

RESERVADO

**UNIVERSIDADE TÉCNICA DE LISBOA**  
**INSTITUTO SUPERIOR DE ECONOMIA E GESTÃO**  
**MESTRADO EM DESENVOLVIMENTO E COOPERAÇÃO INTERNACIONAL**

**O ECOTURISMO: UM INSTRUMENTO PARA O  
DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL?**

**SANDRINA MARQUES DINIS**

**Orientação:** Professor Doutor Adelino Augusto Torres Guimarães

**Júri:**

**Presidente:** Professor Doutor Adelino Augusto Torres Guimarães

**Vogais:** Professor Doutor António Jacinto Rodrigues

Professor Doutor Manuel António de Medeiros Ennes Ferreira

**Março/2005**



**UNIVERSIDADE TÉCNICA DE LISBOA**  
**INSTITUTO SUPERIOR DE ECONOMIA E GESTÃO**  
**MESTRADO EM DESENVOLVIMENTO E COOPERAÇÃO INTERNACIONAL**

**O ECOTURISMO: UM INSTRUMENTO PARA O  
DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL?**

**SANDRINA MARQUES DINIS**

**Orientação:** Professor Doutor Adelino Augusto Torres Guimarães

**Júri:**

**Presidente:** Professor Doutor Adelino Augusto Torres Guimarães

**Vogais:** Professor Doutor António Jacinto Rodrigues  
Professor Doutor Manuel António de Medeiros Ennes Ferreira

**Março/2005**

## RESUMO

O ecoturismo tem sido promovido como uma alternativa sustentável ao turismo de massas. É considerado um instrumento para a conservação do ambiente e para a melhoria do bem-estar das comunidades locais. Embora estejam a ser implementados projectos de ecoturismo em vários locais do mundo, a sua aplicação está sobretudo focada nos países em desenvolvimento devido à sua riqueza em áreas naturais e biodiversidade. A manutenção das áreas naturais é efectuada através das receitas provenientes do ecoturismo. Os ecoturistas sentem assim estar a contribuir para a melhoria da sustentabilidade. A participação da comunidade local é um factor muito importante para o sucesso do ecoturismo e este, por sua vez, traz grandes benefícios ao desenvolvimento da comunidade. O presente trabalho pretende discutir, através da análise do turismo num sentido mais lato, do turismo sustentável e do ecoturismo, se o ecoturismo é realmente um instrumento para o desenvolvimento sustentável ou se é apenas uma ideia teórica não aplicável na sua globalidade.

**Palavras-chave:** áreas naturais, ecoturismo, desenvolvimento sustentável, conservação, participação da comunidade, educação ambiental.

## **ABSTRACT**

Ecotourism has been promoted as a sustainable alternative to mass tourism. It is considered as a tool for the environment conservation and the enhancement of the well-being of local communities. Though ecotourism projects are being implemented in the world, its application is focused mainly in developing countries due to their richness of natural areas and biodiversity. The maintenance of natural areas is possible due to revenues provided by ecotourism. In this way ecotourists feel that they are contributing to the improvement of sustainability. Participation of local community is an important factor for the success of ecotourism, and this also brings benefits for communities' development. Through the analysis of tourism in a broader sense, sustainable development and ecotourism, the present work aims to discuss if ecotourism is indeed a tool for sustainable development or if it is just a theoretical idea that difficult to put in practice in a global scale.

**Key words:** natural areas, ecotourism, sustainable development, conservation, community participation, environmental education.

# Índice

Agradecimentos.....	7
Lista de Abreviaturas.....	8
Lista de Quadros.....	9
Lista de figuras .....	10
<b>Introdução.....</b>	<b>11</b>
<b>I - Turismo: Conceitos e Práticas.....</b>	<b>13</b>
1.1 - Conceitos e Definições .....	13
1.1.1 - Conceito de turismo.....	13
1.1.2 - Conceito de turista.....	15
1.2 - Medição do turismo .....	16
1.2.1 - Classificações do turismo .....	17
1.2.2 - Tipos de turismo .....	20
1.2.3 - Distinção entre turismo de massas e turismo alternativo .....	22
1.2.4 - O sistema turístico .....	25
1.2.5 - Medição estatística .....	26
1.3 - O turismo em Portugal .....	28
1.3.1 - Evolução histórica .....	28
1.3.1 – Turismo nacional .....	34
1.3.3 – Turismo internacional.....	35
<b>II – Turismo como vector de desenvolvimento .....</b>	<b>37</b>
2.1 - Benefícios do turismo .....	37
2.1.1 - Efeitos na economia .....	38
2.1.1.1 - Efeitos no Emprego .....	38
2.1.1.2 - Efeitos na Balança de Pagamentos.....	40
2.1.1.3 - Efeitos nos rendimentos .....	42
2.1.2- Efeitos sociais.....	42
2.1.3 - Efeitos ambientais .....	43
2.2 – Efeitos negativos do turismo .....	44
2.2.1 - Efeitos na economia .....	44
2.2.2 - Efeitos sociais e culturais .....	46
2.2.3 - Efeitos ambientais .....	50
2.3 – Turismo Sustentável.....	53
2.3.1 - Desenvolvimento Sustentável .....	53
2.3.2 - O conceito de turismo sustentável.....	54
2.3.2.1 - Promoção internacional do turismo sustentável.....	57
2.3.2.2 - O conceito de “turista verde” .....	60

2.3.2.3 - Planeamento e gestão dos impactos do turismo no ambiente .....	62
2.3.2.4 - Instrumentos para a implementação da qualidade ambiental .....	68
2.3.2.5 - O turismo no espaço rural em Portugal .....	73
2.3.2.6 - “ <i>Pro-poor tourism</i> ”: uma abordagem como instrumento para o alívio da pobreza.....	76
<b>III – Ecoturismo como motor para o desenvolvimento sustentável.....</b>	<b>79</b>
3.1 – Definição .....	79
3.2 – Os Ecoturistas: uma análise das suas características.....	81
3.3 – Relação entre o ecoturismo e outros tipos de turismo alternativo.....	84
3.3.1 – O ecoturismo e o turismo de natureza .....	84
3.3.2 – O ecoturismo e o turismo cultural .....	85
3.3.3 – O ecoturismo e o turismo de aventura .....	86
3.4 – Localizações do ecoturismo .....	87
3.4.1 – Áreas protegidas públicas .....	87
3.4.2 - Áreas protegidas privadas .....	89
3.4.3 – Espaços modificados .....	89
3.5 – O ecoturismo: a “consciência” do turismo sustentável? .....	90
3.6 – Impactos económicos .....	91
3.7 – O ecoturismo nos países em desenvolvimento: uma relação Norte/Sul .....	92
3.8 – Um instrumento para a preservação da natureza.....	94
3.9 – A participação da comunidade .....	95
3.10 – Os parceiros num projecto de ecoturismo .....	99
3.11 - O ecoturismo em Portugal .....	101
3.12 – Os perigos do ecoturismo.....	104
<b>Conclusão .....</b>	<b>107</b>
<b>Bibliografia.....</b>	<b>110</b>

## **Agradecimentos**

Ao Professor Doutor Adelino Torres, orientador desta dissertação, por todo o seu apoio e incentivo, e pela sua disponibilidade constante.

Ao Ricardo, por me ter apoiado tanto durante a elaboração deste trabalho.

Aos meus pais e ao meu irmão, aos quais devo muito e que acreditam sempre em mim.

À Maria Virgínia e ao Luís António por terem deixado que invadissem a sua sala com os meus livros.

À Raquel e ao Duarte que me ajudaram com os problemas logísticos.

À Rita que, ao contar a sua viagem à Guiné-Bissau, me deu a ideia do tema desta dissertação.

Aos meus amigos, Sofia, Ana Teresa, Óscar e Filipa que de longe me deram apoio.

## **Lista de Abreviaturas**

**AET** – Associação de Ecoturismo Toledo

**AIEST** – Association Internationale des Experts Scientifiques du Tourisme

**CNUCED** – Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento

**CST** – Certification for Sustainable Tourism

**DGT** – Direcção-Geral do Turismo

**EIA** – Environmental Impact Assessment

**EMAS** – Eco-Management and Audit Scheme

**EMS** – Sistema de Gestão Ambiental

**ISO** – International Standards Organization

**IUCN** – União Mundial para a Conservação

**LAC** – Limits to Acceptable Change

**NEAP** – Nature and Ecotourism Accreditation Program

**OCDE** – Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Económico

**OMT** – Organização Mundial do Turismo

**ONG** – Organização Não-Governamental

**ONU** – Organização das Nações Unidas

**PNTN** – Programa Nacional de Turismo de Natureza

**PNUA** – Programa das Nações Unidas para o Ambiente

**PPT** – Pro-Poor Tourism

**TER** – Turismo no Espaço Rural

**UE** – União Europeia

**WTTC** – Conselho Mundial de Viagens e Turismo

## Lista de Quadros

Quadro nº 1 – Comparação entre o Turismo de Massas e o Turismo Alternativo .....	24
Quadro nº 2 – Variáveis de Quantificação do Turismo .....	27
Quadro nº 3 – População que Gozou Férias de 2002 a 2004.....	35
Quadro nº 4 - Receitas do Turismo Internacional.....	40
Quadro nº 5 - Receitas do Turismo Internacional por Região .....	41
Quadro nº 6 - Etapas do Impacto Social do Turismo em Pequenas Comunidades.....	49
Quadro nº 7 - Potenciais Efeitos do Turismo no Ambiente em Áreas Protegidas: tipo de impacto negativo dos visitantes que deve ser controlado .....	51
Quadro nº 8 – Princípios do Turismo Sustentável .....	55
Quadro nº 9 – Características do “Novo Turista” .....	61
Quadro nº 10 – Estratégias para Gerir os Impactos do Turismo.....	62
Quadro nº 11 - Razões para as Empresas Privadas Implementarem Medidas Sustentáveis .....	66
Quadro nº 12 - Comparação entre os Programas de Certificação para o Turismo de Massas, Sustentável e Ecoturismo .....	72
Quadro 13 - Estimativa de Dormidas por Países de Residência e por Modalidades em 2004.....	76
Quadro nº 14 – Características do Ecoturismo Duro (“ <i>Hard</i> ”) e Suave (“ <i>Soft</i> ”) como Tipos Ideais.....	83
Quadro nº 15 – Classificação de Áreas Protegidas pela União para a Conservação Mundial.....	88
Quadro nº 16 - Exemplo de um Projecto de Ecoturismo: Comunidade com Sistema Rotativo de “Fornecedores de Refeições” .....	97

## **Lista de figuras**

<b>FIGURA Nº 1 – Ecoturismo e Turismo de Natureza.....</b>	<b>85</b>
<b>FIGURA Nº 2 – Ecoturismo e Turismo Cultural.....</b>	<b>85</b>
<b>FIGURA Nº 3 – Ecoturismo e Turismo de Aventura .....</b>	<b>86</b>



## Introdução

*“Viajei muito embora não saiba realmente como viajar. Gosto de viajar descansadamente deixando entre um país e o seguinte um intervalo que me permita digerir o que vi. Chegando ao novo país, sinto quase o desejo de me instalar, para viver, e “senti-lo” da melhor maneira possível. Eu nunca poderia ser um globetrotter”*

Henri Cartier-Bresson, entrevistado por Sheila Leimer, DNA (13 de Agosto de 2004)

A partir da segunda metade do século XX, com o enriquecimento das classes médias dos países industrializados e a democratização dos meios de transporte, o turismo mudou de escala e passou a desempenhar um papel importante a nível económico e social. Os países em desenvolvimento aproveitaram o crescimento do turismo e a procura de climas quentes, praias paradisíacas e culturas exóticas para impulsionar o seu crescimento económico. Foram efectuados investimentos que, aliados à falta de planeamento e controlo, tiveram graves impactos ambientais.

A preocupação com os efeitos ecológicos do turismo surgiu nos anos sessenta, com a percepção de que as actividades turísticas estavam a alterar completamente regiões. Nos anos oitenta, a realização das primeiras pesquisas sobre o tema e a crescente consciencialização ambiental geral levaram à procura de novas formas de turismo, mais equilibradas. Desenvolve-se então o turismo sustentável, que integra preocupações económicas, ambientais e socio-culturais.

O ecoturismo aparece como um segmento de mercado do turismo. Distingue-se das restantes formas de turismo sustentável por agrupar um conjunto de princípios que visam a preservação dos recursos naturais, a promoção do desenvolvimento socio-económico das comunidades locais e a sensibilização do visitante para as questões da área visitada. Surge assim como um meio para financiar a conservação, para beneficiar directamente as comunidades locais e para satisfazer e educar o turista, promovendo o respeito pelas diferentes culturas.

Apesar do ecoturismo estar presente em países industrializados como o Canadá, os Estados Unidos ou a Austrália, a sua aplicação é sobretudo vista como um instrumento para o desenvolvimento económico e a protecção ambiental dos países em desenvolvimento.

O reconhecimento internacional, resultado da sua evolução constante, surge em 2002, declarado “Ano Internacional do Ecoturismo” pela Organização Mundial do Turismo.

Este trabalho pretende procurar saber, através da análise do ecoturismo e da sua aplicação, se o ecoturismo é um projecto válido. É um instrumento para o desenvolvimento sustentável ou, por ser demasiadamente ambicioso, está condenado ao fracasso?

Para se conseguir perceber o que é o ecoturismo é importante perceber-se o que é o turismo. Assim, no primeiro capítulo definem-se os conceitos e práticas de turismo. A distinção entre turismo de massas e turismo alternativo ajuda a perceber a mudança de um paradigma de turismo convencional para um paradigma “ecológico”. Tratar-se-á transversalmente o turismo em Portugal ao longo deste trabalho, enquadrando-o nos respectivos capítulos: começaremos pela apresentação de uma perspectiva histórica do seu desenvolvimento, analisaremos a situação actual a nível nacional e internacional, descreveremos o turismo no espaço rural em Portugal e, por fim, veremos o que está a ser feito em termos de ecoturismo.

No segundo capítulo, “Turismo como vector de desenvolvimento” serão analisados os impactos positivos e negativos do turismo, aspectos essenciais para percebermos o surgimento de outras formas alternativas de turismo. Estudaremos também o turismo sustentável, de forma a integrarmos devidamente o ecoturismo.

Por fim será analisado o ecoturismo como motor para o desenvolvimento sustentável. Nesse terceiro capítulo veremos em que consiste o fenómeno do ecoturismo através da sua definição e da apresentação dos seus componentes. Questionar-se-á a sustentabilidade, por vezes tida como adquirida, das actividades do ecoturismo. Analisaremos o ecoturismo nos países em desenvolvimento e o seu impacto a nível económico, ambiental e nas comunidades locais. Por fim serão referenciados os perigos do ecoturismo.

# I - Turismo: Conceitos e Práticas

## 1.1 - Conceitos e Definições

### 1.1.1 – Conceito de turismo

Hoje em dia qualquer pessoa sabe o significado da palavra turismo, e provavelmente já se considerou turista. Devido à sua rápida evolução e à sua crescente importância a nível económico surgiu a necessidade de definir mais precisamente este fenómeno. No entanto tal não é tarefa fácil e encontramos várias definições que foram evoluindo ao longo dos anos perante a necessidade de reajustamento às novas realidades e às mudanças sociais (direito a férias pagas, aumentos salariais, redução do tempo de trabalho) e estruturais (melhoria dos transportes). O interesse pelo turismo surge em diversas áreas como a sociologia, a antropologia, a economia, etc., e as diferentes noções resultantes dessas disciplinas levam a que ainda hoje haja um debate sobre o conceito de turismo.

Importa considerar que nas diversas definições encontradas há vários elementos que são frequentemente citados como a deslocação (distância percorrida) relativamente ao lugar de residência, a duração da viagem e os seus motivos.

Em 1937, a Sociedade das Nações descrevia um turista como sendo *“toda a pessoa que viaja por uma duração de 24 horas, ou mais, para um país diferente do da sua residência”*<sup>1</sup>. Esta definição era muito escassa e não satisfazia plenamente, sendo que em 1942, os Professores Hunziker e Krapf elaboraram uma definição que acabou por ser adoptada pela *Association Internationale des Experts Scientifiques du Tourisme* (AIEST) segundo a qual o turismo *“é o conjunto de relações e fenómenos produzidos pelo deslocamento e permanência de pessoas fora do seu local habitual de residência, desde que esses deslocamentos e permanência não sejam motivados por uma actividade lucrativa principal, permanente ou temporária”*<sup>2</sup>. Este conceito inclui os elementos da deslocação fora do seu local habitual e da remuneração (desde que não seja principal), mas não especifica o tempo mínimo ou máximo de permanência.

---

<sup>1</sup> CUNHA, 1997:4

<sup>2</sup> BAPTISTA, 1997:40

Posteriormente, em 1954, a Organização das Nações Unidas (ONU) considerou que um turista era “em geral qualquer pessoa que permaneça num país estrangeiro mais de 24 horas e menos de 6 meses, sem distinção de raça ou religião”<sup>3</sup>. Adoptando este conceito, a ONU acaba por não considerar os residentes que se deslocam dentro do próprio país para fins turísticos, o que é considerado turismo doméstico (ou interno).

Perante a insuficiência das definições apresentadas podemos salientar a da Organização Mundial do Turismo (OMT) que considera que “o turismo compreende as actividades desenvolvidas por pessoas ao longo de viagens e estadas em locais situados fora do seu enquadramento habitual por um período consecutivo que não ultrapasse um ano, para fins recreativos, de negócios ou outros”, e ainda apresenta uma definição de turismo nacional segundo a qual o “visitante nacional” é “toda a pessoa, qualquer que seja a sua nacionalidade, que reside num país e que se desloca a um lugar situado nesse país e cujo motivo principal da visita é diferente do de aí exercer uma actividade remunerada”<sup>4</sup>.

Contudo para vários autores estas definições ainda pecam por serem demasiado gerais, incluindo não só as pessoas que se deslocam em lazer, mas também as que se deslocam em negócios, por motivos de saúde, educacionais, etc. Estes autores discordam do facto de se poder considerar que uma viagem de negócios é turismo desde que a remuneração não seja proveniente do país visitado, uma vez que consideram que é muito difícil saber se a pessoa que foi assistir a uma conferência ou a uma reunião não vá obter rendimentos provindos do país para o qual se deslocou.

É muitas vezes citada a definição de Mathieson e Wall para os quais “turismo é o movimento temporário de pessoas para destinos fora dos seus locais normais de trabalho e de residência, as actividades desenvolvidas durante a sua permanência nesses destinos e as facilidades criadas para satisfazer as suas necessidades”<sup>5</sup>, estando já incluída uma referência ao conceito económico de satisfazer as necessidades dos turistas, implicando uma relação de procura e oferta.

Continuando dentro das definições económicas do turismo, Licínio Cunha considera que “o turismo abrange todas as deslocações de pessoas quaisquer que sejam as suas motivações,

---

<sup>3</sup> BAPTISTA, 1997:39

<sup>4</sup> CUNHA, 1997: 7

*que obriguem ao pagamento de prestações e serviços durante a sua deslocação e permanência temporária fora da sua residência habitual superior ao rendimento que, eventualmente, auferam nos locais visitados<sup>6</sup>”.*

Estas várias definições foram apresentadas para dar uma ideia da evolução do conceito e da dificuldade, consoante as áreas de estudo, de considerar o fenómeno turístico. Por exemplo, uma definição económica de turismo não irá satisfazer o sociólogo ou o antropólogo.

### **1.1.2 - Conceito de turista**

Ao longo da discussão sobre o conceito de turismo, levantou-se também a questão da definição de turista, importante para perceber o fenómeno em si. A palavra turista começou a ser utilizada no século XVIII na sociedade inglesa de classe alta para se referir aos jovens que efectuavam uma viagem ao continente a fim de complementarem a sua educação. A expressão é designada “*grand tour*” (um galicismo da língua inglesa), significando “grande volta” e, mais tarde, os que faziam essa viagem passaram a ser designados de “*tourists*”. O escritor francês Stendhal introduziu o termo em França, em 1840, no seu livro “*Mémoires d’un touriste*”<sup>7</sup>. Em Portugal, a palavra turismo acabará por entrar definitivamente no vocabulário português com a realização, em 1911, do IV Congresso Internacional de Turismo em Lisboa<sup>8</sup>.

No século XIX, um turista era aquele que viajava por prazer. Com o tempo houve uma evolução do sentido do termo e tornou-se necessário referir a deslocação para fora da residência habitual e a não-remuneração (para não se incluírem as pessoas que vão exercer a sua profissão noutro país) como elementos componentes da sua definição. Levantou-se então a questão dos excursionistas, que se deslocam fora da sua residência habitual tanto dentro do seu país como no exterior e que regressam a casa no próprio dia. Estes não são considerados turistas mas sim visitantes.

---

<sup>5</sup> CUNHA, 1997:9

<sup>6</sup> Idem:9

<sup>7</sup> Ibidem:3

<sup>8</sup> DOMINGUES, 1997: 311

Muitas definições de turismo utilizam o termo visitante para designar os turistas. Tal como adverte Licínio Cunha<sup>9</sup>, convém efectuar a distinção entre estes dois termos que muitas vezes são utilizados com o mesmo sentido. Os visitantes são designados como todas as pessoas que chegam à fronteira de um país, e os turistas são os que permanecem mais de 24 horas.

A ONU apresentou uma definição desses três termos, em que o visitante é a pessoa que se desloca temporariamente para fora da sua residência habitual, quer seja no seu próprio país ou no estrangeiro, por uma razão que não seja a de aí exercer uma profissão remunerada; o turista é o visitante temporário que permanece no local visitado mais de 24 horas; e o excursionista um visitante temporário que permanece menos de 24 horas fora da sua residência habitual<sup>10</sup>.

Podemos então dizer que o grupo dos visitantes é composto pelos turistas e os excursionistas. Estes conceitos apresentados servem sobretudo para obter dados estatísticos sobre o turismo, em que importa o registo de entrada de visitantes e a distinção entre os turistas e os excursionistas.

## **1.2 - Medição do turismo**

O debate sobre a definição do turismo procura também encontrar uma forma mais prática de o medir nas suas componentes e em termos estatísticos. A crescente importância do turismo na sociedade e o facto de ter um carácter universal tornam-no um fenómeno complexo, que incide em várias actividades económicas e que implica uma grande movimentação de pessoas para diversos destinos.

A medição do turismo interessa cada vez mais instituições como a OMT, a Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Económico (OCDE) e a União Europeia (UE), que pretendem, através da análise dos dados recolhidos, efectuar comparações e compreender melhor o que alguns chamam de “indústria do turismo”.

---

<sup>9</sup> CUNHA, 1997: 6

<sup>10</sup> CUNHA, 1997: 7

A dinâmica económica do sector turístico envolve uma relação de procura e de oferta, tendo sempre em vista a satisfação do turista e, mais recentemente, a preocupação com a preservação do património natural e cultural. Nesse sentido, é necessário considerar alguns elementos do fenómeno turístico.

### 1.2.1 - Classificações do turismo

No seu livro *Economia e Política do Turismo* Licínio Cunha desenvolve várias classificações de turismo de acordo com os factores que o influenciam. Podemos assim salientar<sup>11</sup>:

a) Quanto à origem dos visitantes<sup>12</sup>:

- Turismo doméstico ou interno (*domestic tourism*): refere-se aos residentes de um país que viajam dentro do próprio país;
- Turismo receptor (*inbound tourism*): refere-se às visitas ao país por não residentes;
- Turismo emissor (*outbound tourism*): representa as saídas dos residentes de um país para outro ou vários países.

As três formas apresentadas resultam assim nas seguintes categorias:

- Turismo interior: efectuado dentro das fronteiras de um país e composto pelo turismo doméstico e receptor;
- Turismo nacional: abrange os movimentos dos residentes de um país e é composto pelo turismo doméstico e emissor;
- Turismo internacional: refere-se às deslocações que implicam atravessar uma fronteira sendo composto pelo turismo receptor e emissor.

Apesar da ênfase dada ao turismo internacional, pela sua relevância em termos económicos, importa salientar que o turismo doméstico tem tido uma evolução considerável.

---

<sup>11</sup> BRITO, 2003:59

b) Quanto ao efeito na Balança de Pagamentos:

A importância do turismo para o desenvolvimento económico de um país pode ser medida de diversas formas, mas a que suscita maior atenção é a que avalia a sua repercussão na Balança de Pagamentos.

Podemos assim considerar que o turismo externo se subdivide em turismo externo activo e turismo externo passivo. Estamos perante o primeiro caso quando a entrada de visitantes estrangeiros num país, consumindo e assim permitindo a entrada de divisas, tem um efeito activo na Balança de Pagamentos. Esta forma de turismo é também designada por “turismo de exportação”. Já a saída de residentes tem um efeito passivo sobre a balança por haver saída de divisas (“turismo de importação”).

c) Quanto à duração da permanência:

Considerando este factor podemos distinguir:

- Turismo de passagem: limitado ao período de tempo necessário para se alcançar o destino final;
- Turismo de permanência: período de tempo variável numa localidade ou país que inclui pelo menos uma dormida. Esse tempo de permanência depende sobretudo do objectivo da viagem, das condições do local visitado por forma a convencer o turista a permanecer mais tempo, do país de origem, da duração das férias e das suas motivações.

Relativamente às receitas auferidas pelo turismo, importa salientar que a duração da estada é tão importante quanto o número de turistas. De facto pode haver muitas chegadas, mas se os turistas permanecerem poucos dias não vão gerar receitas. As condições e os atractivos do local visitado têm de ter capacidade para reter o turista. Essa capacidade depende de vários factores como as condições naturais (paisagem, praia, termas, clima), os investimentos realizados (infra-estruturas, alojamentos, parques de diversões) e a capacidade criativa (festivais, desenvolvimento de actividades culturais).

