billion trips by domestic tourists were made in 2019. Now, think about accommodating and feeding this mega crowd. Even if we assume that each tourist only spent one night and had three meals: 18 billion meals were produced and consumed in relation to China tourism alone. But during COVID-19, all hospitality businesses across China and the globe practically shut down.

When this giant industry was paralyzed, the economic vacuum it created drew unprecedented attention—nationally and internationally. Among others, governments finally realized and acknowledged that tourism plays a major role in their respective GNPs. Without travel and tourism, the global community became disconnected, and jobs were lost (tourism generates 200 million jobs).

On a different front, World Health Organization, Ministries of Health worldwide, International Labor Organization, and other institutions recognized the importance of tourism in the global community.

This recognition was loudly stated when the United Nations invited UNWTO to address its General Assembly in mid-2022.

During COVID-19, everyone questioned whether tourism would bounce back. My answer was short and simple: As soon as COVID-19 checks out, tourism checks in. But I was partly wrong, because tourism returned before COVID-19's end. The cases of Mallorca and Algarve are two telling examples. This sudden return also speaks to the importance of tourism in peoples' lives worldwide.

Viewing it still from a different angle, we see that tourism has two arms: the industry serving tourists and the tourism academia conducting research, coupled with various training and education programs. The former caters to tourists and the latter to students, who in turn are employed by the industry, in addition to supplying theories which shed light on tourism practices.

In the case of the academic community in tourism, it had a humble beginning in the 20th century. By the 1990s, it had contributed to its scientification—to the making and shaping of tourism, for it to advance its position in the world of academia. Its scientification began and moved rapidly by importing knowledge from other fields. Its resulting cumulative outputs, for instance, have already given birth to about 450 academic journals in tourism, with over 10,000 articles published in 2021 alone.

But the industry cannot decode the "thick" academic writings, so most of the findings, knowledge, or intelligence is being circulated within its own academic communities. Indeed, research publications are typically warehoused in libraries or online.

The industry and academia flex their muscles differently and independently. What matters in academia is citation indexes, securing grants, and number of contributions published annually. In the case of industry, the TripAdvisor "index", number of repeat tourists, economic gains, among other things matter. The industry dances to the music that tourists play and the academic community dances to the music of universities. These two distinct value systems do not communicate with each other, and their intelligence cannot easily be exchanged. Unfortunately, the tourism industry and academia do not dance together, even though it takes two to tango. The two have much in common, despite the big gap between them, which must be bridged.

In 2013, nine institutions, including the University of Algarve, architected the Tourism Intelligence Forum (the t-Forum) with the core mission of connecting the two academic and industry banks of tourism. It hosted annual conferences and published somewhat applied books, but the industry and academia have remained disconnected. A few years before the t-Forum, the *Bridging Tourism Theory and Practice* book series was debuted, but to no avail. As the Chinese

proverb states, "A journey of a thousand miles begins with a single step." On this journey, tourism is still taking its initial steps to bring its academic and industry arms together.

What lessons have been learned to move us forward? Tourism has learned much, during the pandemic and before. It is appropriate to list some of the old and a few of the new lessons learned, arguing that learning matters, but the implementation of these lessons matters more.

Time to find ways to bridge theory (the academia) and practice (the industry) for a two-way traffic of intelligence. In the eyes of the industry, academic articles are all talk, and their authors do not walk-the-talk, are not willing to share their knowledge in the fields of practice.

Time for the academia in tourism to distribute its knowledge in broader fields by publishing short, digestible articles for the industry.

Time for universities to give credit to professors who write applied articles for use in various sectors of the tourism industry.

Time to recognize that "Intelligence consists not only of knowledge, but also of the ability to apply knowledge in practice" (Aristoteles (384–322 BC)). Or, to quote Xun Kuang, a Chinese philosopher (312–230 BC), "Tell me and I forget, teach me and I may remember, involve me and I learn".

Time to recognize that tourism is a hands-on and a minds-on industry. The goal is to get students or professionals at any level to become mentally and physically engaged in the learning process, regardless of the subject taught.