---

<sup>12</sup> Divisão de acordo com as metodologias adoptadas pela OMT e pelo EUROSTAT.

d) Quanto aos meios utilizados:

O turista tem à sua disposição várias formas de transporte. Podemos assim distinguir o turismo ferroviário, náutico, aéreo e rodoviário. O transporte constitui um elemento fulcral para o viajante, facilitando a oferta turística mas também reduzindo o tempo de deslocação. Ultimamente os meios de transporte mais utilizados são o automóvel e o avião, tendo-se este último democratizado recentemente. No interior das regiões a via mais utilizada é a terrestre, o que mostra bem que o desenvolvimento de infra-estruturas rodoviárias é um ponto importante para o desenvolvimento do turismo. Dependendo do sítio para onde um viajante se quer deslocar existem hoje várias hipóteses, podendo ser apanhados comboios rápidos ou voos de meio curso que permitem ligações entre redes mais complexas de aeroportos e estações de caminhos-de-ferro<sup>13</sup>.

e) Quanto ao grau de liberdade administrativa:

O grau de liberdade administrativa resulta das regulamentações existentes nos países emissores ou receptores, havendo assim distinção entre turismo livre e turismo dirigido. Um país emissor pode decidir por razões políticas ou económicas (dificuldades na Balança de Pagamentos) limitar a saída dos seus residentes através de várias restrições (na emissão de documentos, por exemplo). Da mesma forma um país receptor pode restringir a entrada de visitantes estrangeiros ou as deslocações no interior do país. Convém salientar que devido à importância do turismo a nível económico e à globalização esses condicionamentos são cada vez menos aplicados.

f) Quanto à organização da viagem:

Um turista pode decidir organizar a viagem de diversas formas. Pode optar pelo turismo individual, escolhendo o programa da viagem e podendo modificá-lo quando quiser, ou pode viajar colectivamente, recorrendo a uma agência de viagens em que o programa é fixo, tudo é organizado previamente e o preço cobre a totalidade do programa.

---

<sup>13</sup> BRITO, 2003: 32

Apesar do turismo individual (que pode ser praticado em grupo) ser muito frequente, cada vez mais pessoas recorrem a viagens organizadas, graças a preços mais competitivos e ao acesso a viagens por camadas mais vastas da população.

Outros autores, como Lickorish e Jenkins, definiram as principais características dos movimentos dos viajantes. Estas oferecem informações relevantes para definir o impacto económico do turismo. De acordo com estes autores as principais características são<sup>14</sup>:

- a) Variação consoante as épocas do ano, tráfego por mês;
- b) Duração da estadia;
- c) Objectivo da visita (lazer, negócios, saúde);
- d) País e local de residência;
- e) Destino e locais visitados;
- f) Informações sócio-demográficas (sexo, idade, rendimento, educação);
- g) Gastos;
- h) Comportamento na viagem (opção de alojamento e transporte).

A análise destas características e dos dados resultantes permite identificar tendências e preferências dos turistas, sendo muito úteis para estratégias de planeamento e marketing.

### **1.2.2 - Tipos de turismo**

Se o turismo começou por ser uma actividade aristocrática e limitada às classes com maiores rendimentos, hoje em dia abrange uma grande parte das camadas sociais. Viajar reflecte a decisão do homem de sair da sua residência habitual baseada em diversas razões. Para tomar essa decisão entram em conta duas determinantes principais: o nível de rendimento e o tempo livre disponível. De facto, é consoante o nível de rendimento e a quantidade de dias disponíveis que será escolhida a duração das férias e o seu destino. Tendo por base estas determinantes, surge ainda um factor muito importante que condiciona a escolha de um tipo de turismo: a motivação.

---

<sup>14</sup> LICKORISH e JENKINS, 2000: 63



Assim, de acordo com a enumeração de Licínio Cunha podemos destacar os diferentes tipos de turismo<sup>15</sup>:

- a) Turismo de recreio: praticado por pessoas que têm prazer em viajar para mudar de lugar, para verem paisagens bonitas ou as distrações das grandes cidades. Este tipo de turismo é definido pelo autor como sendo heterogéneo devido às diferentes concepções de prazer consoante o gosto, o meio socio-económico e o carácter das pessoas;
- b) Turismo de repouso: praticado por pessoas que necessitam de recuperar do stress e da vida do dia-a-dia. Pretende-se um relaxamento físico e mental, procurando-se assim locais calmos em contacto com a natureza. Este tipo de turismo é sobretudo praticado por pessoas oriundas de grandes centros urbanos;
- c) Turismo cultural: praticado por pessoas que desejam aumentar os seus conhecimentos. Escolhem-se preferencialmente os centros culturais, os museus, os locais históricos, de peregrinação, etc.
- d) Turismo de negócios: movimento cada vez mais frequente, no qual se podem citar as reuniões, feiras internacionais, exposições, etc. Tem relevância para os serviços turísticos também por ser praticado fora das épocas de férias. No entanto, alguns teóricos não consideram as viagens de negócios um tipo de turismo, por não haver liberdade na escolha do destino, nem na época da deslocação. Há que salientar, contudo, que nessas viagens há tempos livres que são ocupados com a utilização de serviços turísticos.
- e) Turismo político: trata-se de um tipo específico de turismo, no qual há uma movimentação importante de pessoas para reuniões ou acontecimentos políticos (como no caso das comemorações). Assemelha-se ao turismo de negócios.
- f) Turismo étnico e de carácter social: praticado por pessoas que pretendem visitar amigos, parentes e organizações ou participar na vida comum de certas localidades. Incluem-se neste grupo as viagens de núpcias e as realizadas por razões de prestígio social. Essas viagens são sobretudo efectuadas por jovens que pretendem aumentar os seus conhecimentos ou integrar organizações ou manifestações juvenis.

---

<sup>15</sup> CUNHA, 1997:25

Já para Celestino M. Domingues, o turismo social pode ser definido como “*organizado por instituições de carácter sócio-profissional, destinado a indivíduos ou grupos sociais de fracas rendimentos*”<sup>16</sup>. De facto, esse tipo de turismo permite que pessoas de camadas sociais mais baixas possam usufruir do prazer de viajar, considerado hoje em dia como um elemento saudável, enriquecedor, e que deveria estar ao alcance de todos.

Relativamente à enumeração de Licínio Cunha, alguns autores consideram que, para além dos apresentados, existem outros tipos de turismo. João Martins Vieira enumerou na sua obra *A Economia do Turismo em Portugal* os seguintes tipos: turismo de lazer, natureza, histórico (interesse pelos monumentos, museus, ruínas etc.), cultural, étnico, religioso (interesse nas peregrinações, romarias etc.), desportivo (interesse pela prática de actividades desportivas), enoturismo e turismo de aventura.

Já segundo Mário Baptista os turismos étnico, cultural, histórico, ambiental, recreativo e religioso inserem-se no turismo alternativo.

### **1.2.3 - Distinção entre turismo de massas e turismo alternativo**

De privilégio das camadas mais elevadas da sociedade o turismo passou, na segunda metade do século XX, a ser reconhecido como um direito de qualquer cidadão, uma necessidade social. Essa democratização do turismo traduziu-se numa vontade crescente de viajar e fazer turismo.

Perante a rápida evolução dos movimentos turísticos e a escolha pelos turistas de locais pouco desenvolvidos que não pertenciam aos grandes centros urbanos, os governos e as empresas privadas perceberam a importância do turismo para os vários sectores económicos e começaram a investir para satisfazer as necessidades e, sobretudo, captar a atenção de cada vez mais turistas<sup>17</sup>. Foram desenvolvidos vários empreendimentos como estâncias balneares, de esqui (para a época de Inverno), hotéis e sistemas de transportes, entre outros.

---

<sup>16</sup> DOMINGUES, 1997:312

<sup>17</sup> BAPTISTA, 1997:176

Contudo, tanto os movimentos desencadeados pelos turistas como os empreendimentos feitos sem planeamento levaram ao que Mário Baptista apelidou de “*saturação dos centros turísticos*”, levando à degradação do ambiente e dos patrimónios histórico e cultural.

A massificação do turismo levou à necessidade de se voltar a um turismo de maior qualidade, longe dos centros turísticos e das hordas de pessoas. São as diferentes motivações e interesses dos turistas que acabam por diferenciar o turismo de massas do turismo alternativo.

O turismo de massas é definido por Licínio Cunha como o “*realizado pelas pessoas de menor nível de rendimentos, viajando, na sua maioria, em grupos, sendo escassos os seus gastos, a sua permanência de curta duração, ocupando, em regra, os estabelecimentos hoteleiros de menor categoria e os meios complementares de alojamento*”<sup>18</sup>. Relativamente ao turismo de massas podemos ainda citar Celestino M. Domingues, que considera essa forma de turismo como sendo organizada “*para grandes fluxos de veraneantes, praticado em zonas amplamente desenvolvidas e onde existem estruturas adequadas para o efeito. O turismo de massa é um fenómeno moderno, posterior ao último conflito mundial. Os grandes fluxos correm de norte para sul(...)*”<sup>19</sup>.

Em contraposição, “turismo alternativo” é um termo geral que inclui uma grande variedade de estratégias turísticas como o “turismo responsável”, o “turismo rural”, o “turismo verde” ou “ecológico”, entre outros, procurando-se sempre praticar um turismo menos prejudicial em termos ambientais.

João Martins Vieira, citando David B. Weaver, elaborou um quadro de comparação entre o turismo de massas e o turismo alternativo.

---

<sup>18</sup> CUNHA, 1997:17

<sup>19</sup> DOMINGUES, 1997:312

### Quadro nº 1 – Comparação entre o Turismo de Massas e o Turismo Alternativo

Variável	Turismo de Massas Convencional	Turismo Alternativo
<b>Alojamentos:</b>		
Padrões especiais	Costeiros, alta densidade	Dispersos, baixa densidade
Escala	Grande dimensão, integrados	Pequena escala, estilo caseiro
Propriedade	Estrangeira, multinacional	Local, familiar, pequenas e médias empresas
<b>Mercado:</b>		
Volume	Elevado	Baixo
Origem	Um mercado dominante	Sem mercado dominante
Segmento	Psicocêntrico <sup>20</sup>	Alocêntrico <sup>21</sup>
Actividades	Água/Praia/Vida nocturna	Natureza/Cultura
Sazonalidade	Inverno/Estação alta	Sem estação dominante
<b>Economia:</b>		
Estatuto	Sector dominante	Sector suplementar
Impacto	Sector muito dependente de importações/repatriação de lucros	Sector não dependente de importações/lucros retidos no país

Fonte: VIEIRA, 1997:42 (segundo WEAVER, 1991:415)

O turismo de minorias, expressão utilizada por Licínio Cunha em contraposição ao turismo de massas é muitas vezes apelidado de turismo de qualidade. Porém, tem de ser feita a diferença entre *turismo de qualidade* e *qualidade do turismo*. O primeiro termo refere-se a destinos e alojamentos de luxo escolhidos por pessoas com maiores possibilidades económicas, enquanto que o segundo se refere a uma forma mais consciente de turismo,

<sup>20</sup> Por psicocêntrico entende-se um tipo de turistas que tem um interesse limitado pelo mundo exterior e se concentram neles próprios.

<sup>21</sup> Um turista alocêntrico procura conhecer o mundo à sua volta e novas actividades, mostrando curiosidade e interesses diversos.

tanto ao nível da oferta como ao nível da procura, mantendo uma preocupação constante com a defesa do ambiente e património cultural<sup>22</sup>.

David Fennell considera, relativamente aos países em desenvolvimento, que a exploração turística, muitas vezes efectuada por multinacionais oriundas de países industrializados, não só utiliza os recursos naturais e culturais como deixa rendimentos muito reduzidos às populações locais. O turismo alternativo, em oposição, procura garantir que as políticas turísticas não se concentrem unicamente em necessidades económicas e técnicas, mas que também considerem a preservação do ambiente e as necessidades das populações locais. Assim, o turismo alternativo procura proporcionar aos países meios para eliminar as influências do exterior e sancionar projectos, permitindo que os habitantes locais participem no seu desenvolvimento<sup>23</sup>.

Convém salientar que o turismo alternativo não pretende substituir o turismo de massas. É uma forma diferente de fazer turismo mas que não é praticada por todas as pessoas. De facto, depende muito do comportamento, das motivações e dos interesses dos turistas. Nem todas as pessoas gostam de organizar elas próprias todos os detalhes da viagem, de aprender línguas diferentes para poder pedir alojamentos ou alimentos. O turismo de massas é também essencial devido ao seu peso económico na balança de pagamentos dos países receptores, pelo que será necessário encontrar formas de o tornar menos destruidor para o património natural e cultural.

#### **1.2.4 - O sistema turístico**

De acordo com Mário Baptista os factores que compõem o “sistema funcional do turismo” são as atracções, os serviços turísticos, os transportes, as infra-estruturas básicas, os sistemas de informação e direcção, e os mecanismos de promoção e comercialização<sup>24</sup>.

Cláudia Henriques enfatiza a inter-relação entre o sistema turístico e o sistema económico por o primeiro conter uma componente económica reflectida na oferta e na procura<sup>25</sup>.

---

<sup>22</sup> CUNHA, 1997:19

<sup>23</sup> FENNELL, 2003:4

<sup>24</sup> BAPTISTA, 1997:49

<sup>25</sup> HENRIQUES, 2003:30

O sistema turístico é composto pelos turistas, pelos vários intervenientes do sistema turístico que dão resposta à procura dos turistas (tais como os estabelecimentos hoteleiros, os transportes aéreos, os operadores turísticos e as agências de viagens e de turismo, que alguns autores denominam globalmente de indústria turística) e pelo elemento geográfico, que vai permitir delimitar zonas turísticas em função dos seus atractivos.

Cada destino turístico tem as suas próprias características, desenvolvem-se “*modelos sistémicos específicos para cada um desses destinos*”<sup>26</sup>. Os modelos sistémicos são influenciados por factores externos (como por exemplo modas, concorrência, segurança).

A definição de planos de gestão e de marketing é de extrema importância para levar até ao cliente os produtos turísticos que derivam do sistema<sup>27</sup>.

### **1.2.5 - Medição estatística**

A identificação das várias componentes do turismo é necessária para se poder obter dados mais concretos sobre o turismo. No entanto, as estatísticas do turismo levantam ainda dúvidas relativamente à sua metodologia. Os governos, reconhecendo a importância do turismo no desenvolvimento económico, procuram obter dados que possam definir políticas macroeconómicas. Estes dados não são contudo suficientes para os operadores turísticos que precisam de definir técnicas de marketing e antecipar evoluções nos comportamentos.

O Estado, além de beneficiário, também é, em parte, um interveniente no sistema turístico, permitindo as entradas e saídas de visitantes e também porque muitos meios de transportes, museus e monumentos lhe pertencem.

Os dados fornecidos à OMT pelos governos, numa base de colaboração e de boa vontade, são muitas vezes insuficientes, e o facto de não existir uma definição metodológica universal dificulta a sua medição. A OMT e a EUROSTAT tentam encontrar uma metodologia para obter dados estatísticos que reflectam a realidade do fenómeno turístico a vários níveis<sup>28</sup>.

---

<sup>26</sup> HENRIQUES, 2003:30

<sup>27</sup> *Idem*:31

<sup>28</sup> LICKORISH e JENKINS, 2000:60

Lickorish e Jenkins identificam quatro categorias de estatísticas de turismo, baseadas na procura e na oferta, nas quais<sup>29</sup>:

- do lado da procura importam os registos de tamanho, volume e valor (volume de tráfego e gastos) e as informações sobre o mercado (análise sobre tendências e preferências);
- do lado da oferta, se destacam a capacidade (serviços, infra-estruturas) e os registos de produção.

João Martins Vieira salientou, dentro das considerações efectuadas relativamente à procura e à oferta, as variáveis mais utilizadas para quantificar o fenómeno turístico<sup>30</sup>.

### Quadro nº 2 – Variáveis de Quantificação do Turismo

PROCURA	OFERTA
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nível global               <ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Entrada de visitantes residentes no estrangeiro:                   <ul style="list-style-type: none"> <li>- excursionistas</li> <li>- turistas</li> </ul> </li> <li>⇒ Receitas de vendas e despesas com a compra de serviços turísticos registadas na Balança de Pagamentos.</li> </ul> </li> <li>• Nível empresarial               <ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Infra-estruturas de alojamento e restauração:                   <ul style="list-style-type: none"> <li>- dormidas de nacionais e de residentes no estrangeiro</li> <li>- refeições fornecidas</li> </ul> </li> <li>⇒ Infra-estruturas de transportes:                   <ul style="list-style-type: none"> <li>- passageiros transportados</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Infra-estruturas de alojamento e restauração:               <ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ N° de unidades existentes;</li> <li>⇒ N° de quartos (e camas) disponíveis;</li> <li>⇒ N° de lugares em estabelecimentos de restauração com interesse para o turismo.</li> </ul> </li> <li>• Infra-estruturas de transportes:               <ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ N° de lugares oferecidos</li> </ul> </li> <li>• Nível macroeconómico               <ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Contribuições para o PIB;</li> <li>⇒ Volume de emprego gerado pelas empresas e pelos serviços públicos prestadores de serviços relacionados com o turismo.</li> </ul> </li> </ul>

Fonte: VIEIRA, 1997: 47 (adaptado)

<sup>29</sup> LICKORISH e JENKINS, 2000:61

<sup>30</sup> VIEIRA, 1997: 47

Importa referir, nem que seja só de passagem, a denominada Conta Satélite do Turismo, outra forma de medir o turismo e que é um instrumento de natureza macroeconómica que tem como objectivo avaliar a importância da actividade económica do turismo num país. O seu funcionamento está relacionado com o Sistema de Contas Nacionais, e *“implica a definição de critérios que permitam imputar ao turismo as actividades económicas que se entenda aí serem imputadas”*<sup>31</sup>. Este instrumento no entanto ainda é pouco utilizado.

Por fim salientamos que a divulgação de dados estatísticos sobre os fluxos turísticos tem sido efectuada regularmente pela OMT e pelos governos de cada país através das suas instituições (como em Portugal pela Direcção-Geral do Turismo e o Instituto Nacional de Estatísticas). A UE, através da EUROSTAT, tem publicado alguns estudos, mas não de forma regular. Cada vez mais empresas se ocupam do tratamento de dados relativos ao turismo. No entanto, devido a uma falta de metodologia comum e a um rigor que não pode ser fidedigno, esses estudos não têm sido considerados seriamente.

## **1.3 – O turismo em Portugal**

### **1.3.1 - Evolução histórica**

O clima ameno e o seu litoral repleto de praias colocam Portugal num lugar privilegiado como destino turístico de sol e praia. Começemos por uma breve referência à evolução do turismo no território português.

O turismo português desenvolveu-se tardiamente relativamente a outros países da Europa. Como refere José da Cruz Lopes<sup>32</sup> só em finais do século XIX é que se começam a desenvolver as primeiras infra-estruturas turísticas. Convém salientar que o turismo era sobretudo nacional, dominado pelas classes altas da sociedade que passavam os meses estivais nas casas de campo no interior de Portugal ou nas termas.

As termas eram visitadas pelos seus benefícios para a saúde mas também como lugar onde se ia para “ver e ser visto”. As estâncias termais contribuíram para o desenvolvimento

---

<sup>31</sup> BRITO, 2003:62

<sup>32</sup> LOPES, 2003:21

económico de algumas localidades (ou regiões) do interior que estavam isoladas<sup>33</sup> e que começaram deste modo a ter mais destaque.

O turismo balnear era sobretudo frequentado por pessoas de Lisboa, Porto ou Coimbra que se deslocavam às praias para poderem beneficiar das propriedades terapêuticas do “ar e banhos do mar”. A ida à praia começou a generalizar-se levando ao desenvolvimento de localidades ou eixos que entraram na moda, como o de “*Pedrouços-Cascais, em Lisboa, Foz do Douro-Leça, no Porto, Póvoa de Varzim-Vila do Conde, Espinho e Figueira da Foz*”<sup>34</sup>. No início do século XX surgiu o interesse por certas localidades na costa algarvia. O turismo interno desenvolvia-se assim no litoral para aproveitar as praias e no interior nas estâncias termais, enquanto que o turismo internacional preferia Lisboa e a Madeira, neste último caso devido ao interesse dos ingleses pela ilha e seu clima.

Em 1911 (a 12 de Maio) Lisboa acolheu o IV Congresso Internacional de Turismo. Este contribuiu para um importante desenvolvimento institucional, já que serviu de incentivo à criação, no mesmo ano, da Repartição de Turismo, a primeira organização oficial do turismo português, integrada no Ministério de Fomento<sup>35</sup>. Portugal passou assim a ser o terceiro país da Europa a ter um organismo institucional que trata da questão do turismo (depois da Áustria e da França).

Segundo José da Cruz Lopes, a Repartição de Turismo “seguiu os passos” da Sociedade de Propaganda de Portugal<sup>36</sup>. Esta sociedade privada já existia em Portugal desde 1906, contava cerca de dez mil sócios e teve particular importância para a divulgação do turismo. Licínio Cunha destaca o papel fundamental desta sociedade no desenvolvimento de iniciativas tais como o lançamento da primeira navegação marítima entre Lisboa e Nova Iorque e na promoção de investimentos turísticos, tendo a perfeita noção de que era importante agradar ao turista e retê-lo mais tempo na sua visita<sup>37</sup>. Porém, apesar dessas medidas, as entradas de turistas internacionais no país ficavam aquém das entradas registadas noutros países europeus, como a França ou a Itália.

---

<sup>33</sup> BAPTISTA, 1997:27

<sup>34</sup> LOPES, 2003:22

<sup>35</sup> CUNHA, 1997:89

<sup>36</sup> LOPES, 2003:23

<sup>37</sup> CUNHA, 1997:89

O período das duas Grandes Guerras e a Guerra Civil Espanhola contribuíram para o fraco desempenho turístico da Península Ibérica na primeira metade do século XX, apesar de haver uma crescente consciência interna da situação geográfica privilegiada e dos atractivos naturais de Portugal em termos turísticos, tanto a nível de clima como de paisagem. Foram efectuados esforços e reconheceu-se a necessidade de reformar as iniciativas turísticas, o que levou ao lançamento de representações turísticas no exterior. Em 1930 é criada a Comissão de Propaganda do Turismo de Portugal no estrangeiro. Um ano depois surgem as Casas de Portugal em Londres e Paris, e dois anos mais tarde a de Antuérpia<sup>38</sup>.

No entanto, será a partir dos anos cinquenta que se vai notar um claro crescimento no turismo internacional, conduzindo à “batalha do turismo em duas frentes”, segundo uma expressão de José da Cruz Lopes. A primeira frente refere-se à crescente entrada de turistas estrangeiros, e a segunda à valorização do turismo no seio das instituições administrativas<sup>39</sup>.

A percepção do turismo como factor de influência em várias áreas económicas foi importante para que este passasse a ser encarado e tratado com mais seriedade e realismo. Percebeu-se que só a beleza das paisagens, o clima favorável, a qualidade das praias e estâncias termais não eram suficientes para cativar o interesse do turista se este não encontrasse conforto na estadia e facilidade em deslocar-se. No âmbito das iniciativas tomadas para agradar ao turista começa-se a perspectivar a criação de mais hotéis e pousadas, e a melhoria das estradas e redes de transportes.

Estas medidas resultaram num aumento do desenvolvimento turístico que se reflectiu na economia, “*ultrapassando, em termos de receitas externas, exportações de alguns produtos tradicionais como a cortiça e o vinho do Porto*”<sup>40</sup>. O aumento das receitas externas provenientes do turismo levou a que se considerasse o turismo como factor de desenvolvimento económico, uma vez que este poderia cobrir as importações necessárias para o crescimento económico de Portugal.

Em meados da década de sessenta assiste-se a uma viragem no panorama do turismo com o seu rápido desenvolvimento. A dinâmica do turismo em Portugal assenta em três pontos -

---

<sup>38</sup> CUNHA, 1997:90

<sup>39</sup> LOPES, 2003:24

Lisboa, Madeira e Algarve. Este último beneficia, tal como a Espanha, do interesse dos turistas pelo sul mediterrânico, que lhes permite escapar aos rigorosos Invernos e à falta de Sol característica no Norte da Europa<sup>41</sup>.

A situação europeia da época contribuiu para o acréscimo de entradas de turistas no país - os países afectados pela II Guerra Mundial conheciam um período de retoma económica e de melhorias sociais tão importantes como as férias pagas e a diminuição do tempo de trabalho. A democratização dos meios de transportes e da utilização do automóvel como forma de viajar levou a que muitos turistas escolhessem o Sul de Portugal como destino de férias.

Na década seguinte, e devido aos desenvolvimentos políticos em Portugal, eram finalmente aplicadas as melhorias sociais que já tinham sido adoptadas nos países industrializados da Europa. A diminuição do tempo de trabalho e o direito a gozar férias pagas levou ao crescimento do turismo interno. No entanto, devido às restrições orçamentais das famílias portuguesas, as férias gozadas pelos portugueses começaram de forma tímida. A tendência era para gozar um único período de férias, as regiões escolhidas eram o Norte e o Algarve, (havendo preferência pela praia), e muitos escolhiam acampar ou ficar em casa de familiares ou amigos em detrimento das unidades hoteleiras. Simultaneamente ao aumento do turismo interno houve uma baixa acentuada do turismo receptor com o 25 de Abril e o retorno dos “desalojados das ex-colónias” que acabaram por ocupar as vagas dos hotéis<sup>42</sup>. Estes acontecimentos provocaram uma grande crise com incidência no sector hoteleiro (com a descida do número de reservas de estrangeiros) e económico (ao nível das receitas externas).

Percebendo a necessidade de novas estruturas ao nível administrativo foram criadas a Direcção Geral do Turismo e o Centro de Formação Turística, hoje Instituto de Formação Turística, para colmatar a falta que se sentia na formação profissional<sup>43</sup>.

Para responder à procura dos turistas de sol e praia, elementos caracterizadores do país, desenvolveu-se turisticamente o Litoral, preterindo-se assim o interior que conta com

---

<sup>40</sup> CUNHA, 1997:92

<sup>41</sup> LOPES, 2003:24

<sup>42</sup> CUNHA, 1997:96

<sup>43</sup> Idem:94

riquezas como a gastronomia, os monumentos, as paisagens e as termas<sup>44</sup>. Mas temos de salientar dois aspectos importantes derivados do fenómeno turístico: por um lado Portugal não estava preparado para o aumento das chegadas de turistas estrangeiros, tendo falta de hotéis de qualidade, de profissionais formados e preparados para falarem várias línguas, para além de se ressentir a falta de infra-estruturas que pudessem permitir a deslocação das pessoas no país; por outro lado, não houve nenhuma planificação do turismo em termos estruturais, sendo que alguns empreiteiros, começando a perceber que tinham aí encontrado a “galinha dos ovos de ouro”, começaram a construir sem ordenamento e sem preocupação com o impacto ambiental, descaracterizando o património natural e cultural.

Muitos empreendimentos foram criados a pensar num turismo de qualidade, direccionado para os turistas com elevado poder de compra, que procuram passar as férias num ambiente de luxo. O desenvolvimento desse tipo de turismo não significa que haja qualidade de turismo, já que esta incide num esforço para proteger o património cultural e natural em função das preferências e das características da procura.

Infelizmente, com as fortes taxas de crescimento da década de oitenta, devido em parte ao elevado número de chegadas de turistas, continuou a especulação imobiliária e a construção de hotéis, apartamentos e moradias de forma desordenada sem controlo por parte das autoridades. Uma das regiões que sofreu bastante com esse tipo de investimento imobiliário foi o Algarve. Para além dos hotéis já existentes, começou a desenvolver-se um mercado paralelo de “alojamentos não classificados<sup>45</sup>” ou informais, com a disponibilização pelos algarvios de quartos ou casas.

Assiste-se ao que Licínio Cunha chama de “*paradoxo da dinâmica de degradação*” dos locais turísticos - se a população activa de uma zona turística estiver dependente dos serviços turísticos deve haver uma maior defesa do património natural e cultural; mas se, como na maioria dos casos, a população activa depender dos sectores da construção e do imobiliário, então há um conflito de interesses, prevalecendo o desenvolvimento imobiliário sobre os interesses turísticos<sup>46</sup>.

---

<sup>44</sup> CUNHA, 1997:95

<sup>45</sup> Idem:97

<sup>46</sup> Ibidem:97

Importa salientar que os interesses imobiliários procuravam apenas encontrar uma solução para a crise que se tinha iniciado nesse sector, não havendo preocupação em responder às necessidades da procura dos turistas.

Citando ainda o mesmo autor, Portugal encontrava-se perante uma situação de crise pelo lado da oferta, resultado da falta de políticas de ordenamento, de infra-estruturas adequadas e do excesso de oferta<sup>47</sup>.

Pelo lado da procura, a vulnerabilidade do turismo português advinha da concentração nos mercados espanhóis e ingleses, da concentração nas regiões de Lisboa, Algarve e Madeira em detrimento do resto do território e da concentração num turismo baseado na oferta de sol e praia<sup>48</sup>.

O turismo português chegou a um ponto em que era urgente encontrar uma forma de se diversificar e apostar em iniciativas inovadoras, que permitissem captar os interesses e as motivações dos turistas, para os levar a efectuar uma estadia mais prolongada.

Nos anos noventa, Portugal enfrentou uma evolução menos favorável em termos de receitas turísticas devido à crise económica que estava a afectar os principais países emissores, como o Reino Unido, a França a Alemanha, a Holanda e Espanha.

Podemos apontar ainda outros factores na origem do abrandamento do crescimento do turismo nesta década e já referidos anteriormente, como a carência de profissionais qualificados no contacto directo com os turistas, a falta de uma política turística coerente, a crescente concorrência mundial com preços cada vez mais competitivos e uma procura em constante mudança<sup>49</sup>.

O turista adopta também novos comportamentos. Muitos deixaram de praticar o turismo passivo, virado para o sedentarismo e o lazer, para passar a praticar um turismo mais activo, não ficando muito tempo num mesmo sítio e sendo muito mais exigentes ao nível da qualidade. As notícias sobre o aumento do buraco na camada de ozono e as alterações climáticas começaram a preocupar as pessoas que ganharam uma maior consciência dos problemas ambientais e desejam praticar um turismo em contacto com a natureza. Perante

---

<sup>47</sup> CUNHA, 1997:97

<sup>48</sup> Idem:98

<sup>49</sup> Ibidem:100

essa procura, o turismo português conseguiu responder com uma oferta variada relativamente ao golfe, às pousadas e ao desenvolvimento do turismo em espaço rural.

Apesar disso, Portugal permanece dependente dos mercados do Reino Unido e de Espanha e não consegue atingir a tão desejada diversidade. A crise que se faz sentir só é colmatada com o aumento do turismo nacional. De facto cada vez mais portugueses decidem passar férias fora da sua residência habitual. As deslocações são efectuadas em território nacional, mas há também um aumento ao nível das viagens para o estrangeiro.

Relativamente à presença do turismo português no mundo convém salientar que Portugal se situa na 16ª posição relativamente às chegadas de turistas (11,7 milhões de turistas em 2003) e na 20ª posição no que se refere às receitas, com mais de 6 mil milhões de euros<sup>50</sup>. O turismo tem um lugar de relevância na actividade económica do país: em 1997 representava 8 % do PIB e empregava cerca de meio milhão de pessoas<sup>51</sup>.

### 1.3.1 – Turismo nacional

O turismo interno está em constante crescimento. Entre 1996 e 2000 a progressão é de tal forma elevada que atinge as médias europeias (passa de 25% em 1996 para 53% em 2000)<sup>52</sup>. Relativamente ao ano de 2004, cerca de 53 % dos portugueses (com mais de 15 anos e residentes no Continente) gozaram férias e 40 % passaram as férias fora da sua residência habitual, o que constitui uma quebra em relação a 2003 em que 66% gozaram férias e 52% as gozaram fora da residência habitual. Os motivos apontados para essa diminuição foram económicos (49%) e profissionais (23%)<sup>53</sup>.

Quanto aos portugueses que gozaram férias em 2004, podem ser caracterizados da seguinte forma<sup>54</sup>:

- mais de 60% dos portugueses que gozaram férias eram das regiões do Norte e de Lisboa;
- 37,3% pertencem à classe média inferior e 18,2% à classe alta e média alta;
- 33,4% têm entre 15 e 34 anos e 20,1 têm entre 35 e 44 anos;

<sup>50</sup> ICEP, (site) <http://www.icep.pt/portugal/turimo.asp>

<sup>51</sup> NETO, 1998:8

<sup>52</sup> DGT, 2002:45

<sup>53</sup> DGT, 2005 a):2

- 54,8% pertencem ao sexo masculino.

### Quadro nº 3 – População que Gozou Férias de 2002 a 2004

Residentes no Continente com 15 anos e mais	Nº de Indivíduos (milhares)		
	2002	2003	2004
<b>População Total (*)</b>	7.687	7.687	<b>8.081</b>
Gozaram Férias	5.097	5.055	<b>4.303</b>
Fora da Residência	4.030	3.990	<b>3.216</b>
No Estrangeiro	n.d.	n.d.	<b>411</b>
Só em Portugal	n.d.	n.d.	<b>2.483</b>
Ambos	n.d.	n.d.	<b>322</b>
Na Residência	1.066	1.065	<b>1.087</b>
Não Gozaram Férias	2.589	2.631	<b>3.778</b>

Fonte: DGT, 2005 b):2 - Notas<sup>55</sup>

O destino mais escolhido foi a praia, seguido pelo campo. O mês de Agosto foi o período escolhido por 50,6% dos portugueses. Quanto aos meios utilizados para organizar as férias constata-se que 78,1% organizam por si próprios, 16,5% recorrem a uma agência de viagens e somente 4,4% utilizaram a internet. Em 2004 os portugueses gastaram em média nas suas férias 22,44 € por dia em Portugal e 60,50€ por dia no estrangeiro.

### 1.3.3 – Turismo internacional

O ano de 2004 registou um decréscimo no número de entradas de turistas de 0,8% relativamente a 2003. Houve nomeadamente uma descida relativa a alguns dos mercados emissores para Portugal, com -7,8% de França, -3,1% da Holanda e -2,6% da Alemanha. O peso dessa descida deve-se ao facto de Portugal estar dependente destes mercados emissores (de que o Reino Unido e a Espanha também fazem parte) que representam mais de 90% do número total de visitantes entrados no País<sup>56</sup>. No entanto, podemos notar que o campeonato de futebol EURO 2004 contribuiu para um aumento de entrada entre Junho e Julho de residentes de outros países (como a Grécia).

<sup>54</sup> DGT, 2005 b):2

<sup>55</sup> Notas: (\*) Os valores apresentados para a população total em 2004 não resultaram do aumento populacional, mas sim da actualização da base de referência.

n.d. – não disponível.

<sup>56</sup> DGT, (s/d):5

Em 2004, houve um aumento das receitas de 9,7% relativamente a 2003. Assim, Portugal apresentou um saldo da balança turística na ordem dos 4.128,7 milhões de euros, representando um aumento de 10,6% relativamente a 2003.

## II – Turismo como vector de desenvolvimento

O turismo tem evoluído de forma significativa nos últimos anos e o impacto que tem tido nos sectores socio-económicos levou a que países e instituições internacionais lhe prestassem uma atenção particular.

O crescimento do turismo foi visto como um meio de desenvolvimento para muitos países do Terceiro Mundo. Kurt Krapf considerou, no início dos anos sessenta, que o turismo internacional poderia ser benéfico para os países em desenvolvimento<sup>57</sup>. Esta ideia surgiu numa conjuntura específica - os países colonizados tinham ganho recentemente a sua independência, a ajuda dos países industrializados tinha aumentado e o crescimento económico dos países mais ricos proporcionara o interesse das classes médias pelos destinos exóticos. Nesse mesmo sentido, Françoise Lanfant referiu o facto do turismo se ter transformado numa “correia de transmissão” (*transmission belt*) entre o Norte e o Sul<sup>58</sup>.

Segundo a mesma autora, ironicamente, os países industrializados que num primeiro tempo aconselharam os países em desenvolvimento a adoptar políticas turísticas, acabaram também por dar atenção a esse fenómeno quando sentiram uma recessão económica. O turismo interessa a todos - tanto aos países industrializados como aos países em desenvolvimento.

O desenvolvimento do turismo tem tido reflexos na economia e efeitos a nível social, político, cultural e ambiental tanto positivos como negativos.

### 2.1 – Benefícios do turismo

A popularidade do turismo baseia-se no facto de ter efeitos positivos em vários sectores da economia como o emprego, a balança de pagamentos e o rendimento, permitindo, a nível socio-cultural, um maior conhecimento e respeito entre as diferentes culturas.

---

<sup>57</sup> LANFANT, 1995:27

### 2.1.1 – Efeitos na economia

O turismo é considerado por muitos autores como um fenómeno económico importante a nível mundial. Para os países em desenvolvimento constitui uma das maiores indústrias e permite ganhar divisas. Relativamente a este último ponto, podemos notar que em alguns países o turismo de natureza se desenvolveu de tal forma que se tornou a maior fonte de receitas estrangeiras, ultrapassando a produção de bananas na Costa Rica, do café na Tanzânia ou dos têxteis e joalharia na Índia<sup>59</sup>. Permitiu o crescimento rápido de empresas nacionais e multinacionais e os seus efeitos no emprego têm sido benéficos para os rendimentos das populações. O turismo implica também um investimento considerável do sector público em infra-estruturas<sup>60</sup>.

Um dos efeitos do turismo na economia é o efeito multiplicador - cada despesa do turista circula na economia local através de uma série de “ondas”<sup>61</sup>. Este conceito irá variar consoante o tipo de economia local e está ligado ao “*leakage*”, ou seja, à “fuga” dos gastos dos turistas para fora do país e da comunidade local. Esta fuga dos rendimentos do turismo é maior quando um país não pode satisfazer as necessidades dos turistas e tem de importar os produtos<sup>62</sup>.

#### 2.1.1.1 - Efeitos no Emprego

O desemprego é uma realidade mundial que afecta países ricos e pobres, levantando problemas tanto a nível económico como social. O desenvolvimento do turismo e a sua ligação a várias indústrias permitiu que fossem criados muitos empregos. No entanto, torna-se extremamente difícil obter dados concretos sobre os empregos que cria devido à variedade de indústrias que produzem bens para o turismo. Assim, para clarificar a sua influência nas várias indústrias, o emprego no sector turístico pode ser classificado da seguinte forma:

---

<sup>58</sup> LANFANT, 1995:28

<sup>59</sup> HONEY, 1999a):18

<sup>60</sup> SWARBROOKE, 1999:59

<sup>61</sup> Idem:59

<sup>62</sup> Ibidem:61

- Emprego directo: consiste na venda directa de bens e serviços aos turistas (hotéis, restaurantes, lojas, transportes);
- Emprego indirecto: com incidência nas várias actividades (agrícola, agro-alimentar, artesanal, construção) que fornecem as empresas turísticas para satisfazer o consumo do turista. Essas indústrias não estão dependentes da evolução do turismo uma vez que fornecem também outros sectores.<sup>63</sup>

Os empregos gerados pelo sector turístico são geralmente pouco classificados (por exemplo, porteiros, cozinheiras, jardineiros). Nos países em desenvolvimento a população local costuma beneficiar desses empregos, conseguindo assim ter um rendimento mais elevado do que se estivesse a trabalhar nos sectores tradicionais, como a agricultura. Pelo facto de empregar pessoas locais o turismo permite travar um pouco o êxodo dos que partem para as grandes cidades para encontrar trabalho e melhores condições de vida. É de notar que os empregos mais classificados e especializados costumam ser ocupados por estrangeiros trazidos pelos grandes grupos turísticos ou pelas multinacionais.

Os empregados do sector turístico são geralmente mulheres ou jovens. Para as mulheres estes empregos têm um efeito particularmente positivo permitindo-lhes, através do seu trabalho, contribuir para a melhoria das suas condições. No entanto, esta é uma evolução muito lenta, sobretudo nas sociedades com forte tradição cultural<sup>64</sup>. Os jovens, geralmente mais dispostos a deslocações e mais instruídos do que os pais, podem ter a oportunidade de subir na hierarquia do trabalho, criando-se assim uma classe média em países em que a principal distinção é entre os ricos e os pobres.

O crescimento do turismo e o aumento da concorrência nos destinos turísticos leva a que a qualidade seja um factor de distinção, originando a necessidade de formar profissionais do turismo, desde os trabalhos menos qualificados até aos que requerem maior qualificação<sup>65</sup>. Há assim um aumento de escolas hoteleiras e de cursos de formação para profissionais do turismo numa expectativa de poder continuar a empregar a população local. Nos países em desenvolvimento esses cursos são muitas vezes apoiados por acordos técnicos bilaterais,

---

<sup>63</sup> Emanuel de Kadt considera o emprego relacionado com o investimento na construção e outras indústrias de bens de equipamento como uma terceira classificação. KADT, 1979:36

<sup>64</sup> KADT, 1979:44

<sup>65</sup> LICKORISH e JENKINS, 2000:100

devido à cooperação existente resultado de um passado colonial, ou por instituições como a OMT, o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) ou a Organização Mundial do Trabalho (OMT)<sup>66</sup>.

#### 2.1.1.2 – Efeitos na Balança de Pagamentos

Como já foi referido anteriormente (na sequência da enumeração das classificações de turismo elaboradas por Licínio Cunha – 1.2.1), outro efeito positivo do turismo é na Balança de Pagamentos. Vimos então que o turismo internacional pode ter um efeito activo e passivo na Balança de Pagamentos.

Os câmbios turísticos são compostos pelas receitas (os gastos efectuados pelos estrangeiros num país), as despesas (os gastos efectuados pelos nacionais fora do país), as receitas dos transportes internacionais e as vendas ou receitas de engenharia ou equipamento de turismo.

Os produtos importados para satisfazer a procura turística são considerados como débitos. O que um turista gastar num país será considerado como receita.

#### Quadro nº 4 - Receitas do Turismo Internacional

	Receitas do turismo internacional (milhões)					
	1990	1995	2000	2001	2002	2003
\$ EU	269	408	475	463	480	523
Euros	212	312	515	515	508	463

Fonte: OMT, 2004 (adaptado)

<sup>66</sup> VELLAS e BÉCHEREL, 1995:221

### Quadro nº 5 - Receitas do Turismo Internacional por Região

	Variação (%)		Parciais (%)	\$ EU			Euros		
				(milhões)		Receitas por chegada	(milhões)		Receitas por chegada
	02/01	03/02	2003	2002	2003	2003	2002	2003	2003
<b>Mundo</b>	0,3	-1,7	100	480	523	757	508	463	670
<b>África</b>	4,5	-0,3	2,8	11,8	14,4	467	12,5	12,7	412
<b>Américas</b>	-5,9	-1,1	21,9	113,8	114,4	1.013	120,3	101,2	895
<b>Ásia e Pacífico</b>	6,7	-8,9	18,2	98,7	95,4	800	104,4	84,4	707
<b>Europa</b>	-1,8	-2,7	54,5	243,2	285,0	715	257,2	252,0	632
<b>Médio-Oriente</b>	4,7	16,0	2,7	12,9	13,9	482	13,6	12,3	426

Fonte: OMT, 2004

Alguns países têm de importar bens para satisfazer as necessidades dos turistas, uma vez que estes estão habituados a certos produtos que gostam de encontrar mesmo noutra país. No entanto é necessário, para os países em desenvolvimento, que são os que têm economias mais deficitárias, encontrar um ponto de equilíbrio entre as importações e os produtos nacionais disponíveis para consumo do turista, que pode aprender a apreciá-los.

Para países onde o turismo tem um peso relevante, os ganhos obtidos permitem atenuar o défice da Balança de Pagamentos. A contribuição do turismo na Balança de Pagamentos tem importância porque ajuda a pagar as importações de bens alimentares, de consumo, tecnológicos e de capital. Este facto não se verifica somente nos países em desenvolvimento mas também nos países industrializados que têm uma balança negativa<sup>67</sup>.

Os países em desenvolvimento investem no turismo internacional porque os turistas são em grande parte oriundos de países ricos. Os gastos efectuados pelos turistas poderão financiar o esforço de desenvolvimento.

<sup>67</sup> WILLIAMS e SHAW, 1988:3

Para além desses efeitos, podemos referir os principais ganhos sobre as divisas através da aplicação, pelo governo, de impostos sobre a compra de artigos (importados ou locais), sobre os rendimentos das populações locais e sobre uma parte dos excedentes das exportações.

### **2.1.1.3 – Efeitos nos rendimentos**

O turismo, por ter uma presença importante nas áreas rurais, tende a contribuir para o desenvolvimento de locais ou regiões que se encontram longe dos centros urbanos e estão atrasados em termos de desenvolvimento<sup>68</sup>. O aparecimento de actividades turísticas em zonas rurais e pouco desenvolvidas economicamente permite que sejam criados empregos e que seja gerado rendimento a nível local ou regional.

Nos países em desenvolvimento o rendimento auferido pelas actividades turísticas costuma ser mais elevado do que a média dos rendimentos provindos de outros sectores. Este facto permite às famílias melhorar as suas condições de vida e passar a ter uma alimentação mais saudável ou um alojamento melhor. Este aumento das despesas vai, conseqüentemente, permitir dinamizar a economia<sup>69</sup>.

### **2.1.2– Efeitos sociais**

Poucos autores reconhecem que o turismo pode ter um efeito social e cultural positivo, em parte devido à sua massificação. O turismo internacional é motivado por várias razões – enquanto alguns viajam para conhecer melhor as populações locais, outros viajam à procura de praias paradisíacas, paisagens exóticas e climas tropicais.

No entanto, o turismo internacional também possibilita a aproximação de culturas, mesmo que por pouco tempo. Françoise Lanfant refere, ao analisar a questão da identidade, que o turismo internacional permite lembrar às populações locais que deveriam conservar a sua cultura e aos visitantes de outros países que deveriam respeitar as culturas de outros povos<sup>70</sup>. A autora considera também que o que o turista procura nos destinos rurais e nas

---

<sup>68</sup> WILLIAMS e SHAW, 1988:7

<sup>69</sup> LICKORISH e JENKINS, 2000:102

<sup>70</sup> LANFANT, 1995:31

sociedades arcaicas é a autenticidade, a proximidade com a natureza que já não encontra na sua sociedade. Por outro lado, o gosto dos turistas por estes destinos permite que sociedades tradicionais consideradas à margem da modernidade e do desenvolvimento económico não desapareçam. Há assim um revivalismo do património associado ao desenvolvimento do turismo<sup>71</sup>.

Quando o turista tem interesse em conhecer os costumes de povos diferentes o turismo pode ser visto como um encontro benéfico de culturas, onde o respeito pelo outro é essencial. Bem organizado e planeado, o turismo permite a valorização das artes locais que muitas vezes acabariam por desaparecer<sup>72</sup>.

### 2.1.3 – Efeitos ambientais

O turismo, se for planeado e controlado, pode ser um instrumento para a preservação do ambiente e dos recursos naturais. O desenvolvimento de infra-estruturas, como o tratamento de águas ou a melhoria das estradas, levado a cabo para satisfazer as necessidades turísticas pode contribuir para a diminuição da poluição e o aumento da qualidade ambiental<sup>73</sup>.

A criação e manutenção de parques naturais e de reservas permite a protecção de ecossistemas que estão em risco de desaparecimento. O turismo também pode ajudar a preservar o património histórico e arqueológico garantindo a sua manutenção<sup>74</sup>.

Para João Martins Vieira o turismo é “um importante sector da actividade económica com virtuosos efeitos sociais, culturais, económicos e até políticos – o turismo é considerado a indústria da paz”<sup>75</sup>.

Já a visão “romântica” de Françoise Lanfant acaba por ser contestada por vários autores que consideram que o turismo, da forma excessiva como é praticado, tem graves efeitos negativos. Como vimos, os efeitos positivos são essencialmente ao nível económico, com

---

<sup>71</sup> LANFANT, 1995:37

<sup>72</sup> BAPTISTA, 1997:358

<sup>73</sup> GEE e FAYOS-SOLÁ, 1999:259

<sup>74</sup> LICKORISH e JENKINS, 2000:121

<sup>75</sup> VIEIRA, 1995:42

particular incidência na criação de empregos e na balança de pagamentos. Apesar de tudo, esses efeitos não podem ser generalizados, uma vez que muitos países em desenvolvimento acabam por se tornar dependentes do sistema turístico e das suas variações.

## **2.2 – Efeitos negativos do turismo**

Não se pode negar que o desenvolvimento do turismo tem tido efeitos positivos em vários sectores económicos, sendo considerado um vector de desenvolvimento tanto para os países emissores como receptores. Os países em desenvolvimento investiram no turismo na expectativa de obterem um desenvolvimento económico rápido. Mas o turismo pode ser visto como um moeda de duas faces. Se por um lado tem um impacto atractivo em sectores como o emprego e na Balança de Pagamentos, por outro lado a sua massificação tem levado vários estudos a apontar para os efeitos negativos, por vezes irreversíveis, sobre a preservação do ambiente e sobre o património histórico e cultural.

### **2.2.1 – Efeitos na economia**

Apesar dos efeitos negativos serem sobretudo de ordem social e ambiental, podem ser avaliados efeitos económicos desfavoráveis nas sociedades receptoras. Os países menos desenvolvidos são os mais vulneráveis a esses efeitos, uma vez que dependem mais do turismo do que os países industrializados.

Uma das críticas efectuadas ao turismo é a de que as populações e os negócios locais pouco recebem dos ganhos do turismo. A maior parte dos lucros é recolhida pelas empresas multinacionais, as agências de viagem, os promotores e os governos. Na maior parte dos pacotes turísticos, segundo o Programa das Nações Unidas para o Ambiente (PNUA), cerca de 80% das despesas dos turistas revertem para as linhas aéreas, os hotéis e outras companhias internacionais, que têm geralmente as sedes nos países emissores de turistas<sup>76</sup>.

Como foi referido anteriormente, para poder atrair e satisfazer as necessidades dos turistas são efectuadas importações de equipamentos, alimentos e outros produtos que não são produzidos no país receptor. O peso das importações acaba por ser maior nos países em

desenvolvimento, sobretudo naqueles que possuem economias mais pequenas, porque os respectivos sectores produtivos não têm capacidade para fornecer os bens e serviços de que os turistas necessitam<sup>77</sup>. As despesas efectuadas pelos turistas vão servir para cobrir estes gastos com as importações, acabando por sobrar muito pouco para ser distribuído a nível local. Os benefícios sobre a Balança de Pagamentos serão conseqüentemente reduzidos. Os países acabam por ficar dependentes das chegadas dos turistas internacionais. Esta dependência faz-se sentir sobretudo nas pequenas ilhas que dependem demasiado do turismo em termos económicos, e para as quais fenómenos naturais (como furacões) e alterações nas tendências dos destinos turísticos podem ser desastrosos.

O investimento de promotores num determinado local ou região pode implicar, para os governos, custos acrescidos em infra-estruturas (como o aumento de aeroportos ou melhoria das redes viárias). Esses investimentos serão efectuados com recursos públicos mas acabarão por ser executados em detrimento de investimentos em áreas críticas como a saúde e a educação<sup>78</sup>.