Time to add more practical experience to tourism and hospitality education. Other established fields such as medicine and engineering do so. In their role to transfer knowledge, research findings from within the respective academic community find their way to the fields of practice. So why not tourism? The industry rarely takes the time to unearth academic contributions on its own.

Time for tourism to function like the medical and engineering fields, by sharing its practical research findings with industry and assisting with their implementation.

Before COVID-19, tourism was a market-driven industry, with Sun, Sea, Surf, Sand and another S as its apparent appeals. After COVID-19, Safety, Security, Sanitation, Service, Sensitivity, Sustainability, and Satisfaction matters.

Time for the academic community to conduct research on these COVID-19-affected issues, to be downloaded in various tourism sectors.

Time for academia to expand its curriculum package. Social sciences, except economics, have lost grounds in tourism and hospitality education. More Social Science subjects must be brought

back if the new Ss of tourism can be understood and applied.

Today, more than before, tourism employees need to be recalibrated with the ability to empathize with tourists and residents alike. In the eyes of tourists, tourism employees are ambassadors of the host community, and in the eyes of residents, employees are ambassadors of tourism. They need to learn how they can play this dual role. Further, it is already evident that more and more minorities/immigrants are being employed in tourism. These employees also need to empathize with the host and guest populations, and to work with their multi-nationality co-workers. For example, a hotel is like a small United Nations at any given time, with different nationalities among tourists and employees under one roof.

Time for the industry and academia to instill the art and practice of the three-way host-guest-employee empathy.

Time to place more emphasis on in-house training and retraining of professionals and invite academic community to assist.

Time for the industry to recognize that manpower development is not an expense, but an investment—essential to upgrade services and tourist satisfaction.

On another important front, according to UNWTO, 55% of the current tourism workforce is powered by women.

Time to recognize that women will soon dominate the tourism workforce, both in industry and academia, from top to top.

Time to pay closer attention to other trends, such as the growing interest in entrepreneurship, developing and managing small operations in the tourism industry. The G20 economies meeting of UNWTO held yesterday in Bali, emphasized the importance of SMEs and entrepreneurship in tourism.

Time for governments to stop lionizing big tourism businesses by typically keeping them in the center of their attention. Small businesses, when combined, constitute the lion's share of tourism. Who says big is better? Yes, small is beautiful! Friedrich Schumacher said so in the 1970s in his book, *Small Is Beautiful: A Study of Economics as if People Mattered*. Unfortunately, though, governments like big numbers.

Time to pay greater attention to supporting and promoting small tourism communities, village tourism, rural tourism, small operators.

Time for universities to open their doors to Professional Professors; some have done so; the rest should follow this lead.

Time for professors to spend their sabbatical leaves in the industry. Both sides to open their gates, with the welcome mat rolled out.

Time for professors to act not as thesis advisors, but rather as coaches.

Time for the industry to increase its participation in selecting applicants who want to study hospitality and tourism (few do).

Time to give more credit to the applicants who have practical experience, and not just good grades.

Time to re-emphasize multiculturalism and multilingualism, both in academia and in the workplace.

Technology has the tendency to leave its past products behind, to favor newness, standardization, and uniformity, promoting globalization.

Time to remind ourselves that tourism celebrates both the past and present, and significantly, it celebrates differences in the host community, globalization. With this practice, local culture and hospitality can gradually take deeper roots. This is what tourists seek; this is what residents proudly value.

Time to recognize that tourism is a home-grown product, and when developed accordingly, then no two destinations would be alike. Each would have its own character and brand of tourism hospitality. This, in marketing, is known as the unique selling proposition, and this is what tourists seek.

Time for tourism to become sustainable, not just to achieve sustainability in the business sense but also in respect to climate change (COP 27, held recently in Sharm el-Sheikh, Egypt, leads the way forward).

Time to recognize that tourism has many products, some kinder to the climate: for example, slow tourism and local cuisine are friendlier to climate change, and good for the industry, better for the host community.