Outro aspecto negativo e intrínseco do turismo é a sazonalidade. Esta reflecte-se nos empregos que estão directa ou indirectamente dependentes do turismo e que geralmente são os menos qualificados. As pessoas deixam as actividades tradicionais para trabalhar na actividade turística onde vão ganhar mais dinheiro. Mas estes empregos vão depender das épocas de maior afluência, o que significa que as pessoas ficam desempregadas nos períodos “mortos”. Claude Llena, num artigo publicado no jornal *Le Monde Diplomatique*, explica como Tozeur, uma pequena cidade da Tunísia, viu o seu equilíbrio económico e social posto em causa com o desenvolvimento do turismo. Os jovens deixaram as actividades tradicionais (como a agricultura) para trabalhar nos complexos hoteleiros onde ganham mais dinheiro, mas onde o trabalho é temporário. Com a crise que se faz sentir no turismo, muitos jovens ficaram desempregados mas já não querem trabalhar na agricultura com os mais idosos por este ser um trabalho mais penoso, preferindo esperar pelos turistas,

---

<sup>76</sup> UNEP, 2001:1

<sup>77</sup> VELLAS e BÉCHEREL, 1995:243

<sup>78</sup> UNEP, 2001:3

fascinados como estão pelo mundo ocidental. Sem produção suficiente, esta pequena comunidade é obrigada a importar os bens alimentares que produzia anteriormente<sup>79</sup>.

Um exemplo relativo aos empregos indirectos - o desenvolvimento do turismo em determinada região leva à construção de hotéis, de parques de campismo, de *resorts*, provocando um crescimento no sector da construção. Esse crescimento origina uma subida dos preços e um aumento da contratação de mão-de-obra. Uma vez passado o *boom* da construção o sector comprime-se, acarretando assim uma baixa nos preços e o despedimento dos trabalhadores<sup>80</sup>.

Durante a época alta de turismo os preços têm tendência a aumentar, o que implica um esforço acrescido para a população, que tem de gastar mais dinheiro para comprar os mesmos bens. O mesmo se aplica nos investimentos: o valor dos terrenos ou das casas para venda aumenta, o que pode ser positivo para o proprietário que vende ao turista ou a um promotor, mas o que significa, para o habitante local, perda de capacidade de compra.

### 2.2.2 – Efeitos sociais e culturais

*“O turista é, muitas vezes, considerado um intruso porque invade a intimidade cultural de quem o acolhe originando por vezes crispação nas suas relações com a comunidade de acolhimento”*<sup>81</sup>.

O turismo internacional causa mudanças profundas na estrutura, nos valores e nas tradições da sociedade receptora. Vários autores têm tratado recentemente a questão do relacionamento entre o visitante e o residente. Se os efeitos económicos podem ser apreciados no curto prazo, os efeitos sócio-culturais, por não serem visíveis de imediato, são difíceis de enquadrar e têm de ser avaliados qualitativamente.

Emanuel de Kadt apontou os efeitos negativos do turismo nas comunidades locais. Do seu ponto de vista o contacto entre o turista e o residente efectua-se em três ocasiões:

- Quando o turista compra bens e serviços ao residente;
- Quando se encontram ocasionalmente (por exemplo: na praia ou num espectáculo);

---

<sup>79</sup> LLENA, 2004:19

<sup>80</sup> KADT, 1979:41

<sup>81</sup> VIEIRA, 1997:39

- Quando se encontram para trocar informações e ideias.

Esta terceira ocasião é muito rara e pressupõe uma vontade do turista e do habitante local para que tal aconteça. Os dois primeiros casos são mais frequentes, sobretudo no turismo organizado<sup>82</sup>.

A massificação do turismo não veio facilitar este relacionamento. Os turistas chegam a um destino, geralmente em grupo, e muitas vezes não estão dispostos a ter um contacto especial com a população. Querem apenas ver o que lhes foi vendido na brochura e divertir-se. Isto acontece sobretudo com as viagens em pacote com tudo incluído, organizadas para que o turista tenha referências familiares, seja na decoração do quarto de hotel ou nos pequenos-almoços à ocidental. Alguns objectos típicos são, no entanto, usados na decoração para transmitir “cor” local.

As agências de viagens promovem os destinos turísticos e procuram atrair o cliente com informações que são por vezes insuficientes para preparar o turista para o que pode ver ou para o instruir sobre os costumes das populações locais. Emanuel de Kadt considera que isso acontece por causa dos interesses económicos dos promotores, acabando por ser prejudicial em termos turísticos tanto para a imagem do país como para os turistas<sup>83</sup>.

Por estarem de visita por um curto período de tempo, muitos turistas não procuram integrar-se na sociedade local ou percebê-la. Muitos não têm sensibilidade relativamente aos costumes e usos locais, e por vezes apenas estão dispostos a verificar se a imagem que tinham à partida se confirma na realidade, acabando por observar os habitantes locais como quem observa animais numa reserva natural, o que pode ferir o orgulho dos residentes.

A população local vê chegar os turistas com desconfiança. O maior choque é a diferença económica entre os turistas e os residentes<sup>84</sup>. Este factor é extremamente importante porque pode provocar frustração e sentimentos hostis para com os turistas. Mas também um “efeito de exemplo<sup>85</sup>” com a imitação dos comportamentos dos turistas e da maneira de vestir. Neste caso, o turismo não é o único factor dessa mudança: a televisão, os filmes, a música e a publicidade ajudam na adopção de novos comportamentos e na mudança social. Alguns

---

<sup>82</sup> KADT, 1979:50

<sup>83</sup> Idem: 53

<sup>84</sup> BAPTISTA, 1997:359

<sup>85</sup> KADT, 1979: 64

autores consideram que não se pode culpar o turismo pelos problemas nas mudanças sociais das populações locais, porque estes decorrem do processo de modernização das sociedades. O turismo acaba por acelerar esse processo, mas não o origina<sup>86</sup>.

Os problemas relacionados com o turismo estendem-se também às mudanças na cultura das sociedades receptoras. As culturas tradicionais são por vezes alteradas para agradar aos turistas. Como nota Emanuel de Kadt, a qualidade artística e cultural dos objectos confeccionados diminui devido ao gosto dos turistas pelos “*souvenirs*”. Os objectos artísticos acabam por ser adaptados ao gosto dos turistas e são assim alteradas as formas, as cores e a utilização, perdendo-se por vezes o sentido estético e cultural original<sup>87</sup>.

O interesse dos turistas pelos objectos tradicionais e pelo artesanato permitiu que muitos artesãos não desaparecessem. Poderíamos também considerar que a alteração dos objectos em conformidade com o gosto dos turistas seria uma evolução, uma transformação resultante do contacto de culturas. Mas será realmente assim? Não se trata neste caso de uma evolução livre da arte, mas sim de uma alteração para agradar aos gostos de outra cultura. A procura crescente desses objectos provocou uma produção em massa, que muitas vezes é de baixa qualidade e a preços muito elevados.

O impacto cultural atinge também cerimónias religiosas e manifestações culturais, como as danças folclóricas, que são comercializadas e perdem o seu valor cultural<sup>88</sup>.

O impacto social e cultural leva a mudanças significativas na vida dos habitantes locais. A intensidade desse impacto resulta de vários factores, como o desenvolvimento do turismo (se está numa fase inicial ou mais avançada), a massificação dos turistas, e o nível de desenvolvimento económico do país. Os efeitos negativos serão mais visíveis num país onde há níveis elevados de pobreza e desemprego e um baixo nível educativo. Os países em desenvolvimento de pequena dimensão ou países insulares são os mais sensíveis aos efeitos negativos da massificação do turismo.

---

<sup>86</sup> LICKORISH e JENKINS, 2000:108

<sup>87</sup> KADT, 1976:67

## Quadro n ° 6 - Etapas do Impacto Social do Turismo em Pequenas Comunidades

### ETAPAS DO IMPACTO SOCIAL DO TURISMO EM PEQUENAS LOCALIDADES

#### 1. Chegada dos primeiros turistas:

- Surpresa e grande interesse por parte dos habitantes locais;
- Encontram amabilidade e hospitalidade;
- Começam a realizar os primeiros gastos.

#### 2. Chegada de mais turistas:

- As pessoas estão encantadas;
- São criadas as primeiras infra-estruturas: hotéis, bares, tendas;
- Os habitantes locais começam a falar o idioma dos estrangeiros para se entenderem com eles;
- Começa-se a gastar mais recursos naturais para satisfazer as procuras dos turistas.

#### 3. Os turistas multiplicam-se:

- Começa a existir uma dependência do dinheiro dos turistas;
- Compram-se produtos estrangeiros para atender à procura dos turistas, abandonando os produtos locais;
- A afluência da população local de outras zonas, atraída pelo turismo, aumenta os problemas de delinquência, tráfico e falta de trabalho;
- Os turistas são numerosos, alguns deles causam problemas (devido a bebidas e drogas) e conflitos.

#### 4. Os turistas chegam em avalanches:

- Os habitantes locais não estão satisfeitos com tantos turistas e começam a tratá-los não tão amavelmente;
- Consolida-se na zona o tráfico de droga e a delinquência;
- A comunidade depende totalmente do turismo;
- O estilo de vida de uma localidade tranquila converte-se num frenesim modernizado;
- Os turistas que chegam são de nível económico cada vez mais baixo e procuram sobretudo a diversão e o álcool, e não a cultura ou as tradições;
- O turismo de qualidade e os operadores turísticos começam a procurar outros destinos.

Fonte: HERAS, 2004:55 (traduzido)

<sup>88</sup> LICKORISH e JENKINS, 2000:108

No entanto, esses impactos podem ser reduzidos se houver um planeamento do turismo e políticas de consciencialização por forma a preparar os turistas e os habitantes locais.

### 2.2.3 – Efeitos ambientais

A modernidade e a presença do homem em quase todos os locais do planeta estão a destruir um dos recursos mais preciosos da humanidade: a natureza. Este é também um dos principais recursos do turismo. Em 1980, a Declaração de Manila sobre o Turismo Mundial recomendou que *“o uso de recursos turísticos não pode ser descontrolado sem correr o risco da sua deterioração, ou mesmo destruição. A satisfação de necessidades turísticas não deve prejudicar os interesses sociais e económicos das populações residentes em áreas urbanísticas, o ambiente ou, acima de tudo, os recursos naturais, os quais são a atracção fundamental do Turismo, e são sítios históricos e culturais. Todos os recursos históricos fazem parte do património mundial da Humanidade<sup>89</sup>”*. Reconhece-se que o turismo e o ambiente estão relacionados e que uma utilização abusiva do primeiro pode ter efeitos irreversíveis sobre o segundo.

Os efeitos negativos do turismo no ambiente são causados pela massificação do turismo. De facto, grandes volumes de visitantes causam mais estragos no meio ambiente do que pequenos grupos de turistas<sup>90</sup>. O excesso de visitantes levou ao aparecimento do conceito de capacidade de carga, que é *“o limiar da actividade turística através da qual as oportunidades estão saturadas (capacidade física), o ambiente está degradado (capacidade ambiental) ou o prazer de visitar fica diminuído (capacidade psicológica ou de percepção)<sup>91</sup>”*. Assim, é considerado um limite de turistas a partir do qual as condições se ressentem. Uma das formas de estabelecer o limite da capacidade de carga é dividindo o total da área utilizada pelos turistas pela quantidade de espaço necessário para cada um deles:

---

<sup>89</sup> LOPES, 2003:20

<sup>90</sup> LICKORISH e JENKINS, 2000:116

<sup>91</sup> BAPTISTA, 1997:368

Capacidade de carga = área total de usufruto turístico / Percentagem de área necessária para cada turista<sup>92</sup>

O turismo de massas gerou uma euforia na construção de hotéis, *resorts* e parques sem haver uma preocupação *a priori* com o ordenamento do território, a salvaguarda das terras boas reservando-as para cultivo, a defesa de áreas naturais, da fauna e da flora. Esse efeito “urbanístico” causa também uma poluição visual em que os espaços verdes tendem a diminuir, invadidos pelo betão. Podemos considerar outros tipos de poluição, como a poluição sonora (provocada por um grande número de visitantes), a poluição da água (sobretudo devido ao mau tratamento dos esgotos, enviados para os rios próximos ou o mar), a poluição do ar (com a crescente utilização do automóvel como meio para viajar e a sua concentração nos lugares turísticos), e a acumulação de resíduos.

O turista muitas vezes acaba por fazer estragos quando visita e pensa trazer um *souvenir* arrancando uma flor de um parque natural ou comprando um coral, uma espécie rara. As visitas excessivas a sítios naturais e arqueológicos podem provocar danos graves, para além de conterem o risco de vandalismo<sup>93</sup>.

#### **Quadro nº 7 - Potenciais Efeitos do Turismo no Ambiente em Áreas Protegidas: tipo de impacto negativo dos visitantes que deve ser controlado**

<b>Factores Envolvidos</b>	<b>Impacto na Qualidade Ambiental</b>	<b>Observação</b>
Excesso de visitantes	Stress ambiental, animais mostram mudanças de comportamento	Irritação, redução da qualidade, necessidade de limites de capacidade ou de melhor regulamentação.
Sobre-desenvolvimento	Desenvolvimento de bairros pobres rurais, excesso de estruturas feitas pelo homem	Desenvolvimento com tendência urbanística desagradável à vista

<sup>92</sup> HERAS, 2004:86

<sup>93</sup> LICKORISH e JENKINS, 2000:120

**Quadro nº 7 - Potenciais Efeitos do Turismo no Ambiente em Áreas Protegidas: tipo de impacto negativo dos visitantes que deve ser controlado**

Diversões: Barcos potentes	Perturbação da vida selvagem	Vulnerabilidade durante a época das nidificação, poluição sonora
Pesca	Nenhum	Competição com predadores naturais
Safaris pedestres	Perturbação da vida selvagem	Erosão devida a utilização intensiva de caminhos
Poluição: Ruído (rádios, etc.)	Perturbação dos sons naturais	Irritação na vida selvagem e noutros visitantes
Lixo	Alteração do cenário natural, Habituação da vida selvagem ao lixo	Risco estético e para a saúde
Vandalismo, destruição	Mutilação e dano de estruturas	Remoção das características naturais
Alimentação da vida selvagem	Mudanças de comportamento perigosas para os turistas	Remoção de animais habituados
Veículos: Velocidade Condução fora dos caminhos	Mortalidade da vida selvagem Danos nos solos e na vegetação	Mudanças ecológicas, poeira Perturbação da vida selvagem
Vários: Colecção de <i>souvenirs</i>	Remoção de atracções naturais, interrupção de processos naturais	Conchas, corais, chifres, troféus, plantas raras
Lenha para fogueira	Mortalidade da pequena vida selvagem e destruição do habitat	Interferência com fluxos energéticos naturais
Estradas e escavações	Perda do habitat, drenagem	Impactos estéticos
Buracos artificiais de água e provisão de sal	Concentrações não naturais de vida selvagem, danos para a vegetação	Necessidade de substituição de solos
Introdução de plantas exóticas e animais	Competição com espécies selvagens	Confusão pública

Fonte: GEE e FAYOS-SOLÁ, 1999:257 (World Tourism Organization and United Nations Environment Program Guidelines: Development of Natural Parks and Protected Areas for Tourism (Madrid:WTO/UNEP, 1992), p.14, as adapted from THORSELL, J.W., Protected Areas in East Africa: Training Manual (Tanzania: College of African Wildlife Management, 1984))

O turismo excessivo tem contribuído para a destruição de vários ecossistemas, alguns deles muito frágeis e objecto de atracção pelos turistas, como florestas tropicais, recifes de corais

ou ilhas. Estas últimas foram particularmente afectadas pelo sucesso do turismo<sup>94</sup>. Por terem uma capacidade limitada têm levado ao surgimento de vários problemas quanto à gestão do turismo. O número crescente de turistas tem dificultado a limitação da capacidade de carga, a construção de infra-estruturas tem provocado a desflorestação e a degradação da zona costeira, o consumo de água e energia pelos turistas pode levar a que estes sejam escassos para a população local<sup>95</sup>. Estima-se que o consumo diário de água dos turistas (incluindo a necessidade de água para os campos de golfe, os jardins dos hotéis e as piscinas) é dez vezes superior ao necessário para a sobrevivência<sup>96</sup>.

## 2.3 – Turismo Sustentável

### 2.3.1 – Desenvolvimento Sustentável

Não se pode dissociar o turismo sustentável do desenvolvimento sustentável. Este termo foi definido em 1987, no Relatório Brundtland<sup>97</sup> que estipula que o desenvolvimento sustentável deve satisfazer as necessidades da geração presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras para satisfazer as suas próprias necessidades<sup>98</sup>. Como refere Eduardo Paz Ferreira, *“a ideia do desenvolvimento sustentável tem na sua raiz uma noção de responsabilidade comum da humanidade e de existência de interesses recíprocos dos países desenvolvidos e em vias de desenvolvimento que, entretanto, perdera muita da sua força, sobretudo no primeiro desses grupos de países”*<sup>99</sup>. Essa responsabilidade comum fica assim a cargo de cada Estado, estando implícita a noção de cooperação internacional com o objectivo de conservar os recursos e proteger os ecossistemas do planeta.

Em 1992, no Rio de Janeiro, a Conferência das Nações Unidas sobre o Ambiente e o Desenvolvimento originou uma “Declaração sobre o Meio Ambiente” onde é reforçado o conceito de desenvolvimento sustentável. Da Conferência surgiu também a Agenda 21 que reúne metodologias para pôr em prática o desenvolvimento sustentável. Foi criada na ONU

---

<sup>94</sup> MARTINS, 2004:17

<sup>95</sup> HERAS, 2004:76

<sup>96</sup> GEE e FAYOS-SOIÁ, 1999:258

<sup>97</sup> O documento chama-se “Our Common Future”.

<sup>98</sup> HERAS, 2004:22

<sup>99</sup> FERREIRA, 2004:102

a Comissão de Desenvolvimento Sustentável que reagrupa representantes de todos os Estados e que periodicamente faz um ponto de situação sobre o cumprimento da Agenda 21<sup>100</sup>.

A implementação de modelos de desenvolvimento sustentável acarreta mais custos para o país, o que se torna problemático para os países em desenvolvimento que não têm recursos para aplicar as modificações necessárias. Assim, tem-se tornado claro que os países desenvolvidos devem ajudar os países em desenvolvimento a atingir os objectivos ecológicos do desenvolvimento sustentável.

A realização de várias convenções internacionais sobre a protecção do ambiente permite que se caminhe para a adopção de “*instrumento jurídicos internacionais de protecção do ambiente*”<sup>101</sup>. Este caminho não é sem impedimentos, uma vez que há sempre Estados que emitem as suas reservas sobre os vários documentos oriundos das convenções.

A Cimeira Mundial sobre o Desenvolvimento Sustentável de Joanesburgo (2002) reforçou os três princípios da sustentabilidade: ambiental, social e económico. O turismo sustentável rege-se igualmente por estes três princípios.

### **2.3.2 – O conceito de turismo sustentável**

Devido ao seu desenvolvimento, o turismo tem hoje um peso importante no sector económico e impactos sociais, culturais e ambientais. A transversalidade do turismo, implicando e afectando várias indústrias, e a dualidade dos seus efeitos (positivos e negativos) têm levado a uma consciencialização sobre a necessidade de minimizar os seus impactos ambientais e de maximizar os seus benefícios socio-económicos, de forma a garantir a sua sustentabilidade.

De acordo com a OMT, “*sustainable tourism development guidelines and management practices are applicable to all forms of tourism in all types of destinations, including mass tourism and the various niche tourism segments. Sustainability principles refer to the environmental, economic and socio-cultural aspects of tourism development, and a suitable*

---

<sup>100</sup> HERAS, 2004:22

<sup>101</sup> FERREIRA, 2004:107

*balance must be established between these three dimensions to guarantee its long-term sustainability”<sup>102</sup>.*

Assim, considerando os princípios da sustentabilidade, o turismo deverá:

*1) Make optimal use of environmental resources that constitute a key element in tourism development, maintaining essential ecological processes and helping to conserve natural heritage and biodiversity.*

*2) Respect the socio-cultural authenticity of host communities, conserve their built and living cultural heritage and traditional values, and contribute to inter-cultural understanding and tolerance.*

*3) Ensure viable, long-term economic operations, providing socio-economic benefits to all stakeholders that are fairly distributed, including stable employment and income-earning opportunities and social services to host communities, and contributing to poverty alleviation<sup>103</sup>.*

#### **Quadro nº 8 – Princípios do Turismo Sustentável**

##### **1 – Utilizar Sustentavelmente os Recursos**

A conservação e o uso sustentável dos recursos – naturais, sociais e culturais – são cruciais e dão sentido aos negócios de longo prazo.

##### **2 – Reduzir o Consumo Excessivo e o Desperdício**

A redução do consumo excessivo e do desperdício evita os custos de restauração de danos ambientais de longo prazo e contribui para a qualidade do turismo.

##### **3 – Manter a Diversidade**

Manter e promover a diversidade natural, social e cultural é essencial para o turismo sustentável de longo prazo, e cria uma base elástica para a indústria.

##### **4 – Integrar o Turismo no Planeamento**

O desenvolvimento turístico integrado num plano de trabalho estratégico nacional e local, e que implementa avaliações de impactos ambientais (*environmental impact assessment* ou EIA) aumenta a viabilidade do turismo a longo prazo.

<sup>102</sup> WTO, 2004 (site: <http://www.world-tourism.org>)

<sup>103</sup> Idem

## **Quadro nº 8 – Princípios do Turismo Sustentável**

### **5 – Apoiar as Economias Locais**

O turismo que apoia uma variedade de actividades económicas locais e que toma em consideração custos/valores ambientais protege as economias locais e evita danos ambientais.

### **6 – Envolver as Comunidades Locais**

O envolvimento total das comunidades locais no sector turístico não somente beneficia as comunidades e o ambiente como também melhora a qualidade da experiência turística.

### **7 – Consultar os Intervenientes e o Público**

O diálogo entre a indústria turística e as comunidades locais, as organizações e as instituições é essencial se pretendem trabalhar lado a lado e resolver potenciais conflitos de interesse.

### **8 – Formar o Pessoal**

A formação do pessoal integrando nas práticas de trabalho o turismo sustentável e o recrutamento de pessoal a todos os níveis melhora a qualidade do produto turístico.

### **9 – Divulgar a Responsabilidade Turística através do Marketing**

O marketing que providencia aos turistas informação integral e responsável aumenta o respeito pelos ambientes natural, social e cultural das áreas de destino e aumenta a satisfação do consumidor.

### **10 – Realizar Investigação**

A investigação e monitorização da indústria, utilizando uma recolha e tratamento eficaz de dados é essencial na resolução de problemas e obtenção de benefícios para os destinos, a indústria e os consumidores.

Fonte: Fennel, 2003:12 citando Tourism Concern (1992)

A degradação ambiental atinge todos os habitantes do planeta. A poluição crescente e os seus efeitos, como as alterações climáticas e o buraco na camada do ozono, levaram a uma consciencialização quanto à fragilidade do meio ambiente. Hoje, o prefixo “eco” e o termo “sustentável” são muito comuns. O turismo sustentável surgiu com a necessidade de reduzir

os impactos negativos sobre o meio ambiente procurando ao mesmo tempo um impacto positivo junto das populações locais. Alguns turistas desejam fugir aos destinos do turismo de massas e pretendem estar mais próximos da natureza, demonstrando também preocupação pela conservação do património natural.

### **2.3.2.1 – Promoção internacional do turismo sustentável**

A OMT revelou a sua preocupação em termos internacionais com a criação, em finais dos anos 70, de um comité ambiental, reunido pela primeira vez em Madrid em 1981. Em 1995 o PNUA elaborou o “Guia para um Turismo Ambientalmente Sustentável”, um estudo prático sobre a forma de gerir uma actividade turística compatível com a conservação do ambiente. No mesmo ano, realizou-se em Lanzarote a “Conferência Mundial do Turismo Sustentável” na qual seria adoptada a “Carta Mundial do Turismo Sustentável”<sup>104</sup>.

No ano seguinte a OMT, o Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC) e o Conselho da Terra juntaram-se para lançar um plano de acção, a “*Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry: Towards Environmentally Sustainable Development*”, um programa para o desenvolvimento do turismo sustentável. Este documento determina áreas prioritárias de acção com objectivos definidos e sugestões de passos para os alcançar. Lembra também a importância da cooperação entre os governos, os operadores turísticos e as organizações não-governamentais, assim como enfatiza os benefícios económicos da sustentabilidade. Os governos, as administrações nacionais de turismo e as organizações comerciais têm como objectivo estabelecer sistemas e procedimentos para incorporar no centro do processo de decisão considerações sobre o desenvolvimento sustentável e identificar acções que tornem o desenvolvimento do turismo sustentável uma realidade. Relativamente às empresas turísticas, estas devem implementar as questões sobre o desenvolvimento sustentável no centro das funções de gestão. São consideradas dez áreas prioritárias de acção:

1. Redução, reutilização e reciclagem de resíduos;
2. Eficiência energética, conservação e gestão;
3. Gestão adequada dos recursos de água potável;

---

<sup>104</sup> HERAS, 2004:35

4. Gestão adequada de águas residuais;
5. Gestão adequada de substâncias perigosas;
6. Transporte mais sustentável;
7. Gestão e planificação adequada do turismo;
8. Envolvimento do quadro de pessoal, clientes e comunidades locais em temas ambientais;
9. *Design* para a sustentabilidade;
10. Parcerias para o desenvolvimento sustentável<sup>105</sup>.

Em 1997, a Assembleia-Geral das Nações Unidas, reunida em sessão especial, fez uma análise dos cinco anos de implementação da Agenda 21 (surgida na Conferência do Rio de Janeiro) e pediu à Comissão de Desenvolvimento Sustentável que elaborasse um programa de trabalho sobre o turismo sustentável. Esse programa foi apresentado em 1999, na sétima sessão da Comissão de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas. Nesta sessão recomendou-se aos governos e aos operadores turísticos que adoptassem medidas para implementar o desenvolvimento do turismo sustentável.

Dois anos mais tarde a OMT introduziu o “Código Mundial de Ética para o Turismo”, composto por dez artigos e considerado como um “código deontológico<sup>106</sup>” para os intervenientes no turismo. Neste código são delineadas regras básicas para os governos, os operadores turísticos, os agentes de viagens, os trabalhadores, as comunidades receptoras e os turistas. O “Código Mundial de Ética para o Turismo” foi adoptado em 2001 pela Assembleia-Geral das Nações Unidas<sup>107</sup>.

O ano 2002 foi denominado “Ano Internacional do Ecoturismo”. Nesse mesmo ano realizou-se no Quebeque a Cimeira Mundial do Ecoturismo, onde foi aprovada a “Declaração do Quebeque sobre o Ecoturismo”, em que se salienta que o ecoturismo, se levado a cabo com responsabilidade, pode ser um meio importante para promover o

---

<sup>105</sup> WTTC, 2002 (site: <http://www.wttc.org>)

<sup>106</sup> HERAS, 2004: 38

<sup>107</sup> NETO, 2003:7

desenvolvimento socio-económico das comunidades locais e para gerar recursos para a protecção das mais valias naturais e culturais<sup>108</sup>.

Ainda em 2002, na “Cimeira Mundial sobre o Desenvolvimento Sustentável” de Joanesburgo (já citada em 3.3.1) a OMT e a Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento (CNUCED) apresentaram a iniciativa “Turismo e redução da pobreza”. Este projecto tem como objectivo utilizar o turismo como ferramenta para a diminuição da pobreza.

No ano seguinte realizou-se em Djerba a “Primeira Conferência Internacional sobre a Alterações Climáticas e o Turismo” onde se debateu a relação entre ambos e as possibilidades do sector turístico para ajudar a combater as alterações climáticas<sup>109</sup>.

A União Europeia, região com um grande fluxo de turistas e um dos principais destinos turísticos, também não está indiferente em matéria de turismo sustentável. Segundo a OMT prevê-se que em 2020 a Europa receba 45,9% das chegadas de turistas<sup>110</sup>. Perante essa previsão surge a necessidade de ponderar medidas para implementar a sustentabilidade no sector turístico.

Nesse âmbito, a União Europeia propôs no “V Programa Comunitário de Política e Acção em Matéria de Ambiente” algumas medidas específicas para o turismo, como sejam:

1. Procurar uma maior dispersão do turismo no tempo e no espaço;
2. Fomento de formas de turismo respeitadoras do ambiente;
3. Diminuição do uso do automóvel a favor do transporte público;
4. Melhor gestão do turismo de massas;
5. Sensibilização dos turistas em matéria de ambiente<sup>111</sup>.

São regularmente publicados documentos sobre a necessidade de implementar a sustentabilidade no turismo e sobre a aplicação da Agenda 21 para o turismo europeu. Em Maio de 2002 foram aprovadas pelo Parlamento Europeu e pela Comissão Europeia resoluções nas quais se indicava que o turismo deveria contribuir para a preservação do

---

<sup>108</sup> NETO, 2003:8

<sup>109</sup> HERAS, 2004:39

<sup>110</sup> WTO, 2004 (s.p)

<sup>111</sup> HERAS, 2004:40

meio ambiente e ter em atenção a sustentabilidade económica, social e ambiental. No sentido de continuar a discussão sobre o turismo europeu foi aprovada a realização de um Fórum Anual do Turismo, que teve lugar pela primeira vez em 10 de Dezembro de 2002. Dessa reunião surgiram dois textos, um de debate e outro de referência com o título “*Agenda 21 – Sustentabilidade no sector turístico europeu*”<sup>112</sup>.

A 25 de Abril de 2003 foi proposto para consulta o documento “Orientações de base para a sustentabilidade do turismo europeu”, que apresenta como temas principais: as opções políticas para se enfrentar os desafios do turismo sustentável no contexto europeu; o conceito de actuação e o contributo da comunidade; as medidas que a comissão pode tomar e o que as várias partes interessadas deveriam fazer.

No mesmo ano, a Agência Europeia do Ambiente dedica um ponto ao turismo no documento “*Europe’s environment: The Third Assessment*”, realizando uma análise da situação do turismo europeu e das tendências previstas, salientando que as questões ambientais são pouco incorporadas nas estratégias turísticas<sup>113</sup>.

Já em 2005 o Parlamento Europeu aprovou dois relatórios: um como proposta de resolução sobre o turismo e o desenvolvimento, onde é abordado o turismo ao nível mundial, o outro como proposta de resolução sobre as novas perspectivas e os novos desafios para um turismo europeu sustentável, no qual se reconhece a importância do turismo sustentável e a necessidade da Comissão estabelecer medidas e iniciativas para o implementar<sup>114</sup>.

### 2.3.2.2 – O conceito de “turista verde”

Como já foi referido, o turismo sustentável pressupõe uma menor densidade do fluxo de visitantes, o respeito pelas comunidades locais e a protecção do património ambiental e cultural. Deve portanto ser praticado por um turista consciente dos efeitos negativos da massificação do turismo, que ele pretende evitar, e desejoso de ter um contacto mais próximo com a natureza e as populações locais. Não se podendo identificar um grupo homogéneo de turistas, uma vez que as escolhas diferem com as motivações, interesses e

---

<sup>112</sup> HERAS, 2004:45

<sup>113</sup> Idem:46

<sup>114</sup> PARLAMENTO EUROPEU, 2005:7

personalidades de cada um, podem ser identificadas algumas características desses “novos turistas”. Alguns autores identificam o “turista verde” (ou “novo turista”, como é por vezes denominado) com o turista alocêntrico, no sentido em que tem interesse em aprender, tem sensibilidade relativamente às culturas locais e tem consciência das questões sociais e ambientais dos locais que visita, para os quais deseja contribuir com um impacto positivo<sup>115</sup>.

#### **Quadro nº 9 – Características do “Novo Turista”**

<p style="text-align: center;"><b>O novo Turista</b></p> <p style="text-align: center;">Consumidor verde</p> <p style="text-align: center;">Sensível às culturas locais</p> <p style="text-align: center;">Consciente das questões de justiça social</p> <p style="text-align: center;">Mais independente e consciente</p> <p style="text-align: center;">Conhecedor das questões ambientais</p> <p style="text-align: center;">Prefere itinerários flexíveis e espontâneos</p> <p style="text-align: center;">Avalia cuidadosa e antecipadamente os produtos turísticos</p> <p style="text-align: center;">Procura experiências autênticas e com significado</p> <p style="text-align: center;">Deseja ter um impacto positivo no destino</p> <p style="text-align: center;">Motivado por um desejo de auto-realização e aprendizagem</p> <p style="text-align: center;">Procura experiências desafiantes em termos físicos e mentais</p>
--

Fonte: WEAVER e OPPERMANN, 2000:357 (traduzido)

Este novo tipo de turista é flexível mas também mais exigente no sentido em que procura qualidade e avalia os produtos oferecidos. De acordo com Susana Lima e Maria do Rosário Partidário *“as principais determinantes que podem levar os turistas a comportarem-se de forma ambientalmente responsável prendem-se também com factores como: o nível de rendimento disponível; a propriedade de carro privado; interesse particular por actividades ao ar livre e protecção dos animais; preferência por determinados produtos e*

<sup>115</sup> WEAVER e OPPERMANN, 2000:356

*destinos turísticos, entre outros*<sup>116</sup>”. Os turistas do Norte da Europa são vistos como mais orientados para questões ambientais. No entanto, os produtos turísticos ecológicos têm preços mais elevados e o “novo turista”, apesar das suas preocupações ecológicas, não está por vezes disposto a pagar mais para ver a melhoria da qualidade ambiental.

### 2.3.2.3 – Planeamento e gestão dos impactos do turismo no ambiente

O rápido crescimento do turismo levou a que este se desenvolvesse sem que existam realmente políticas de gestão para minimizar os seus efeitos negativos. O turismo sustentável emprega estratégias de planeamento e gestão para aliviar estes efeitos negativos do turismo e para encorajar os impactos positivos, como pode ser visto no quadro seguinte de Chuck E. Gee e Eduardo Fayos-Solá.

**Quadro nº 10 – Estratégias para Gerir os Impactos do Turismo**

<p><b>Política/ Planeamento</b></p>	<p>Planos de desenvolvimento que incluem o turismo e estipulam zonas ou locais para uso turístico, determinam direitos de acesso a certas áreas, e consideram que género de actividades é mais apropriado para a área.</p> <p>Desenvolver e reforçar regulamentações para controlar aspectos do desenvolvimento e das actividades turísticas.</p> <p>Requerer avaliações e monitorizações de impacto ambiental para o desenvolvimento turístico.</p> <p>Utilizar mecanismos económicos como subsídios para encorajar as práticas sustentáveis e os pagamentos por utilizador para controlar a utilização e providenciar rendimentos para a conservação e reabilitação do ambiente.</p>
<p><b>Desenvolvimento/ Construção de Instalações</b></p>	<p>Escolher cuidadosamente os locais e <i>design</i> para assegurar um impacto mínimo.</p> <p>Utilizar técnicas de construção que tenham impacto reduzido.</p> <p>Utilizar espécies locais para os arranjos paisagísticos e estilos de arquitectura apropriados.</p>
<p><b>Gestão de Recursos</b></p>	<p>Proceder a auditorias ambientais.</p> <p>Desenvolver e utilizar programas para reciclar e reduzir os resíduos e para otimizar o uso de energia.</p> <p>Utilizar produtos e tecnologias “amigos” do ambiente.</p>

<sup>116</sup> LIMA e PARTIDÁRIO, 2002:12

## Quadro nº 10 – Estratégias para Gerir os Impactos do Turismo

<b>Gestão de Visitantes</b>	Criar sistemas de controlo de afluência dos visitantes. Utilizar a interpretação/educação para encorajar o comportamento sustentável.
<b>Adaptar o ambiente</b>	Estabelecer os locais para protecção. Providenciar equipamentos que influenciem as actividades dos visitantes.
<b>Marketing e Promoção</b>	Considerar os conceitos e produtos do turismo que são mais adequados para o ambiente. Providenciar informações exactas nas publicidades para certificar que os turistas terão expectativas apropriadas.
<b>Educação</b>	Utilizar serviços de interpretação eficazes por forma a encorajar o turista a ter um comportamento mais sustentável. Providenciar educação ambiental aos que trabalham no turismo. Desenvolver códigos de conduta para os turistas, o pessoal, os operadores e outros sectores do turismo.
<b>Investigação e Monitorização</b>	Apoiar investigação que procura melhorar a compreensão do relacionamento turismo-ambiente. Avaliar a eficácia dos programas e actividades realizados. Monitorizar a qualidade ambiental.

Fonte: GEE e FAYOS-SOLÁ, 1999:261 (traduzido)

A elaboração de planos (locais, regionais ou nacionais) que visem minimizar os efeitos negativos do turismo no ambiente constitui um passo importante para a sustentabilidade. Como a massificação do turismo é uma das causas da degradação ambiental é importante determinar o limite da capacidade de carga, ou seja, deve ser definido um número limite de visitantes para uma dada área.

Apesar de este ser o método mais utilizado existe uma certa dificuldade em determinar um número limite, sobretudo em espaços naturais. Surge assim uma alternativa ao conceito de capacidade de carga, o chamado *Limits to Acceptable Change* ou *LAC model*. Este modelo não se baseia no cálculo de um número limite, mas sim na descrição de um conjunto de condições ambientais que são consideradas desejáveis<sup>117</sup>. Para a elaboração desse conjunto são utilizadas as perspectivas dos habitantes locais e dados científicos. As actividades ou desenvolvimentos turísticos planeados podem então ser considerados em função do seu impacto nas condições prédefinidas.

Márgarida Pérez de las Heras refere também o sistema de “Gestão do Impacto Ambiental dos Visitantes” com origem num estudo efectuado pela “Associação para a Conservação dos Parques Naturais” dos Estados Unidos. Este sistema utiliza um processo que incorpora a gestão dos turistas e dos recursos com vista à redução ou ao controlo dos impactos que ameaçam a qualidade da área a visitar, e baseia-se em parâmetros que indicam:

- Os impactos ambientais e sociais estão interrelacionados;
- Os impactos estão em relação directa com o uso que se faz das distintas zonas de uma área protegida;
- Os impactos variam consoante os diferentes habitats e os diferentes grupos de visitantes;
- Tipos específicos de impactos devem-se a actividades concretas;
- A quantidade e o tipo de impacto varia consoante a época do ano e as condições do local<sup>118</sup>.

Nestes dois modelos (*LAC model* e Gestão do Impacto Ambiental dos Visitantes) as decisões acerca do tipo e quantidade de turismo são frequentemente incorporadas em planos através da identificação de zonas. O termo *zoning*<sup>119</sup> refere-se a um processo pelo qual são relacionados um certo tipo de actividades ou desenvolvimentos a uma área específica. Este processo inclui geralmente várias zonas que variam entre as que não permitem acesso ou têm um acesso muito limitado para os visitantes até às que permitem instalações turísticas.

Há vários procedimentos que podem ser aplicados para se reduzir os impactos negativos do turismo no ambiente. Entre estes podemos destacar a implementação de sistemas de licenciamento, a aplicação de cobranças ou taxas e a introdução de normas de qualidade ambiental. Os sistemas de licenciamento permitem aos operadores turísticos ou aos turistas candidatarem-se a uma autorização que lhes permita praticar actividades dentro de uma determinada área natural. As licenças podem ser limitadas e geralmente especificam o número máximo de visitantes que um operador pode levar para um local, o tipo de veículo a ser usado, as actividades que são permitidas e as áreas de acesso autorizado. Muitas vezes

---

<sup>117</sup> GEE e FAYOS-SOLÁ, 1999:262

<sup>118</sup> HERAS, 2004: 92

<sup>119</sup> GEE e FAYOS-SOLÁ, 1999:263

os sistemas de licenciamento incluem taxas ou cobranças (de entradas, por exemplo) que podem ser utilizadas para providenciar instalações para os turistas, para conservar ou restaurar ou para se manter um determinado programa activo. As normas de qualidade ambiental apoiadas por regulamentações e legislação são necessárias para controlar vários aspectos do turismo, determinando por exemplo a altura máxima dos prédios, a sua localização, o estilo arquitectónico e os materiais de construção utilizados. Cada vez mais é considerado necessário um estudo de impacto ambiental antes de se iniciar a construção de instalações turísticas<sup>120</sup>.

A gestão dos visitantes é uma forma de minimizar os impactos dos turistas. Essa gestão é efectuada através do controlo do número, fluxo e actividades dos visitantes, restringindo o acesso a determinadas áreas e controlando as horas das visitas. Esta forma de acção permite afastar os turistas de zonas mais sensíveis e também informar o visitante sobre o que pode ou não fazer através de caminhos delimitados ou de painéis informativos. Manter os turistas informados sobre os locais de visita e sobre a fragilidade dos ecossistemas é uma forma eficaz de minimizar os impactos ambientais e de educar os turistas<sup>121</sup>.

O crescimento do mercado do turismo alternativo tem levado a que vários operadores turísticos adiram à causa da sustentabilidade. Para além de responderem a esta nova procura dos turistas “verdes” também implementam medidas mais rentáveis através da redução do consumo de energia ou da reciclagem de materiais. As relações com as comunidades locais melhoram graças aos esforços feitos para uma actividade turística mais responsável. Assim a relação entre o turista e o habitante local sairá reforçada<sup>122</sup>. David Weaver e Martin Oppermann acreditam que os grandes grupos estão numa posição favorável para implementar essas medidas. A economia de escala permite-lhes afectar recursos para a informação ao público, a formação dos empregados, a criação de postos de trabalho especializados na área e para a introdução de programas de gestão dos recursos energéticos. Estes grandes grupos estão bem implantados no mercado e podem influenciar outros fornecedores a adoptarem medidas ambientais<sup>123</sup>.

---

<sup>120</sup> GEE e FAYOS-SOLÁ, 1999:264

<sup>121</sup> Idem:266

<sup>122</sup> LIMA e PARTIDÁRIO, 2002:23

<sup>123</sup> WEAVER e OPPERMANN, 2000:358

Como referem Susana Lima e Maria do Rosário Partidário “as abordagens mais estratégicas à gestão ambiental permitem novas oportunidades organizacionais e a integração do ambiente e da sustentabilidade no cerne da estratégia de investimentos da empresa. Actuando proactivamente e de modo global, as empresas têm a capacidade de antecipar oportunidades criadas por valências ambientais, que sendo integradas mais cedo na actividade da empresa possibilitam mais-valias bem mais significativas, para a empresa e para o ambiente, do que a actuação apenas a nível da gestão ambiental de produtos. A Avaliação Estratégica de Impactes (Partidário, 1999; 2000) é uma abordagem recente do domínio da avaliação preventiva de impactes ao nível de políticas e planeamento e que permite uma gestão estratégica ambiental motivada por objectivos de sustentabilidade.”<sup>124</sup>

Apesar das vantagens da implementação de medidas ambientalmente sustentáveis nas empresas ainda não houve uma adesão significativa por parte destas. Sem uma mudança de atitude que leve à promoção da qualidade ambiental não é possível a implementação da sustentabilidade nos empreendimentos e destinos turísticos<sup>125</sup>.

Ainda de acordo com as mesmas autoras, citando Middleton e Hawkins, as empresas privadas têm dez “boas razões” para aderirem a práticas ambientalmente sustentáveis, apresentadas no quadro seguinte<sup>126</sup>.

#### **Quadro nº 11 - Razões para as Empresas Privadas Implementarem Medidas Sustentáveis**

- 1. Cumprimento da legislação:** tem sido produzida cada vez mais regulamentação, relativa a saúde, segurança e ambiente (de acordo com as orientações da Agenda 21) a ser aplicada pela maioria dos países a toda a indústria, incluindo a do turismo. As empresas que vão além do cumprimento da legislação serão as mais competitivas.
- 2. Imagem da empresa:** as indústrias poluentes são cada vez mais expostas aos media e contestadas pela sua actuação, o que pode contribuir para a perda de consumidores e redução de lucros.

<sup>124</sup> LIMA e PARTIDÁRIO, 2002:25

<sup>125</sup> Idem:25 (citando MIDDLETON e HAWKINS, 1998:107)

<sup>126</sup> Ibidem:26 (citando MIDDLETON e HAWKINS, 1998:108)

## Quadro nº 11 - Razões para as Empresas Privadas Implementarem Medidas Sustentáveis

3. **Resposta às expectativas crescentes da procura:** todas as empresas sentem a procura crescente de maior qualidade de produtos e serviços por parte dos consumidores. Para a indústria do turismo a qualidade ambiental é parte integrante da qualidade do produto e vital para a fixação de turistas.
4. **Melhoria da competitividade:** pela percepção pelos turistas da adopção de práticas ambientalmente responsáveis pelas empresas e pela eventual atribuição de prémios de qualidade ambiental e contributo para o marketing das mesmas.
5. **Redução de custos operacionais:** já há uma clara evidência de que a implementação de sistemas de gestão ambiental pode contribuir para uma redução substancial de custos, pela maior racionalização energética, tratamento de resíduos, reutilização e reciclagem e até mesmo pela redução dos prémios de seguros devido ao menor risco operacional.
6. **Relacionamento com a comunidade local:** o respeito pelo ambiente pode contribuir para o melhor relacionamento com o público, empresas, autoridades locais, facilitando a autorização para determinados projectos ambientalmente consistentes e participação em iniciativas com parceiros locais.
7. **Resposta a condições contratuais:** nas condições contratuais entre cliente e fornecedor, os critérios de boas práticas ambientais passarão cada vez mais a ser impostos como condição de negócio.
8. **Aceitação das condições impostas pelas associações sectoriais, profissionais e outras:** a especificação de condições de adesão a determinados organismos pode passar pela imposição de critérios de cumprimento de boas práticas ambientais.
9. **Cumprimento de critérios para captação de fundos e redução do risco de investimento:** as agências de financiamento a projectos de investimento, e os investidores em geral, cada vez mais adoptam critérios e padrões de qualidade ambiental como condição para darem o seu suporte financeiro e reduzirem os riscos de investimento.
10. **Conservação dos recursos como capital ambiental:** as empresas turísticas têm todo o interesse em contribuir para a conservação e qualidade ambiental dos recursos que constituem a base do seu desenvolvimento.

Fonte: LIMA e PARTIDÁRIO, 2002:26 (adaptado de MIDDLETON e HAWKINS, 1998:108)

#### 2.3.2.4 – Instrumentos para a implementação da qualidade ambiental

A certificação e o rótulo “eco” estão no centro da discussão sobre o turismo sustentável. Os prémios, as certificações e a rotulagem para um turismo social e ambientalmente responsável emergiram há pouco mais de uma década. Mas apesar de muitos programas de certificação terem sido iniciados nos anos noventa, o trabalho de fundo que permitiu o seu arranque tem sido feito há mais de três décadas. De facto, a partir dos anos setenta começa a haver uma preocupação global relativamente à integração do desenvolvimento sustentável no desenvolvimento industrial, incluindo turístico. Citando Maurice Strong, organizador do Conselho da Terra em 1992, *“without a clean and healthy environment, travel and tourism cannot retain its role as world leader, businesses cannot thrive, and destinations will continue to be abandoned. To enjoy success, the industry needs to embrace the concept of sustainable development and make it a reality in the next century”*<sup>127</sup>. A Agenda 21, concebida no Conselho da Terra, iniciou um caminho para que as empresas adoptassem os princípios e as práticas para o desenvolvimento sustentável. A partir de então vários programas de certificação foram iniciados com o objectivo de medir práticas responsáveis a nível ambiental e social.

De acordo com Martha Honey e Abigail Rome a certificação é *“a voluntary procedure which assesses, monitors, and gives written assurance that a business, product, process, service, or management system conforms to specific requirements. It awards a marketable logo or seal to those that meet or exceed baseline standards, i.e., those that, at a minimum, comply with national and regional regulations, and, typically, fulfill other declared or negotiated standards prescribed by the program”*<sup>128</sup>. Ao especificar que a certificação é um processo voluntário entende-se que deve partir das empresas a vontade de se submeter ao processo seguindo um modelo de gestão ambiental.

Um instrumento muito utilizado nos programas de certificação é o Sistema de Gestão Ambiental (*Environmental Management Systems* ou EMS). Esse método ajuda os negócios a encontrar uma forma de implementar medidas que permitam atingir as metas ambientais (como por exemplo a redução da poluição, do consumo de água e electricidade) através da

---

<sup>127</sup> HONEY e ROME, 2001:15

<sup>128</sup> Idem:17

elaboração de estudos de gestão, de programas e da formação do pessoal<sup>129</sup>. Apenas se considera que um Sistema de Gestão Ambiental está oficialmente implementado se obedecer ao ISO 14001 ou ao *Eco-Management and Audit Scheme* (EMAS). Estes constituem normas definidas nas quais assentam os processos de certificação ambiental que serão concedidos às empresas.

A *International Standards Organization* (ISO), uma federação mundial sediada em Genebra, criou em 1996 as normas ambientais ISO 14000<sup>130</sup> e ISO 14001, que contém as normas EMS. Estas normas podem ser utilizadas por empresas turísticas ou por qualquer outro tipo de negócio na totalidade da empresa ou só num sector. Uma empresa é certificada com ISO 14001 quando o seu sistema de gestão ambiental está de acordo com as especificações normativas e foi verificado através de uma auditoria independente. A certificação será válida para um período máximo de três anos<sup>131</sup>.

Em Portugal algumas empresas do sector turístico já obtiveram a certificação ISO 14001, nomeadamente quatro campos de golfe e um hotel no Algarve e um campo de golfe em Lisboa<sup>132</sup>.

Algumas críticas surgiram relativamente às normas ISO 14001. Considera-se, por um lado, que são demasiado abrangentes para poder medir os impactos ambientais, socio-culturais e económicos dos negócios e indústrias de vários sectores. Por outro lado, implicam um processo dispendioso, o que leva a que só os grandes grupos tenham acesso a elas<sup>133</sup>. Os pequenos negócios recorrem a mecanismos mais flexíveis.

A Comissão Europeia criou o *Eco-Management and Audit Scheme*, um regulamento voluntário da União Europeia para as empresas que pretendam certificar o seu sistema de gestão ambiental. Estes critérios de certificação abrangem todo o tipo de produtos e serviços da indústria, inclusive o turismo. O EMAS ajuda as empresas ou negócios a avaliar os seus programas e trabalha na melhoria contínua do desempenho ambiental. Segundo

---

<sup>129</sup> HONEY e ROME, 2001:23

<sup>130</sup> LIMA e PARTIDÁRIO: 2002:39

<sup>131</sup> HONEY e ROME, 2001:25

<sup>132</sup> LIMA e PARTIDÁRIO: 2002:39. No Algarve, os campos de golfe são geridos pelo Grupo Lusotour, S.A., e o hotel é o Tivoli Almansor; o campo de golfe de Lisboa é o Belas Clube de Campo que pertence à empresa Planbelas, S.A..

<sup>133</sup> HONEY e ROME, 2001:27

Martha Honey e Abigail Rome, o EMAS é mais forte do que as ISO 14001 em várias áreas-chave cruciais para o desenvolvimento sustentável. Além disso, o EMAS baseia-se no desempenho e a informação sobre os relatórios de melhoria do sistema de gestão ambiental é pública, enquanto que o ISO 14001 se baseia no processo interno de gestão<sup>134</sup>.

Uma das entidades mais conhecidas no âmbito da certificação ambiental é o *Green Globe*. Foi criado em 1994 pelo Conselho Mundial de Viagens e Turismo (*World Travel and Tourism Council*) com o objectivo de ser um programa de sensibilização ambiental, passando depois a desenvolver normas próprias baseadas na Agenda 21. Em 1999 o *Green Globe* passou a ser uma entidade privada, financiada por várias empresas e denominando-se *Green Globe 21*. As empresas certificadas podem ter o logo da *Green Globe* após terem implementado um sistema de gestão ambiental baseado nas normas ISO 14001 e terem passado na auditoria.

Em Portugal, trinta e quatro empresas aderiram ao programa *Green Globe 21* em 2002 mas só uma é que obteve o certificado<sup>135</sup>.

O *Green Globe 21* levanta muita controvérsia, nomeadamente por certificar empresas que implementaram um sistema de gestão ambiental sem no entanto terem um verdadeiro desempenho ambiental, o que acaba por desacreditar as empresas perante o público<sup>136</sup>.