Time for the industry to recognize that it cannot limit itself to mainly serving tourists but should increasingly cater to the wellbeing of the host population, enhancing the quality of life of residents and increasing the gross national happiness of the local population.

Time to monitor tourist satisfaction, to gauge satisfaction of the host community, to balance the workplace sentiment.

Time for the industry not to limit itself to the popular notion/practice of smart tourism, but to opt for wise tourism (as wise tourism serves both host and guest populations equally). Therefore, instead of Destination Management Organizations, we need Community Destination Management Organizations.

Time to avoid overtourism, instead assessing tourism in the sense of under and over capacity development and management of the destination.

Time not to "work for tourists" but to "work with tourists" and with residents. This way, the spirit of hospitality comes to surface.

Time to further promote cooperation, collaboration, and partnership across the field of tourism. Academia needs the industry, the industry needs academia, and the government needs both.

Time to align the host and guest populations, to align the industry and academia. Tourism has always been a tourist industry, and not a *host* industry.

Time for tourism to become bifocal. Tourism is not to change the community; a well-established destination influences tourists and the industry serving them.

Time to place hospitality at the heart of tourism, as hospitality is the soul and tourism is the body. This can be materialized by placing more emphasis on glocalization options. Let globalization take the backseat.

Time to recognize that tourism has the capacity to benefit all: tourists, residents, tourism employees, and governments. I have advocated this principle in many of my conference talks, with "A Nice Place to Live, is a Nice Place to Visit" as the motto.

And, in closing, **time** for me to make a plea.

Since early times, many articles, books, and conferences have shown the complimentary relationship between peace and tourism. My talk so far has addressed the tourism industry and the academia in tourism. So, I want to end my talk with the concept and practice of peace in relation to tourism. And for this, we need to address governments of our global village. Portugal gives us a window for this opportunity.

One of the well-known citizens of Portugal is **Sr. António Guterres**, the Secretary General of the United Nations. In other words, Sr. Guterres is President of our global village. He has the ears of the governments.

Sr. Guterres, you know that all the 193 member countries of the United Nation are involved in tourism: inbound, outbound, domestic.

Sr. Guterres, tourism is at the crossroad of histories, cultures, civilizations, religions, and much more. Through UN countries, peoples of the world can meet and interact.

Sr. Guterres, invite all your member countries which occupy different neighborhoods in our global village, to open their hearts, doors, gates, and borders, as well as to reduce travel barriers to facilitate freedom of movement in this planet we call home.

Sr. Guterres, years of discussion on conflict resolution in the halls of the United Nations have

had limited success. Give a chance to the people of the world to pass through the named crossroads, based in different countries, to let visitors and their hosts meet and interact.

Time to discover that we are more the same than different. People to people interaction can open doors that governments have closed. Let an army of tourists do the negotiation. Tourism can act as the catalyst for intercultural understanding, conflict resolution, collaboration, rapprochement co-existence, and peace. This is all in support of the Mission of the United Nation: peace, prosperity, and order.

Time to recognize that tourism is a peace industry because its own existence depends on peace. As conflict or war checks out, tourism checks in, and the global village comes back to life.

Time to make it possible for the citizens of the world to rediscover tourism—its economic earnings, its employment capacity, its celebrations of differences, its built-in reconciliatory power.

Secretary-General António Guterres,

Rector Paulo Águas,

Colleagues.

Time to empower tourism. Our world is broken, and tourism can help in mending it.

And on this highpoint,

Time to end my talk by thanking the University of Algarve for bestowing upon me its Doctor *Honoris Causa*, which I proudly accept and celebrate. *Muito obrigado.*

Jafar Jafari

Esta edição DOUTORAMENTO *HONORIS CAUSA* –
JAFAR JAFARI, foi paginada por João Correia,
impresso e encadernado pela Secção de Reprodução
Documental da Universidade do Algarve.

Dezembro de 2023

Depósito legal nº 524004/23

ISBN: 978-989-9127-59-3 (suporte impresso)

978-989-9127-60-9 (suporte eletrónico)