De acordo com Martha Honey e Abigail Rome há programas de certificação ambiental que se aplicam ao turismo de massas. Estes programas baseiam-se na instauração de sistemas de gestão ambiental (frequentemente o ISO 14001) a empresas individuais, corporações (como cadeias de hotéis) ou destinos (*Green Globe 21*). Apesar de estes programas serem os menos eficientes, são os mais conhecidos por certificarem marcas, sendo financiados pelos principais intervenientes da indústria do turismo. Estes programas de certificação podem trazer algumas inovações ambientais, mas não podem no entanto gerar turismo sustentável<sup>137</sup>.

Os programas de certificação medem, no âmbito do turismo sustentável, as questões ambientais, socio-culturais e económicas, tanto a nível interno (empresa, serviço ou

---

<sup>134</sup> HONEY e ROME, 2001:29

<sup>135</sup> LIMA e PARTIDÁRIO: 2002:41. A empresa em questão é a Lusotour, S.A.

<sup>136</sup> HONEY e ROME, 2001:35

<sup>137</sup> Idem:33

produto), como a nível externo (comunidade local e o meio-ambiente). Estes programas de certificação podem ser aplicados a uma área geográfica (como a Costa Rica) ou a um sector particular da indústria (como o programa *Blue Flag* de certificação de praias e marinas)<sup>138</sup>.

O programa *Certification for Sustainable Tourism* (CST) da Costa Rica utiliza um sistema de pontuação que permite obter melhorias ambientais nos hotéis que pretendem ser certificados. A avaliação é efectuada através de um questionário com 153 perguntas em quatro áreas (ambiente físico e biológico; infra-estruturas e serviços; clientes e ambiente socio-económico). O total dos pontos recebidos em cada categoria é calculado e convertido em percentagem para posteriormente ser ordenado num nível de sustentabilidade baseado numa escala de 1 a 5. Este programa tem sido de tal forma bem sucedido que se prevê a utilização deste sistema a nível regional, e o alargamento desta certificação a outros sectores do turismo<sup>139</sup>.

O programa “Bandeira Azul” (*Blue Flag*) obedece a dois conjuntos de critérios para certificar praias e marinas. O primeiro contém os critérios globais para a certificação; o segundo acomoda os critérios baseados em diferenças regionais e/ou climáticas.

No âmbito do ecoturismo a certificação tem por objectivo avaliar não apenas a entidade mas também os seus impactos no meio envolvente. Enquanto critérios para a certificação este impactos têm um peso igual ou mesmo superior ao funcionamento interno do negócio<sup>140</sup>. A certificação para esse tipo de turismo estipula padrões mais elevados, uma vez que o ecoturismo vai para além das questões da redução do consumo de água e energia, assumindo responsabilidades na protecção da área e preocupando-se com a população local. Têm de ser avaliados os mecanismos que vão permitir a conservação das áreas naturais e trazer benefícios para a comunidade local.

Um exemplo de programa de certificação no ecoturismo é o *Nature and Ecotourism Accreditation Program* (NEAP) na Austrália. Este programa tem três níveis: dois servem para distinguir e classificar as empresas envolvidas em ecoturismo, e o terceiro classifica as empresas envolvidas no turismo de natureza ou turismo sustentável.

---

<sup>138</sup> HONEY e ROME, 2001:38

<sup>139</sup> *Idem*:39

<sup>140</sup> *Ibidem*:42

Martha Honey e Abigail Rome tentaram avaliar as diferenças entre os programas de certificação nos três sistemas de turismo (de massas, sustentável e ecoturismo) questionando-se sobre o que cada um deles faz para satisfazer as necessidades dos principais intervenientes (indústria, clientes, país receptor e as comunidades locais). As respostas constam no quadro seguinte.

#### **Quadro nº 12 - Comparação entre os Programas de Certificação para o Turismo de Massas, Sustentável e Ecoturismo**

- **Programas de Certificação para o Turismo de Massas:** satisfazem em geral as necessidades dos negócios ao providenciar mudanças de poupança de custos, assistência técnica e melhorias contínuas, assim como distinção de mercados e publicidade no mercado de massas. Contudo oferecem informações fracas e muitas vezes enganadoras aos clientes e minimizam ou ignoram as necessidades dos governos receptores (particularmente nos países em desenvolvimento), das comunidades locais e das ONGs no que respeita a igualdade social, a igualdade económica a longo prazo e a protecção ambiental no que está além do impacto inicial do negócio.
- **Programas de Certificação para o Turismo Sustentável:** satisfazem melhor (mas não completamente) as necessidades dos negócios, dos consumidores, e dos governos e comunidades receptoras. Por outro lado esses programas não distinguem adequadamente os negócios que operam dentro ou perto de áreas naturais, podem ser relativamente dispendiosos para pequenas ou médias empresas, podem não ter os meios de financiamento ou marketing adequados e podem deixar as comunidades locais e as ONGs com a sensação de terem sido marginalizadas.
- **Programas de Certificação para o Ecoturismo:** tendem a favorecer pequenos e médios negócios, a respeitar as necessidades das comunidades locais e a conservação, e a ajudar o público a distinguir negócios, áreas geográficas e até países inteiros empenhados no ecoturismo. Contudo, como é hábito, estes programas sofrem de financiamentos insuficientes para auditorias e promoção, acabando por não satisfazer nem as necessidades dos negócios que certificam, nem as dos governos ou do público interessado no ecoturismo.

Fonte: HONEY e ROME, 2001:45 (adaptado e traduzido)

Para Susana Lima e Maria do Rosário Partidário “*a certificação ambiental, no fundo, o que faz é garantir uma evidência documental sobre o desempenho ambiental da empresa ao nível da qualidade ambiental, o que constitui uma mais-valia no que diz respeito à sua imagem para o exterior. Para além disso, passa a haver uma sistematização de todos os procedimentos internos, que são universais e correntes, e que implicam todo o pessoal da empresa num processo que, embora complexo, deve ser envolvente e garantir uma melhoria contínua da organização a todos os níveis*<sup>141</sup>”. Apesar de se reconhecer que os programas de certificação devem ser adaptados às características de determinadas regiões ou sectores turísticos, surge a necessidade de criar um programa de certificação ambiental universal para os sectores do turismo. No entanto, ainda não há consenso relativamente a essa questão. Já existem vários programas, mas há problemas difíceis de ultrapassar, como os altos custos das certificações, a origem do financiamento das entidades certificadoras, a fiscalização das empresas possuidoras da certificação e a falta de informação disponibilizada ao público e aos clientes.

Outros instrumentos de avaliação de desempenho ambiental menos rígidos e exigentes do que os programas de certificação ambiental são os prémios e selos de qualidade ambiental. Estes prémios e selos promovem a qualidade do produto turístico e simultaneamente constituem um incentivo para as empresas por terem impacto no público e nos clientes. No entanto, a diversidade de prémios e selos confunde o público, levando-o a olhá-los com desconfiança. Há necessidade de criar uma homogeneização dos mecanismos que garantem a qualidade ambiental, com rigor e fiscalização regular para evitar casos de abuso<sup>142</sup>.

### **2.3.2.5 – O turismo no espaço rural em Portugal**

A natureza tem uma grande importância na escolha dos destinos dos turistas. Nos países industrializados as regiões rurais eram vistas idilicamente como locais onde se leva uma vida longe das tensões urbanas e onde o tempo passa mais devagar. O êxodo rural, sobretudo entre os mais jovens, tem levado a que muitas regiões rurais não se desenvolvam

---

<sup>141</sup> LIMA e PARTIDÁRIO: 2002:39

<sup>142</sup> Idem:38

à mesma velocidade que o país em geral<sup>143</sup>. Mas há uma vontade crescente entre os turistas de voltar a encontrar-se com a natureza numa perspectiva mais ecológica. Desenvolveram-se assim vários tipos de turismo dentro do turismo sustentável, o que permitiu a criação de diferentes nichos comerciais.

Em Portugal, o turismo no espaço rural (TER) tem ganho cada vez mais um lugar preponderante na indústria do turismo e contém um potencial de desenvolvimento que não se pode deixar de considerar. De acordo com a DGT “*o turismo no espaço rural consiste no conjunto de actividades e serviços realizados e prestados, mediante remuneração, em zonas rurais, segundo diversas modalidades de hospedagem, de actividades e serviços complementares de animação e diversão turística, tendo em vista a oferta de um produto completo e diversificado no espaço rural*”<sup>144</sup>.

A evolução quantitativa e qualitativa desta forma de turismo tem sido gradual, sendo hoje o turismo no espaço rural nacional reconhecido tanto interna como internacionalmente. O TER iniciou-se nos anos oitenta com o apoio de fundos comunitários em diferentes vertentes como o turismo de habitação, turismo rural, agro-turismo, casas de campo e turismo de aldeia<sup>145</sup>. Os proprietários de casas com algum porte ou traça reabilitaram-nas para acolher estes novos turistas com preocupação ambiental que procuram conhecer as tradições locais e aproximar-se da natureza.

No entanto, apesar da consciencialização crescente para a reabilitação do património e a preservação do meio-ambiente, de início os resultados do TER não foram muito entusiasmantes. Como refere Célia Godinho “*as razões para este aparente fracasso são*

---

<sup>143</sup> SWARBROOKE, 1999:161

<sup>144</sup> DGT, 2005 c):2

<sup>145</sup> Idem:2 – Os conceitos têm as seguintes definições:

**Turismo de habitação** é o serviço de hospedagem praticado em solares, casas apalaçadas ou residências de reconhecido valor arquitectónico, com dimensões adequadas, mobiliário e decoração de qualidade.

O **Turismo rural** desenvolve-se em casas rústicas com características próprias do meio rural em que se inserem, situadas em aglomerado populacional ou longe dele.

O **Agroturismo** corresponde a casas de habitação ou os seus complementos integrados numa exploração agrícola, onde é permitido aos hóspedes a participação em trabalhos da própria exploração ou em formas de animação complementar.

**Casas de campo** são casas particulares e casas de abrigo situadas em zonas rurais que prestam serviço de hospedagem, quer sejam ou não utilizadas como habitação própria dos seus proprietários.

O **Turismo de aldeia** caracteriza-se pelo serviço de hospedagem prestado num conjunto de, no mínimo, cinco casas particulares situadas numa aldeia e exploradas de forma integrada, quer sejam ou não utilizadas como habitação própria dos seus proprietários, possuidores ou legítimos detentores.

*diversas mas convergentes: no lançamento do TER, se houve preocupação com a reabilitação, não houve cuidado com o planeamento; se se teve em conta o aumento do parque de acolhimento, não se tratou de captar mercado; se se pretendeu diversificar a oferta, não fazendo o país depender da ideia simplista de “mar e sol”, não se cuidou da marca, não se promoveu o sector, nem se expôs o produto ao mercado<sup>146</sup>”.*

Apesar de tudo reconhece-se que este mercado está em constante crescimento, sobretudo pela procura dos europeus. Em Portugal o número de estabelecimentos classificados no TER em 2004 era de 965, dividindo-se da seguinte forma: 42,1% para o turismo rural, 25,6% para o turismo de habitação, 16,8% para as casas de campo, 15,1% para o agroturismo e 0,4% para o turismo de aldeia. Importa notar que a região Norte detém mais de 44% do total da oferta de TER, sendo seguida pelas regiões do Centro e do Alentejo<sup>147</sup>. Relativamente ao turismo emissor, podemos salientar que a Alemanha e o Reino Unido foram os principais mercados emissores, totalizando 46% das dormidas de estrangeiros. Os primeiros preferiram como modalidade as casas de campo, enquanto que os segundos procuraram mais o turismo de habitação. O turismo doméstico continua a ser muito importante para este sector, e as preferências dos portugueses vão para o turismo rural, seguido do turismo de habitação e do agroturismo<sup>148</sup>.

---

<sup>146</sup> GODINHO, 2004:91

<sup>147</sup> DGT, 2005 c):4

<sup>148</sup> Idem:10

**Quadro 13 - Estimativa de Dormidas por Países de Residência e por Modalidades em 2004**

	<b>Turismo de habitação</b>	<b>Turismo rural</b>	<b>Agro-turismo</b>	<b>Casas de campo</b>	<b>Turismo de aldeia</b>
Portugal	40002	77764	39180	17477	3370
Alemanha	13129	9938	8845	30412	1154
Brasil	452	350	50	46	4
Espanha	7769	7833	2006	678	248
EUA	8262	3790	614	555	58
França	6433	7716	2212	1525	114
Holanda	4150	5654	4587	3778	103
Reino Unido	12851	11613	4830	3194	303
Outros	19982	15636	5850	4485	319
<b>Total de Estrangeiros</b>	<b>73028</b>	<b>62530</b>	<b>28994</b>	<b>44673</b>	<b>2303</b>
<b>Total Geral</b>	<b>113030</b>	<b>140294</b>	<b>68174</b>	<b>62150</b>	<b>5673</b>

Fonte: DGT, 2005 c):10

Apesar dos resultados serem ainda poucos expressivos, o TER representa novas tendências às quais devem ser dadas oportunidades. É importante que sejam desenvolvidas políticas no âmbito do TER com vista a uma planificação das suas vertentes, formação dos proprietários para melhorar a gestão dos seus negócios, e promoção do seu desenvolvimento. De acordo com Celina Godinho, o sector TER é muito sensível e muito ligado ao desenvolvimento sustentado das regiões<sup>149</sup>. A DGT lembra que o Estado deve assumir um papel central, cabendo-lhe “assegurar o desenvolvimento de um quadro de apoio administrativo, legal e financeiro, que potencie as condições de sucesso para o turismo no espaço rural<sup>150</sup>”.

**2.3.2.6 – “Pro-poor tourism”: uma abordagem como instrumento para o alívio da pobreza**

A redução da pobreza não está no centro das preocupações do turismo. Apesar disso, o turismo tem um peso significativo em vários países em desenvolvimento e tem incidência positiva ou negativa sobre o meio de subsistência dos seus habitantes. De facto, o turismo cria oportunidades de emprego, contribui para os rendimentos provindos das exportações e para o PIB. Mesmo recebendo menos turistas do que o Norte, os países em

<sup>149</sup> GODINHO, 2004:93

<sup>150</sup> DGT, 2002:63

desenvolvimento têm recebido um grande número de turistas internacionais, sobretudo em zonas ricas em biodiversidade. Mas apesar do turismo ter uma importância económica significativa nesses países, esta importância varia de país para país. Os países de pequenas dimensões e as ilhas tendem a ter uma maior dependência no turismo. As Caraíbas são a região mais dependente do turismo no mundo, e o arquipélago das Maldivas é considerado o país mais dependente<sup>151</sup>.

Nos países com altos níveis de pobreza, a influência do turismo é importante e está em constante crescimento. No entanto, a forte contribuição do turismo no crescimento económico é significativa mas não é suficiente para assegurar o alívio da pobreza, sendo os mais pobres os mais vulneráveis aos seus impactos negativos. Nota-se muitas vezes que o turismo doméstico, regional ou o efectuado por turistas internacionais que viajam de forma independente pode trazer mais oportunidades de desenvolvimento económico local do que o turismo internacional que viaja por pacotes turísticos<sup>152</sup>.

Apesar de se preocupar com o bem-estar das comunidades, o turismo sustentável tem dado mais ênfase ao tema do ambiente. Por essa razão efectuaram-se estudos sobre a forma como o turismo poderia ser utilizado para a redução da pobreza. Foi nesse âmbito que foi elaborado o *Pro-Poor Tourism* (PPT), uma abordagem que tem como objectivo “aumentar os benefícios para as pessoas que vivem na pobreza através do turismo”<sup>153</sup>. Esta abordagem baseia-se em três conceitos chave que são:

- Melhorar o acesso aos benefícios económicos do turismo identificando e alargando oportunidades de emprego assim como providenciando formações;
- Criar medidas que lidem com os impactos sociais e ambientais do turismo, nomeadamente as pressões nos recursos naturais, poluição ou degradação dos ecossistemas;
- Aumentar a participação das comunidades que vivem na pobreza no planeamento, desenvolvimento e gestão das actividades turísticas que lhes são pertinentes, removendo

---

<sup>151</sup> CHRIST *et al.*, 2003:17

<sup>152</sup> DELOITTE&TOUCHE, IIED, ODI, 1999:8

<sup>153</sup> ASHLEY, ROE e GOODWIN, 2001:2



algumas barreiras à sua participação e apoiando a parceria entre o governo, o sector privado e as comunidades no desenvolvimento de novos bens e serviços turísticos<sup>154</sup>.

O PPT permite que os membros da comunidade local retirem benefício do turismo participando na sua implementação e gestão, promovendo também a conservação ambiental e as culturais tradicionais. Através da justa redistribuição dos rendimentos provindos do turismo pode haver uma redução da pobreza.

---

<sup>154</sup> NETO, 2002:9

### III – Ecoturismo como motor para o desenvolvimento sustentável

O turismo sustentável tem promovido várias formas alternativas de turismo. O ecoturismo, uma extensão do turismo alternativo, desenvolveu-se devido à insatisfação com as formas convencionais de turismo que têm ignorado os factores sociais e ambientais em prol de uma abordagem centrada no lucro. O facto de esse lucro não reverter para as comunidades locais constitui igualmente motivo de insatisfação<sup>155</sup>. O ecoturismo enquanto conceito pretende assim preservar os recursos naturais e culturais e promover o desenvolvimento socio-económico das comunidades locais. Apesar de ser um pequeno segmento do sector turístico, o ecoturismo tem vindo a crescer rapidamente e é frequentemente apresentado como a solução para os problemas do ambiente e do turismo convencional. Se for realizado com responsabilidade pode potenciar benefícios económicos e ambientais nos países em desenvolvimento. No entanto a realidade é bem mais complexa: se não for praticado com cuidado, o ecoturismo ameaça e destrói os ecossistemas que pretende proteger<sup>156</sup>. Citando Martha Honey “*as we reach the end of this millennium, the scorecard is very mixed: like the golden toad, genuine ecotourism is hard to find.*”<sup>157</sup>”

#### 3.1 – Definição

Podem ser encontradas várias definições de ecoturismo, frequentemente associadas a termos como “responsável”, “sustentável”, “verde”. A definição mais comum é a da Sociedade Internacional do Ecoturismo (*International Ecotourism Society* ou IES) que, de forma breve, define o ecoturismo como “*responsible travel to natural areas that conserves the environment and improves the well-being of local people*”<sup>158</sup>. Para David Fennell o ecoturismo é “*a sustainable form of natural resource-based tourism that focuses primarily on experiencing and learning about nature, and which is ethically managed to be low-*

---

<sup>155</sup> FENNELL, 2003:18

<sup>156</sup> HONEY, 1999a):4

<sup>157</sup> Idem:5

*impact, non-consumptive, and locally oriented (control, benefits, and scale). It typically occurs in natural areas, and should contribute to the conservation or preservation of such areas.*<sup>159</sup>,”

O ecoturismo é frequentemente associado ao turismo de natureza, de natureza selvagem (*wildlife*) e de aventura, mas tem de ser visto como uma categoria distinta. O turismo de natureza envolve viajar para uma área não deteriorada para se poder apreciar a natureza, por um lado, e a prática de actividades consideradas “seguras” como caminhar, andar de bicicleta, velejar ou acampar, por outro. O turismo de natureza selvagem envolve viajar para observar animais, pássaros e peixes nos seus habitats naturais. O turismo de aventura é uma forma mais activa de turismo de natureza e envolve a prática de actividades desportivas com algum grau de risco e que requerem uma boa preparação física. Martha Honey esclarece que estas três formas de turismo (natureza, natureza selvagem e aventura) se definem apenas pelas actividades recreacionais dos turistas, enquanto que o ecoturismo se define também pelos seus benefícios na conservação do ambiente e para as comunidades locais.<sup>160</sup>

A autora define o ecoturismo como *“travel to fragile, pristine, and usually protected areas that strives to be low impact and (usually) small scale. It helps educate the traveler; provides funds for conservation; directly benefits the economic development and political empowerment of local communities; and fosters respect for different cultures and for human rights.*<sup>161</sup>” Esta definição inclui já alguns dos princípios do ecoturismo que são:

- Diminuir os impactos negativos no ambiente e nas comunidades locais;
- Sensibilizar e promover o respeito pelo ambiente natural e cultural em geral;
- Proporcionar experiências positivas tanto aos visitantes como às comunidades receptoras;
- Proporcionar benefícios financeiros directos para a conservação;
- Proporcionar benefícios financeiros e *empowerment* para as comunidades locais;
- Sensibilizar o visitante para a situação ambiental, política e social da área visitada;

---

<sup>158</sup> IES, 2004 (<http://www.ecotourism.org/index2.php?what-is-ecotourism>)

<sup>159</sup> FENNELL, 2003:25

<sup>160</sup> HONEY, 1999a):6

<sup>161</sup> Idem:25

- Apoiar os direitos humanos e os acordos laborais internacionais<sup>162</sup>.

O ecoturismo representa uma forma mais abrangente de viajar. Os seus praticantes devem respeitar, ter vontade de aprender e de beneficiar o ambiente e as comunidades locais. A cultura, apesar de não ser mencionada como um princípio fundamental do ecoturismo, faz parte de qualquer experiência turística. Não há dúvida de que ela faz parte da experiência do ecoturismo; contudo ela não será a sua motivação principal, estando implícita em toda a viagem<sup>163</sup>. A sensibilidade cultural é importante para perceber o ambiente político e social no qual se encontram as comunidades locais. Em muitos países em desenvolvimento as comunidades rurais que vivem ao pé dos parques naturais ou locais ecoturísticos disputam com as autoridades o controlo dos bens e seus benefícios<sup>164</sup>.

Em termos práticos, o ecoturismo inclui diversas actividades, como observação de pássaros, passeios nas montanhas ou participação no dia-a-dia das comunidades locais. Caracteriza-se por equipamentos de pequena escala em localidades remotas para onde se deslocam pequenos grupos de turistas. Os ecoturistas são acompanhados por guias que os informam sobre a fauna, a flora e a cultura da região. A conservação da natureza e a protecção dos recursos biológicos são elementos importantes no ecoturismo. Os benefícios dos projectos podem servir para proteger animais ou para apoiar as áreas da saúde e da educação nas comunidades locais<sup>165</sup>.

A discussão sobre a definição do conceito de ecoturismo é importante para se esclarecerem os seus princípios e práticas de forma a permitir que os seus intervenientes o possam implementar na sua totalidade e não só em parte.

### **3.2 – Os Ecoturistas: uma análise das suas características**

O segmento de mercado dos turistas com preocupações ambientais tem estado em constante evolução. O ecoturista tem geralmente um nível de educação e rendimentos mais elevados do que o turista (de massas) médio, e a participação feminina é cada vez mais elevada. Este

---

<sup>162</sup> IES, 2004 (<http://www.ecotourism.org/index2.php?what-is-ecotourism>)

<sup>163</sup> FENNELL, 2003:26

<sup>164</sup> HONEY, 1999a):24

<sup>165</sup> LINDSAY, 2003:1

último ponto é importante porque os estudos iniciais caracterizavam o ecoturista como predominantemente masculino, com um bom nível educativo, rico e permanecendo longos períodos<sup>166</sup>.

No entanto, os ecoturistas não representam um mercado homogêneo. Atendendo a características diferenciadoras como as motivações, os comportamentos e o tipo de interesse - mais antropocêntrico (centrado no homem) ou biocêntrico (centrado na natureza) - podem ser designados vários tipos de ecoturistas<sup>167</sup>.

Foram efectuados diversos estudos no sentido de classificar os ecoturistas. Entre estes destacamos o de Kreg Lindberg que apresenta quatro tipos de ecoturismo definidos através de elementos como a dedicação e o tempo, e incluindo as expectativas dos turistas, o local para onde pretendem viajar, e também a forma como pretendem viajar. Os quatro tipos de ecoturistas são:

- Núcleo duro dos turistas de natureza (*hard-core nature tourists*): composto por cientistas, investigadores ou membros de viagens organizadas criadas especificamente para a educação, remoção de resíduos ou com propósito similar;
- Turistas de natureza dedicados (*dedicated nature tourists*): pessoas que viajam especificamente para ver áreas protegidas e que querem perceber a história natural e cultural local;
- Corrente dominante dos turistas de natureza (*mainstream nature tourists*): pessoas que visitam a Amazónia, o parque de Gorilas do Ruanda ou outros destinos principalmente para efectuarem uma viagem diferente;
- Turistas de natureza casuais (*casual nature tourists*): pessoas que fazendo uma viagem mais ampla acabam casualmente por contactar a natureza<sup>168</sup>.

David Weaver considera que os ecoturistas podem ser segmentados através de uma escala contínua, com uma gradação de muito rígido ("*hard ecotourist*") a liberal ("*soft ecotourist*")<sup>169</sup>. O primeiro pode ser visto como o tipo ideal, tendo uma atitude fortemente biocêntrica. É ambientalista e está profundamente empenhado nos princípios da

---

<sup>166</sup> FENNELL, 2003:35

<sup>167</sup> WEAVER, 2001:43

<sup>168</sup> FENNELL, 2003:35 (citando LINDBERG, 1991:3 )

<sup>169</sup> WEAVER, 2001:43

sustentabilidade. O seu desejo é interagir com o meio natural. Tem preferência por experiências, sempre em contacto próximo com a natureza, que envolvam actividades físicas e desafios. Não necessita de serviços no local. Quanto às características das viagens, os *hard ecotourists* preferem organizá-las eles próprios, viajam em pequenos grupos e com tempo suficiente para poder aceder às áreas naturais mais remotas<sup>170</sup>.

Já o *soft ecotourist* tem um interesse tendencialmente antropocêntrico. Apesar de apreciar as atracções propostas e de querer aprender mais sobre os temas relacionados com a sustentabilidade, não está tão empenhado nas questões ambientais. As actividades são menos físicas, sendo requeridos serviços em termos de alojamento, comida e instalações sanitárias. As viagens efectuam-se em grupos mais numerosos e costumam ser de curta duração (um dia). A experiência ecoturística é apenas uma de entre várias actividades de uma viagem organizada. O *soft ecotourist* costuma recorrer a operadores turísticos para organizar a sua viagem. David Weaver considera que na sua essência os *soft ecotourists* são turistas de massas que gostam de ter um contacto tangencial com a natureza para se desviar das actividades do turismo convencional baseadas na praia e no sol<sup>171</sup>.

#### Quadro nº 14 – Características do Ecoturismo Duro (“Hard”) e Suave (“Soft”) como Tipos Ideais

“Hard” (activo, profundo)	“Soft” (passivo, superficial)
←-----A gradação do ecoturismo-----→	
Forte empenho ambiental	Empenho ambiental moderado
Melhoria da sustentabilidade	Sustentabilidade em estado constante
Viagens especializadas	Viagens com múltiplas finalidades
Viagens longas	Viagens curtas
Grupos pequenos	Grupos grandes
Fisicamente activo	Fisicamente passivo
Desafio físico	Conforto físico
Poucos serviços esperados	Serviços esperados
Ênfase na experiência pessoal	Ênfase na interpretação
Organiza a sua própria viagem	Conta com agências e operadores turísticos

Fonte: WEAVER, 2005:195 (citando WEAVER, 2002:272)

<sup>170</sup> WEAVER, 2001:43

<sup>171</sup> WEAVER, 2001:44

Convém no entanto lembrar que os tipos de ecoturistas variam consoante as características individuais. Embora sejam efectuadas classificações, essas não são estáticas - uma pessoa pode ter uma experiência como “*hard ecotourist*” e no ano seguinte enveredar por uma viagem mais suave em termos de ecoturismo. Como nota David Weaver, levanta-se a questão de saber se as classificações do ecoturismo devem ser baseadas em indivíduos ou produtos ou numa combinação dos dois<sup>172</sup>.

Uma nota final a nível geográfico. O ecoturista reside habitualmente nos países desenvolvidos, tendo tempo e os recursos financeiros para praticar o ecoturismo nos países em desenvolvimento. A crescente tendência para a protecção do ambiente nos países desenvolvidos transfere uma parte crescente dos turistas para destinos e actividades ecoturísticas<sup>173</sup>.

### **3.3 – Relação entre o ecoturismo e outros tipos de turismo alternativo**

O ecoturismo tem evoluído, sendo muitas vezes confundido com outros tipos de turismo como o turismo de natureza, o turismo de aventura e o turismo cultural.

#### **3.3.1 – O ecoturismo e o turismo de natureza**

O turismo de natureza baseia-se em atracções directamente relacionadas com o ambiente natural. Assim, o ecoturismo pode ser uma sub-componente deste tipo de turismo, tal como o turismo de aventura, o turismo de praia, o turismo “cativo” (jardins zoológicos, jardins botânicos, aquários), o turismo “extractivo” (pesca e caça) e alguns tipos de turismo de saúde. Contudo, ao contrário do ecoturismo, estes tipos de turismo não requerem uma componente de aprendizagem e conhecimento nem pretendem ser sustentáveis<sup>174</sup>. As motivações para aprender sobre o meio natural diferenciam assim o ecoturismo de outras actividades do turismo de natureza, como por exemplo a ida à praia, em que o ambiente

---

<sup>172</sup> WEAVER, 2001:47

<sup>173</sup> Idem:47

<sup>174</sup> WEAVER, 2001:16

natural providencia o cenário ideal para o preenchimento dos “impulsos hedonísticos” dos turistas<sup>175</sup>.

**Figura nº 1 – Ecoturismo e Turismo de Natureza**

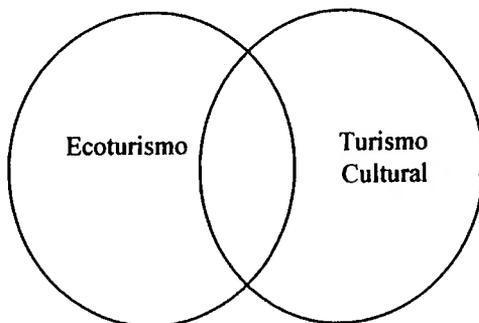


Fonte: WEAVER, 2001:16

### **3.3.2 – O ecoturismo e o turismo cultural**

Embora o ecoturismo contenha uma componente cultural não se confunde com o turismo cultural. De facto, neste último a componente cultural é o elemento essencial, enquanto que no ecoturismo este elemento é secundário.

**Figura nº 2 – Ecoturismo e Turismo Cultural**



Fonte: WEAVER, 2001:17

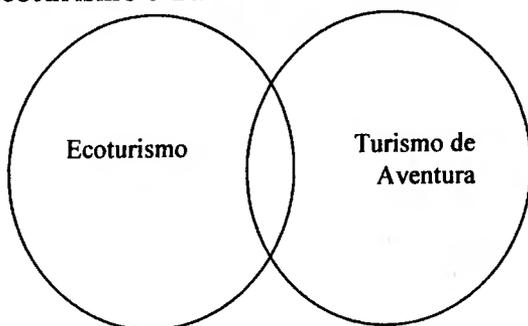
---

<sup>175</sup> WEAVER, 2005:193

### 3.3.3 – O ecoturismo e o turismo de aventura

O turismo de aventura tem sido confundido com o ecoturismo. Algumas pessoas chegam a considerar o ecoturismo como um ramo do turismo de aventura devido ao facto de algumas actividades serem comuns a ambos os tipos de turismo. David Fennell define a relação entre estes dois tipos de turismo afirmando que o turismo de aventura é “um primo próximo que se desenvolveu ao mesmo tempo que o ecoturismo<sup>176</sup>”. O turismo de aventura contém um elemento de risco e um alto nível de esforço físico, e necessita de alguns conhecimentos especializados para se poder participar nas actividades com segurança. Algumas actividades do ecoturismo incluem estes elementos pelo que podem ser qualificadas de turismo de aventura. Contudo, a maior parte do turismo de aventura não pode ser qualificada de ecoturismo. O turismo de aventura não se baseia sempre na natureza, e apesar de algumas das suas actividades serem praticadas de forma sustentável, a sustentabilidade não é um dos seus princípios estruturantes. A distinção mais importante entre estes dois tipos de turismo é que enquanto o ecoturista procura uma experiência de aprendizagem e conhecimento, o turista de aventura procura um ambiente de risco, desafio e esforço físico<sup>177</sup>.

Figura nº 3 – Ecoturismo e Turismo de Aventura



Fonte: WEAVER, 2001:18

<sup>176</sup> FENNELL, 2003:29

<sup>177</sup> WEAVER, 2001:17

### 3.4 – Localizações do ecoturismo

Grande parte das actividades ecoturísticas ocorre em áreas protegidas. A União Mundial para a Conservação (IUCN) define área protegida como uma *“área de terra e/ou mar especialmente dedicada à protecção e preservação da diversidade biológica, com recursos naturais e culturais que lhes estejam associados, e gerida por meios legais ou outros eficazes”*<sup>178</sup>.

#### 3.4.1 – Áreas protegidas públicas

As áreas protegidas públicas e entidades como os Parques Naturais oferecem um conjunto de características propícias ao ecoturismo<sup>179</sup>. O estatuto de área protegida é concedido quando o ambiente natural de uma determinada área possui qualidades excepcionais, por vezes abrigando uma fauna e flora rara<sup>180</sup>.

Na maior parte das áreas protegidas são autorizadas actividades recreativas (como o ecoturismo) que permitem a apreciação do ambiente natural. Mas a prioridade dessas áreas é a protecção dos ecossistemas. As actividades recreativas são pois regulamentadas, e outras actividades são proibidas ou restritas<sup>181</sup>. Para permitir às áreas protegidas providenciar actividades educacionais e recreativas são efectuados vários investimentos ao nível de infra-estruturas e serviços (como a delimitação de caminhos para passeios e áreas de estacionamento, disponibilização de equipamentos para aluguer, construção de instalações sanitárias, áreas de campismo e restaurantes)<sup>182</sup>.

Perante a multiplicidade de designações de “área protegida” e os vários sentidos dados a termos como “Parque Nacional”, “Reserva Selvagem” ou “Floresta Estatal”, a IUCN desenvolveu um sistema de classificação que é aceite internacionalmente.

---

<sup>178</sup> WEAVER, 2001:65 (traduzido)

<sup>179</sup> WEAVER, 2005:199

<sup>180</sup> WEAVER, 2001:67

<sup>181</sup> Idem:68

<sup>182</sup> Ibidem:69

**Quadro nº 15 – Classificação de Áreas Protegidas pela União para a Conservação Mundial**

<b>Cat.</b>	<b>Designação, número e área (1997)</b>	<b>Descrição</b>
<b>Ia</b>	<b>Reserva Natural Estrita</b> 4389: 97,9 Milhões ha	Área de terra e/ou mar que possui ecossistemas notáveis ou representativos, características geológicas ou fisiológicas e/ou espécies, disponível essencialmente para investigação científica e/ou monitorização ambiental.
<b>Ib</b>	<b>Área Selvagem</b> 809: 94,0 Milhões ha	Grande área de terra e/ou mar não ou pouco modificada, que retém o seu carácter e influência naturais, sem habitação permanente ou significativa, e que é protegida e gerida de forma a preservar a sua condição natural.
<b>II</b>	<b>Parque Nacional</b> 3384: 400 Milhões ha	Área natural de terra e/ou mar, designada para (a) proteger a integridade ecológica de um ou mais ecossistemas para as gerações presentes e futuras, (b) excluir exploração ou ocupação hostil aos objectivos da designação da área e (c) providenciar os alicerces a actividades espirituais, científicas, educacionais, recreacionais e de visita, todas elas obrigatoriamente compatíveis ambiental e culturalmente.
<b>III</b>	<b>Monumento Natural</b> 2122: 19,3 Milhões ha	Área que contém uma ou mais características naturais ou naturais/culturais específicas, e que é de valor notável ou único devido à sua inerente raridade, às suas qualidades representativas ou estéticas, ou ao seu significado cultural.
<b>IV</b>	<b>Área de Gestão de Habitats/Espécies</b> 11171: 246 Milhões ha	Área de terra e/ou mar sujeita a uma intervenção activa com objectivos de gestão com vista a assegurar a manutenção de habitats e/ou satisfazer as necessidades de espécies específicas.
<b>V</b>	<b>Paisagem Terrestre/ Marítima Protegida</b> 5578: 106 Milhões ha	Área de terra, com costa e mar se apropriado, na qual a interacção das pessoas com a natureza produziu com o tempo uma área de carácter distinto com significativo valor estético, ecológico e/ou cultural, frequentemente com grande diversidade biológica. Preservar a integridade dessa interacção tradicional é vital para a protecção, manutenção e evolução desse tipo de área.
<b>VI</b>	<b>Área Protegida de Gestão dos Recursos</b> 2897: 360 Milhões ha	Área contendo predominantemente sistemas naturais não modificados, gerida para assegurar a protecção de longo prazo e a manutenção da diversidade biológica, e providenciando simultaneamente um fluxo sustentável de produtos naturais e serviços que satisfaçam as necessidades da comunidade.

Fonte: WEAVER, 2001: 70 (traduzido)

### 3.4.2 - Áreas protegidas privadas

O número de áreas protegidas geridas pelo sector privado tem aumentado rapidamente. A incapacidade dos governos salvaguardarem a biodiversidade através do sistema público, o aumento da consciencialização ambiental pública e o crescimento do ecoturismo são alguns dos factores que justificam este fenómeno<sup>183</sup>. Os possíveis proprietários destas áreas protegidas não governamentais são corporações, ONGs, associações de comunidades locais.

Um grande incentivo ao estabelecimento de áreas protegidas privadas é a oportunidade de se gerar benefícios, providenciar diversificação económica e dar controlo local às comunidades<sup>184</sup>. A Costa Rica, conhecida pelos seus projectos ecoturísticos, contém várias áreas protegidas privadas, como a *Monteverde Cloud Forest Reserve* e a *La Selva Biological Station*, entre outras.

David Weaver lembra contudo que a gestão das áreas protegidas pelo sector privado pode gerar problemas. Há um possível risco de instabilidade, já que os donos podem decidir mudar os acordos, objectivos e a propriedade de forma impulsiva. Essas decisões podem ser precipitadas por uma quebra nas entradas, por exemplo. Os benefícios económicos podem passar a ser uma prioridade relativamente aos objectivos de conservação, aumentando-se o número de visitantes para além da capacidade de carga e criando problemas de insustentabilidade. Pode surgir uma certa competição entre as áreas privadas e as públicas<sup>185</sup>.

### 3.4.3 – Espaços modificados

Vários autores consideram que os espaços modificados, como áreas agrícolas e espaços urbanos (algumas cidades contêm espaços verdes com diversas espécies selvagens)<sup>186</sup>, podem acomodar o ecoturismo. Evita-se assim que os potenciais impactos negativos do ecoturismo se concentrem em espaços naturais mais vulneráveis<sup>187</sup>.

---

<sup>183</sup> WEAVER, 2005: 199

<sup>184</sup> WEAVER, 2001:76

<sup>185</sup> Idem:78

<sup>186</sup> Ibidem:86

<sup>187</sup> WEAVER, 2005: 200

Os espaços modificados oferecem boas oportunidades de aprendizagem e têm uma capacidade de carga mais elevada do que os espaços naturais pouco perturbados que merecem por isso uma abordagem mais fraca em termos de sustentabilidade. Nesse sentido, o ecoturismo pode contribuir para a melhoria da sustentabilidade através das oportunidades de reabilitação dessas áreas<sup>188</sup>.

### 3.5 – O ecoturismo: a “consciência” do turismo sustentável?

Segundo David Weaver, o ecoturismo é o único sector do turismo que tem como requisito práticas ambientais e socio-económicas sustentáveis, apelidando-o por isso o autor de “consciência do turismo sustentável”<sup>189</sup>. Este considera contudo que é impossível afirmar para além de qualquer dúvida que uma actividade ou produto particular do ecoturismo é sustentável, sendo portanto mais razoável dizer que o ecoturismo deve “parecer” sustentável<sup>190</sup>.

A sustentabilidade pode ter como objectivo manter o *status quo* de um local (ou seja, mantê-lo tal como está) ou melhorar a situação existente. David Weaver designa o primeiro caso de “*steady state sustainability*” e o segundo de “*enhancement sustainability*”<sup>191</sup>. Este deve ser preferível ao primeiro pela simples razão de que tenta melhorar a situação existente. No entanto, a escolha de uma ou outra opção depende das circunstâncias de determinada localização. No caso de uma área natural estar praticamente perfeita, não há necessidade de trazer melhorias, pelo que manter a situação existente é o suficiente. Nas zonas em perigo de degradação ambiental será necessária uma abordagem para a melhoria do local<sup>192</sup>.

No caso de uma actividade não parecer sustentável, devem ser tomadas todas as medidas necessárias para corrigir a situação e reduzir os impactos negativos. A aplicação de boas

---

<sup>188</sup> WEAVER, 2005: 200

<sup>189</sup> Idem:193

<sup>190</sup> WEAVER, 2001:15

<sup>191</sup> Idem:13

<sup>192</sup> Ibidem:13

práticas constitui uma estratégia para atingir melhores resultados em termos de sustentabilidade<sup>193</sup>.

### **3.6 – Impactos económicos**

Um dos objectivos do ecoturismo é gerar benefícios económicos. O ecoturismo desempenha um papel importante nesse sentido ao criar empregos nas regiões mais afastadas que não beneficiaram de programas de desenvolvimento económico. Para essas regiões, mesmo um pequeno número de empregos pode ser significativo para as comunidades locais<sup>194</sup>.

Os impactos económicos podem aumentar a ajuda política e financeira para a conservação e assim permitir a manutenção das áreas protegidas. Os impactos económicos podem ser directos (por exemplo, a despesa do turista num restaurante), indirectos (a compra a outras empresas de bens e géneros pelo restaurante) ou induzidos (os empregados do restaurante vão gastar parte do seu salário na compra de bens e serviços)<sup>195</sup>.

A criação de empregos e a obtenção de rendimentos através da venda de artigos artesanais constituem importantes benefícios económicos directos para as comunidades locais. O turismo de natureza pode estimular o desenvolvimento económico sustentável de regiões remotas como o interior da Austrália, as florestas tropicais húmidas da América Central, o Norte da Tailândia, e a savana do Leste de África. O ecoturismo é promovido para estimular o desenvolvimento de destinos com carências económicas<sup>196</sup>.

Os benefícios indirectos permitem aumentar o efeito multiplicador. Porém, quando as receitas do turismo são gastas na importação de produtos estrangeiros para satisfazer as necessidades dos turistas este impacto indirecto torna-se diminuto. Tal não parece contudo passar-se no ecoturismo, já que os estudos indicam que os ecoturistas preferem consumir produtos locais, apoiando dessa forma a comunidade local<sup>197</sup>.

---

<sup>193</sup> WEAVER, 2005:193

<sup>194</sup> LINDBERG, 1996:1

<sup>195</sup> Idem:1

<sup>196</sup> WEAVER, 2001:116

<sup>197</sup> Idem: 117

O aumento dos benefícios económicos é uma prioridade comum, e a atracção de mais visitantes é uma abordagem típica. Como os impactos negativos aumentam com o aumento de turistas, Kreg Lindberg considera que é preferível aumentar os benefícios locais através do aumento da despesa por visitante, da redução do *leakage* (a saída das despesas dos turistas para fora do país) ou do aumento da participação local no ecoturismo<sup>198</sup>.

### **3.7 – O ecoturismo nos países em desenvolvimento: uma relação Norte/Sul**

O sector turístico nutre um grande interesse pelos países em desenvolvimento devido à procura de destinos exóticos pelos turistas. Uma vez identificado um novo destino turístico o envolvimento das multinacionais aumenta. Estas, pertencentes aos países do hemisfério Norte, criam as condições para receber os visitantes (os hotéis e companhias aéreas são propriedade estrangeira) e usam a promoção e o marketing para influenciar a imagem do destino<sup>199</sup>. Assim, os países em desenvolvimento permanecem dependentes dos países industrializados e das tendências turísticas ditadas pelos países emissores.

Segundo Martha Honey, o ecoturismo, enquanto instrumento para o desenvolvimento sustentável nos países em desenvolvimento, representa um movimento de viajantes de Norte para Sul, isto é, dos países desenvolvidos para os países em desenvolvimento<sup>200</sup>. O turismo internacional, praticado em grande parte pelas populações dos países industrializados, que favorecem crescentemente os destinos nos países em desenvolvimento, permite uma redistribuição da riqueza de Norte para Sul. No entanto, tal só é possível se o dinheiro gasto pelos turistas ficar retido no país receptor, evitando-se assim a fuga das receitas do turismo para os países industrializados, como tem acontecido.

Os operadores turísticos locais são o elemento mais importante na organização do ecoturismo, assegurando a sua qualidade. São responsáveis pela organização dos detalhes das viagens, pela selecção dos alojamentos (perto ou dentro das áreas naturais), dos restaurantes locais, dos melhores artesãos e cooperativas que vendem objectos de arte ou

---

<sup>198</sup> LINDBERG, 1996: 2

<sup>199</sup> FENNELL, 2003:151

exibem cultura local<sup>201</sup>. Os operadores turísticos estrangeiros recorrem frequentemente a estes operadores locais. A maior parte dos operadores que promovem o ecoturismo é criada por nacionais ou por residentes estrangeiros que vivem no país há muito tempo e que mantêm os benefícios dentro do país<sup>202</sup>.

Muitas pequenas empresas que se pretendem iniciar no ecoturismo não têm os meios financeiros para promover as suas actividades e têm dificuldades em entrar nos mercados internacionais. O acesso aos mercados internacionais implica muitas vezes grandes investimentos que não estão ao alcance dos empresários locais. Além disso, investir na captação de turistas estrangeiros pode ser um risco, uma vez que o turismo internacional é vulnerável a mudanças de destinos devido à alta concorrência entre estes<sup>203</sup>. Os projectos turísticos que apostam no turismo doméstico e regional são menos vulneráveis às flutuações dos mercados.

A vontade de escapar aos destinos turísticos dominantes leva alguns turistas a procurar zonas longínquas, naturais e menos frequentadas. Para vários autores essa deslocação pode ser analisada no âmbito do conceito centro-periferia. David Fennell acredita que a mentalidade do turista se pode ir alterando à medida que este se afasta do centro para chegar ao seu destino, analisando vários factores que contribuem para esse sentimento<sup>204</sup>. O autor conclui que o relacionamento entre o centro e a periferia contém uma componente psicológica, mas também uma componente espacial. As pequenas ilhas do Sul, controladas pelo Norte, constituem um bom exemplo desta componente espacial<sup>205</sup>. O conceito de centro-periferia implica que as regiões periféricas estão dependentes dos mercados nacionais e internacionais, e dos operadores turísticos que estão no centro. Devido à falta de recursos e à sua incapacidade em implantarem totalmente o ecoturismo por si mesmo, as regiões periféricas mantêm-se no ciclo da dependência turística. A incapacidade de se relacionarem directamente com os mercados internacionais leva a que os benefícios do ecoturismo não passem para a comunidade local e permaneçam na posse daqueles que

---

<sup>200</sup> HONEY, 1999a):73

<sup>201</sup> Idem:74

<sup>202</sup> Ibidem74

<sup>203</sup> STEPHAN, 1999:3

<sup>204</sup> FENNELL, 2003:153

<sup>205</sup> Idem:154

conseguem coordenar as actividades do ecoturismo entre os países em desenvolvimento e os países desenvolvidos<sup>206</sup>. O desenvolvimento da comunidade e a sua participação nos projectos de ecoturismo são essenciais para se conseguir inverter esta tendência.

### **3.8 – Um instrumento para a preservação da natureza**

O ecoturismo é para os ambientalistas uma forma de proteger a natureza e os seus recursos a longo prazo. Esse facto é de particular importância se considerarmos que as zonas mais ricas em diversidade biológica são geralmente das mais pobres do mundo, conduzindo a necessidade económica a práticas que são negativas para o ambiente<sup>207</sup>. O conceito de ecoturismo emergiu nos anos setenta devido às preocupações de ambientalistas na América Latina e em África. A rápida destruição da floresta tropical na América Latina e a consciencialização de que era negativo retirar as populações locais das áreas protegidas, reservas ou parques naturais em África, levou ao aparecimento do ecoturismo como uma alternativa para minimizar os impactos do turismo, tendo por objectivos a protecção do ambiente e o bem-estar das comunidades locais<sup>208</sup>.

Em 1990 a Sociedade Internacional de Ecoturismo foi criada para impulsionar o ecoturismo como instrumento para a preservação do ambiente e do desenvolvimento sustentável, e para estabelecer as normas para a sua implementação<sup>209</sup>.

Aplicado de forma eficiente, o ecoturismo revela-se um meio eficaz para a conservação da natureza. Mantendo-se as áreas protegidas e preservando a sua biodiversidade garante-se que os ecoturistas serão satisfeitos. Os benefícios decorrentes dessas visitas turísticas poderão ser investidos para continuar a preservar a natureza<sup>210</sup>. Os projectos de ecoturismo devem seguir princípios e aplicar medidas que minimizem os impactos ambientais. Ao nível do alojamento “*ecolodge*” tais medidas incluem por exemplo a utilização de energias renováveis para aquecimento e iluminação, e a reutilização e reciclagem dos resíduos e água. Ao nível das actividades propostas, podemos apontar como exemplo a limitação,

---

<sup>206</sup> FENNELL, 2003:155

<sup>207</sup> LINDSAY, 2003:3

<sup>208</sup> HONEY, 1999 b):3

<sup>209</sup> WOOD, 2004:2

através de medidas de sensibilização e de segurança, da condução e passeios fora dos caminhos ou estradas designados, evitando-se os seus impactos de longa duração que levam à erosão dos solos<sup>211</sup>. É importante que ao longo do projecto ecoturístico seja efectuado o controlo e a avaliação dos impactos ambientais dos turistas.

A educação e consciencialização ambiental dos turistas e de todos os que estão envolvidos no projecto é essencial para uma efectiva valorização e respeito pelas áreas naturais. Empregando pessoas da comunidade, o ecoturismo pode contribuir para a conservação dando às populações locais alternativas às actividades extractivas (como a caça, a pesca, o derrube de árvores). Ao melhorar o seu nível de vida, o ecoturismo aumenta nas comunidades a sua preocupação com os temas ambientais, contribuindo assim para a conservação<sup>212</sup>.

Vários autores enfatizam no ecoturismo o aspecto da participação da comunidade e as melhorias que este aporta às suas condições de vida, levando Katrina Brandon e Richard Margoluis a realçar que o principal objectivo do ecoturismo é a conservação da biodiversidade, sendo secundários os seus benefícios sociais e económicos para a comunidade local<sup>213</sup>.

### **3.9 – A participação da comunidade**

As populações que vivem em torno ou no interior de parques naturais, reservas ou áreas protegidas vêem o ecoturismo como uma actividade económica que permite não só proteger o ambiente mas também obter recursos financeiros e materiais<sup>214</sup>. Além de trabalharem em hotéis, como guias ou condutores, muitos habitantes das comunidades rurais negociam uma parte dos benefícios decorrentes do turismo, pedindo por exemplo uma percentagem das receitas das entradas dos parques ou a concessão exclusiva da venda de artesanato.

---

<sup>210</sup> HERAS, 2004:121

<sup>211</sup> WATKIN, 2003:12

<sup>212</sup> HERAS, 2004:121

<sup>213</sup> BRANDON e MARGOLUIS, 1996:7

<sup>214</sup> HONEY, 1999a):85

O desenvolvimento da comunidade baseia-se em iniciativas locais, que procuram encontrar soluções para os problemas da comunidade usando os seus membros e recursos<sup>215</sup>. A participação da comunidade nos projectos de ecoturismo é muito importante. Os membros da comunidade podem ser participantes directos ou indirectos, mas toda a comunidade deve beneficiar do projecto.

Enquanto conceito, o ecoturismo baseado na comunidade (*community-based ecotourism*) refere-se às empresas de ecoturismo que pertencem e são geridas pela comunidade. Este conceito implica que a comunidade proteja os seus recursos naturais para poder obter rendimentos através dos seus projectos ecoturísticos, e que use esses rendimentos na melhoria das suas condições de vida<sup>216</sup>.

É importante que os planificadores dos projectos de ecoturismo tenham a noção de que dentro de cada comunidade há diferentes grupos de pessoas que, por desempenharem diferentes papéis, podem não querer a mesma coisa. Isso ajudará os planificadores a perceber quais os grupos que poderão apoiá-los na implementação dos projectos<sup>217</sup>.

A participação de todos os membros da comunidade nos projectos ecoturísticos raramente se verifica. Como nota Keith Sproule, aqueles que têm as casas mais pobres, e terra ou rendimentos insuficientes tendem a ser marginalizados e excluídos dos projectos. Por vezes a escolha dos participantes é feita com base em critérios políticos, de riqueza, filiação ou género<sup>218</sup>. As mulheres têm mais dificuldades em beneficiar dos projectos. Os líderes das comunidades costumam ser homens, e por vezes não as incluem nas listas de beneficiários. Muitas comunidades e culturas têm restrições tácitas que determinam quais os papéis que as mulheres podem desempenhar nestes projectos. Há apesar disso oportunidades para as mulheres que não podem ser ignoradas. Em muitos casos podem guiar os turistas dentro da comunidade, e são responsáveis pela preparação das refeições e pela venda de artesanato<sup>219</sup>. A parceria entre os grupos e indivíduos da comunidade e as organizações é um elemento importante. Cada pessoa deve sentir que tem responsabilidades e que está a trabalhar para

---

<sup>215</sup> FENNEL, 2003:155

<sup>216</sup> SPROULE, 1996:3

<sup>217</sup> FENNEL, 2003:158

<sup>218</sup> SPROULE, 1996:4

<sup>219</sup> Idem:5

que o projecto resulte<sup>220</sup>. Neste âmbito, a educação desempenha um papel chave no processo de *empowerment* das comunidades, dando-lhes as informações necessárias para que possam tomar decisões.

É crucial que a informação seja partilhada entre os vários intervenientes de um projecto de ecoturismo. Informando-se a comunidade acerca das várias componentes do projecto (sobretudo em termos financeiros) diminui-se o risco de desconfiança e de divisões entre grupos. Num projecto que envolve a comunidade a transparência nas contas permite reduzir as acusações de corrupção ou fraude e estabelecer uma relação de confiança entre os vários intervenientes<sup>221</sup>. Já que nem todos os habitantes locais podem disponibilizar tempo para as reuniões ou actividades do projecto, Keith Sproule considera que é necessário escolher representantes dentro da comunidade que funcionam como um comité de gestão. Essa função implica grande responsabilidade, pois envolve a gestão das contas e a tomada de decisões em nome comum<sup>222</sup>.

#### **Quadro nº 16 - Exemplo de um Projecto de Ecoturismo: Comunidade com Sistema Rotativo de “Fornecedores de Refeições”**

A Associação de Ecoturismo Toledo (AET) é uma organização das comunidades nativas Maya e Garifuna que trabalha para desenvolver o ecoturismo no sul do distrito de Toledo em Belize, na América Central. Desde o seu início em 1990, a AET construiu Casas de Hóspedes em onze aldeias.

Cada “Casa de Hóspedes de Aldeia” tem dois quartos, um para homens e outro para mulheres, com casas de banho separadas. Em cada Casa de Hóspedes podem dormir entre oito e doze hóspedes, sendo adequada à estadia de grupos de viajantes.

Desde o início, a AET tem trabalhado para assegurar a participação do maior número de membros possível em cada aldeia. Para o conseguir, desenvolveu um sistema específico de “fornecedores de refeições” rotativos. Os “fornecedores de refeições” da aldeia são as famílias que aceitaram fornecer refeições aos hóspedes que ficam na Casa de Hóspedes

<sup>220</sup> FENNELL, 2003:159

<sup>221</sup> SPROULE, 1996:6

<sup>222</sup> Idem:6

## Quadro nº 16 - Exemplo de um Projecto de Ecoturismo: Comunidade com Sistema Rotativo de “Fornecedores de Refeições”

de Aldeia. As famílias participantes têm de frequentar um *workshop* sobre preparação de comida, e saúde e higiene alimentares conduzido pela AET. Uma vez concluído o curso, os nomes das famílias interessadas em fornecer o pequeno-almoço, o almoço ou o jantar são incluídos numa lista rotativa.

Não são enviados mais de quatro hóspedes para uma família de cada vez. Isto ajuda a assegurar que os benefícios dos visitantes na aldeia sejam distribuídos pelo maior número possível de residentes.

À hora da refeição alguém da aldeia, geralmente um jovem rapaz ou rapariga, vai à Casa de Hóspedes de Aldeia levar os visitantes a sua casa para uma refeição quente. Como as famílias participantes rodam, muitos membros da comunidade têm a oportunidade de fornecer refeições aos visitantes. O hóspede paga directamente a cada família. A família fica com 80% do que é pago e os restantes 20% são depositados num Fundo Comunitário. Mesmo os membros da aldeia que escolhem não participar irão beneficiar do Fundo Comunitário. O dinheiro do fundo tem sido utilizado para uma variedade de projectos de melhoria da comunidade, incluindo a compra de material escolar e a melhoria da clínica de saúde.

Algumas das questões difíceis com que se deparou a AET ao desenvolver o sistema de fornecedores rotativos de refeições incluíram:

- como alimentar vegetarianos – especialmente porque a comida local é preparada com grandes quantidades de banha de porco. A solução foi assegurar que se pergunta com antecipação a cada visitante se é vegetariano ou não.

- os problemas com as refeições do almoço porque a essa hora a maioria dos homens está a trabalhar nos campos e muitas famílias sentiram que era inapropriado receber um hóspede durante esse período. A solução foi preparar o almoço logo de manhã ou conseguir a participação de alguns membros mais velhos da família.

De início, saber-se quais as famílias que seriam as seguintes na escala levantou algumas questões. A solução foi afixar a lista das famílias participantes num local visível, como o

### **Quadro nº 16 - Exemplo de um Projecto de Ecoturismo: Comunidade com Sistema Rotativo de “Fornecedores de Refeições”**

quadro informativo da comunidade ou uma parede da Casa de Hóspedes, para que todos pudessem ver quem vai ser o próximo na lista. Esta solução ajudou também a assegurar que os 20% que são entregues para o fundo da comunidade fossem pagos a tempo, já que todos são informados sobre quem recebeu visitantes.

Fonte: SPROULE, 1996:9 (adaptado e traduzido)

A eficácia de um projecto de ecoturismo pode aumentar através da partilha de informações. A informação não deve ser limitada aos membros da comunidade, tem de ser partilhada a todos os intervenientes do projecto. Apesar das agências governamentais serem muitas vezes criticadas por terem uma abordagem fechada e independente, tem de haver um esforço de comunicação e troca de informação entre estas e os vários sectores das comunidades para que se criem fundações sólidas ao desenvolvimento do ecoturismo<sup>223</sup>.

Convém salientar que para o sucesso de um projecto é importante que a comunidade local mantenha outras actividades económicas, como a pesca e a agricultura, que permitam outras formas de rendimento. Tal pode ser muito vantajoso devido ao carácter sazonal do turismo e à flexibilidade das tendências turísticas<sup>224</sup>.

### **3.10 – Os parceiros num projecto de ecoturismo**

Na implementação de um projecto de ecoturismo é importante que surjam parcerias entre a comunidade e outras organizações. De acordo com Keith Sproule, os parceiros podem ser:

- A indústria turística estabelecida, em especial os operadores turísticos;
- As agências governamentais para o turismo e para a gestão dos recursos naturais, em especial a gestão dos parques;

<sup>223</sup> FENNELL, 2003:160

<sup>224</sup> HONEY, 1999a):91

- As Organizações Não-Governamentais (ONG), sobretudo as que estão envolvidas em questões ambientais, de gestão de pequenas empresas e de desenvolvimento tradicional da comunidade;
- Universidades e outras instituições de investigação;
- Outras comunidades, tanto as que têm uma história de turismo como as que se estão a iniciar;
- Outras organizações internacionais, instituições de financiamento públicas e privadas, comissões culturais de âmbito nacional, e várias outras<sup>225</sup>.

De entre estes parceiros iremos destacar o governo e as Organizações Não-Governamentais. O governo desempenha um papel importante na formulação de políticas para o ecoturismo. Tem geralmente a responsabilidade de gerir os parques naturais, as reservas e as áreas protegidas, e é responsável pela legislação nacional que os regula. A nível nacional o governo é também responsável por várias estruturas e serviços que podem ser necessários mesmo quando um projecto de ecoturismo é implementado localmente. Segundo Keith Sproule, um governo pode ajudar as comunidades a desenvolver projectos de ecoturismo de várias formas:

- Providenciando a coordenação entre o projecto e outros projectos relacionados na região;
- Providenciando assistência técnica através dos departamentos governamentais para o ambiente e os serviços sociais, entre outros;
- Providenciando pesquisas de mercados e assistência promocional para o projecto através da agência do governo para o turismo;
- Providenciando, em alguns casos, ajuda financeira para as empresas de ecoturismo baseadas na comunidade;
- Reduzindo, adiando ou isentando o pagamento de impostos pela comunidade;
- Desenvolvendo e implementando políticas que permitem à comunidade desenvolver de forma mais flexível o seu projecto<sup>226</sup>.

---

<sup>225</sup> SPROULE, 1996:9

<sup>226</sup> SPROULE, 1996:11

Martha Honey salienta que o crescimento do ecoturismo deveria requerer do Estado um papel mais activo. No entanto, é frequente nos países em desenvolvimento o Estado ter um papel que é cada vez mais reduzido, deixando de ser proprietário de instalações turísticas. Esse facto tem levado a que a percentagem de ganhos do turismo a entrar nas contas do Estado tenha diminuído em proveito das empresas privadas que têm gerido as actividades turísticas. Perante esta situação, o Estado tem efectuado cortes no financiamento dos parques nacionais, na educação e saúde pública e noutros programas de desenvolvimento social<sup>227</sup>.

As Organizações Não-Governamentais locais constituem outro parceiro valioso para as comunidades que pretendem desenvolver um projecto. As ONGs podem providenciar formações em várias áreas, assistência técnica, advocacia a nível nacional, e por vezes podem também dar assistência financeira. A influência das ONGs estende-se até aos ecoturistas que recorrem a elas para obter informações. As comunidades locais são apoiadas pelas ONGs em várias áreas, como a saúde, agricultura, desenvolvimento de pequenas empresas ou programas de conservação<sup>228</sup>.

### **3.11 - O ecoturismo em Portugal**

O ecoturismo é geralmente praticado nos países em desenvolvimento ricos em áreas naturais e biodiversidade. O ecoturismo na Europa em geral e concretamente em Portugal acaba por ter traços um pouco diferentes.

David Weaver considera que há duas características que diferenciam o ecoturismo na Europa Ocidental. A primeira deriva do predomínio de paisagens densamente povoadas que foram sendo profundamente modificadas pela actividade humana ao longo dos séculos. Como resultado, a maior parte das actividades do ecoturismo tende a ocorrer em pequenas áreas relativamente naturais ou em áreas mistas de terrenos agrícolas e bosques maiores e povoadas. Neste caso, o ecoturismo é frequentemente um “adjunto híbrido” das formas culturais de turismo que este tipo de paisagens promove. Nas áreas mais naturais o

---

<sup>227</sup> HONEY, 1999a):87

<sup>228</sup> SPROULE, 1996:12

ecoturismo coexiste com outras actividades recreacionais e não turísticas. A segunda característica, uma consequência do predomínio de “paisagens modificadas”, é a inclusão frequente do ecoturismo nos produtos do turismo rural e do turismo sustentável. Estes dois tipos de turismo enfatizam a sustentabilidade (que integra outras formas de turismo como o turismo de natureza, ou cultural), dando menos ênfase aos espaços naturais<sup>229</sup>.

O ecoturismo europeu é difícil de isolar e quantificar devido ao seu carácter híbrido e porque frequentemente é apenas mais uma actividade entre outras nas áreas protegidas. Ainda segundo o mesmo autor, a situação política e económica da Europa Ocidental deve ser considerada quando se discute o ecoturismo na Europa. O desmantelamento das fronteiras internas da União Europeia levou à criação de um importante mercado doméstico que tem aumentado as pressões exercidas sobre as áreas naturais. Essas pressões são já evidentes na orla mediterrânea dominada por empreendimentos de turismo de massas.

No entanto, estão a ser realizados esforços para minimizar os efeitos do turismo e os impactos negativos nas áreas protegidas. Podem ser destacadas iniciativas como o fundo LEADER da Comissão Europeia e o projecto Natura 2000. O primeiro engloba vários projectos que estão relacionados com o ecoturismo, já que enfatiza a sustentabilidade e as zonas rurais remotas<sup>230</sup>. O projecto Natura 2000 tem como objectivo identificar locais naturais significativos dentro da Europa e desenvolver um plano de gestão para cada área, plano esse que terá em consideração um nível apropriado de actividades turísticas<sup>231</sup>.

Como já foi referido, o ecoturismo na Europa localiza-se preferencialmente em áreas protegidas e em outras áreas não classificadas mas que contêm paisagens naturais com ecossistemas interessantes. Assim, segundo Paulo M. Morais, Portugal seria um país de eleição para a prática do ecoturismo<sup>232</sup>. No sentido de promover esta forma de turismo no país realizou-se em Alcacena, de 5 a 8 de Novembro, o Congresso Internacional do Ecoturismo em Portugal 2002 (precisamente o Ano Internacional do Ecoturismo). De acordo com Maria-João Burnay, as áreas protegidas em Portugal ocupam cerca de “7,4% do território, distribuídas por zonas geográficas e socio-económicas diversas, de norte a

---

<sup>229</sup> WEAVER, 2001:282

<sup>230</sup> WEAVER, 2001:219 – A ajuda da Comissão Europeia a nível externo direcciona-se para a Europa Oriental através dos programas TACIS e PHARE que contêm iniciativas de turismo sustentável.

<sup>231</sup> Idem: 283

*sul do País*". Em termos legislativos, as áreas protegidas estão ao abrigo do decreto-lei nº 19/93, adoptando várias designações de acordo com os objectivos e valores de cada área (Parque Nacional, Reserva Natural, Parque Natural, entre outros)<sup>233</sup>.

A Resolução de Conselhos de Ministros nº 112/08, de 25 de Agosto, criou em Portugal o Programa Nacional de Turismo de Natureza (PNTN) para o desenvolvimento de uma forma de turismo sustentável em áreas protegidas<sup>234</sup>. O PNTN propõe a integração e sustentabilidade da conservação da natureza, do desenvolvimento local, da qualificação da oferta turística e da diversificação da actividade turística<sup>235</sup>. Os objectivos do PNTN são assim *"promover a criação de uma oferta integrada e consentânea com os objectivos de conservação de cada Área Protegida e potencializar a actividade turística por forma a criar sinergias que promovam o desenvolvimento das populações locais em pleno respeito pelas suas tradições e aspirações económicas e sociais"*<sup>236</sup>.

Este Programa pretende que as actividades do turismo de natureza respeitem as características do meio natural e cultural envolvente. O Programa prevê o desenvolvimento de serviços de hospedagem e a valorização e recuperação do património construído já existente. O PNTN pretende também servir de incentivo ao empreendedorismo nas áreas da restauração e da animação e na promoção de produtos locais. As actividades permitirão a sensibilização dos turistas para questões ambientais e práticas turísticas menos nocivas<sup>237</sup>.

Apesar de tudo o ecoturismo é uma realidade ainda distante de grande parte dos empresários turísticos e dos portugueses. Paulo M. Morais refere que os portugueses e espanhóis estão ainda pouco informados sobre as questões ambientais. Apesar de existir um crescente segmento de mercado com preocupações ecológicas ainda se faz muito pouco para a implementação de práticas ambientalmente sustentáveis<sup>238</sup>. Vários autores questionam se Portugal conseguirá agarrar esta oportunidade e desenvolver melhor esta nova tendência.

---

<sup>232</sup> MORAIS, 2002: 27

<sup>233</sup> BURNAY, 2002: 7 – Há em Portugal 1 Parque Nacional, 12 Parques Naturais, 9 Reservas Naturais, 3 Paisagens Protegidas de âmbito nacional, 3 Monumentos Nacionais e 4 Paisagens Protegidas de âmbito local.

<sup>234</sup> Idem: 10

<sup>235</sup> BURNAY, 2002: 10

<sup>236</sup> Idem: 11

<sup>237</sup> Ibidem: 11

<sup>238</sup> MORAIS, 2002: 28

### 3.12 – Os perigos do ecoturismo

O ecoturismo surge na sua definição como uma estratégia para a protecção ambiental e para o desenvolvimento das comunidades locais. Assume-se que os visitantes podem providenciar os incentivos económicos necessários ao desenvolvimento e à conservação local. Os rendimentos gerados pelo ecoturismo serão pois utilizados para proteger e conservar os recursos naturais e a biodiversidade que atraem os turistas. No entanto, pode existir um paradoxo em manter como objectivos simultâneos a conservação e o desenvolvimento socio-económico, já que estes por vezes não são compatíveis<sup>239</sup>.

Por outro lado, é difícil implementar um verdadeiro projecto ecoturístico, sobretudo se se quiser obedecer à totalidade dos seus princípios. Alguns empreendimentos limitam-se a seguir alguns princípios ecológicos e consideram-se e promovem-se por isso como “ecoturísticos”, usando abusivamente o termo. Martha Honey utiliza o termo “*ecotourism lite*” para referir os agentes turísticos, as companhias de aviação, os cruzeiros, os hotéis e *resorts* que promovem visitas supostamente “verdes” em pacotes convencionais<sup>240</sup>. Perante o crescimento do ecoturismo e da procura de destinos mais ecológicos uma grande parte da indústria do turismo quer aproveitar para vender produtos que contenham um elemento ecológico. Mas o termo “*lite*” também se aplica ao cada vez mais numeroso público interessado neste segmento de mercado. Nos últimos anos tem-se verificado uma tendência de diminuição gradual da “qualidade” dos ecoturistas. Muitos ecoturistas são agora intelectualmente menos curiosos, socialmente menos responsáveis, ambientalmente menos preocupados e politicamente menos conscientes. Estes turistas pretendem praticar um ecoturismo mais leve e confortável. Martha Honey entrevistou guias biólogos nas Ilhas Galápagos que referiram que recentemente os turistas, apesar de muito mais numerosos, se mostravam menos interessados nos detalhes do ecossistema único das ilhas e pediam para ter uma perspectiva histórica e ecológica que fosse sucinta<sup>241</sup>.

---

<sup>239</sup> BRANDON e MARGOLUIS, 1996:1

<sup>240</sup> HONEY, 1999a):52

<sup>241</sup> Idem:52

O ecoturismo promove o empreendedorismo local, mas a globalização e o comércio livre dificultam o sucesso das pequenas empresas nacionais que não conseguem competir com as grandes companhias estrangeiras<sup>242</sup>.

Apesar de os ecoturistas preferirem consumir produtos locais, há ainda um grande desvio das receitas do turismo (90%), canalizadas para pagar as importações de produtos e serviços. Só 10% das receitas é retido localmente para estimular os empregos e fornecimentos indirectos<sup>243</sup>.

O ecoturismo implica projectos de pequena escala e grupos reduzidos de turistas, mas os países em desenvolvimento necessitam de ganhar grandes quantidades de moeda estrangeira. Os governos desses países encorajam por isso a entrada de muitos turistas mesmo quando o seu número excede a capacidade de carga dos parques, das reservas ou das áreas naturais. Há assim uma tensão entre a obtenção de ganhos significativos de moeda estrangeira através do ecoturismo e os seus custos ambientais e sociais. Martha Honey nota ainda, relativamente ao debate sobre a capacidade de carga, que há cientistas que consideram que o próprio conceito de determinar um número fixo de turistas é erróneo. Um pequeno grupo de turistas convencionais pode fazer mais estragos do que um grupo bastante maior de turistas sensíveis às questões ambientais e respeitantes dos princípios do ecoturismo<sup>244</sup>.

O facto é que, se não houver controlo, um destino ecoturístico pode transformar-se em destino de turismo de massas. John Swarbrooke refere o caso dos safaris no Quénia. Nos anos sessenta e setenta estes safaris atraíam pequenos grupos de ecoturistas e os seus efeitos adversos na vida selvagem e nas populações locais eram mínimos. De seguida as populações locais, o governo e os operadores turísticos estrangeiros aperceberam-se das suas potencialidades e desenvolveram os safaris no Quénia como produto. O número de férias de safari tem aumentado desde então. O que era uma atracção para um mercado especializado foi substituído por um pacote turístico para o mercado de massas. A vida selvagem ficou muito perturbada, e uma grande parte dos benefícios dos pacotes turísticos vai para os operadores turísticos. O governo, numa tentativa de proteger os interesses da

---

<sup>242</sup> HONEY, 1999a):86

<sup>243</sup> WEAVER, 2001:119

indústria do turismo, deslocou populações locais de áreas. Actualmente surgiram tentativas para diminuir os problemas resultantes da massificação dos safaris, mas muitos prejuízos já foram causados<sup>245</sup>.

Os ecoturistas estão interessados em estar mais próximos da natureza e em conhecer novas culturas, informam-se e respeitam a cultura local. No entanto, para várias populações de áreas rurais remotas, o interesse demasiado grande dos turistas pode ser visto como uma intrusão. Os ecoturistas podem, sem ter consciência, ser condescendentes com os habitantes locais tratando-os como “primitivos” que são objecto de atracção, ou admirando-os exageradamente por viverem na natureza e não terem mudado o seu estilo de vida durante gerações<sup>246</sup>.

David Weaver argumenta que, apesar de enfatizar o *empowerment* local, o ecoturismo se baseia fundamentalmente num sistema de valores elitista que muitas vezes é imposto às comunidades locais, constituindo por isso uma forma de “imperialismo subconsciente”. Este facto transparece no marketing ecoturístico “intenso” quando são utilizados termos como “culturas primitivas com autêntico modo de viver estão à espera de ser descobertas pelo turista”. O ecoturismo que tem propensão para as cultras “intactas” e ambientes naturais parece sugerir que esses destinos não devam tentar atingir os níveis de desenvolvimento económico dos países emissores de ecoturistas. Visto por este prisma, o ecoturismo é uma forma de “neocolonialismo”. Alguns ecoturistas são apenas “egoturistas” que viajam para realçar o seu *status* e o seu empenho ambiental, e não para alcançar um entendimento real da situação dos locais que visitam<sup>247</sup>. É necessário encontrar modelos que permitam uma troca cultural autêntica respeitando-se por um lado os direitos dos habitantes locais que recebem os turistas e satisfazendo-se por outro a curiosidade dos ecoturistas. Caso contrário, o ecoturismo pode acabar por destruir a cultura e os estilos de vida que pretende proteger<sup>248</sup>.

---

<sup>244</sup> HONEY, 1999a):89

<sup>245</sup> SWARBROOKE, 1999:321

<sup>246</sup> Idem:322

<sup>247</sup> WEAVER, 2001:121

<sup>248</sup> HONEY, 1999a):91

## Conclusão

Martha Honey, em resposta a alguns autores que consideram o ecoturismo “morto”, afirmou: “(...) *although ecotourism is indeed rare, often misdefined, and usually imperfect, it is still in its infancy, not in its deathbed*”<sup>249</sup>.

A consideração da autora não poderia ser mais justa. Ao estudarmos a literatura sobre o ecoturismo percebemos que este está ainda a ser definido. O ecoturismo, enquanto termo, existe há já quase três décadas, mas só recentemente é que foi introduzido no vocabulário corrente. Os operadores turísticos, aproveitando-se da tendência ambientalista, usam abusivamente o termo, acabando por confundir os turistas e o público.

O ecoturismo pretende, através do turismo, proteger as áreas naturais e conservar os ecossistemas promovendo simultaneamente o desenvolvimento sustentável local, nomeadamente através da participação da comunidade. Neste propósito o ecoturismo afasta-se do turismo convencional para desenvolver um turismo consciente, educativo, sério e com impactos reduzidos.

Os primeiros balanços de projectos ecoturísticos começam agora a surgir, e muitos apresentam casos de insucesso. As razões para o seu fracasso são várias, mas é necessário reconhecer à partida que os seus princípios são difíceis de implementar na prática. Será o ecoturismo apenas um fenómeno teórico?

O ecoturismo suscita várias críticas. Para alguns autores ele representa um duplo problema, pecando por defeito ou por excesso. Por vezes reduz-se apenas a uma forma “ecológica” do turismo de massas: o gosto pela natureza e pela redescoberta de ambientes rurais leva a que as agências de viagens incluam por vezes uma actividade pretensamente ecoturística na venda de um pacote de turismo convencional. Os turistas sentem-se atraídos por estas experiências mas não se comportam como ecoturistas. É o chamado ecoturismo leve ou *soft ecotourism*. Já os ecoturistas empenhados (*hard ecotourists*), na sua procura constante de lugares remotos e praticamente intocados, acabam por contribuir para a introdução no circuito turístico de áreas que até então estavam à margem da exploração turística, levando

---

<sup>249</sup> HONEY, 1991a):25

à sua progressiva degradação. Este facto constitui outra das críticas ao ecoturismo: a sua relação com a sustentabilidade. O ecoturismo, como qualquer outro sector, depende do planeamento e monitorização para ser sustentável. Os governos desempenham um papel fulcral, desenvolvendo leis e regulamentações que irão impor os limites necessários.

Não podemos contudo deixar de considerar que o ecoturismo, se bem aplicado, pode ter efeitos muito positivos, não só ao nível da conservação de áreas naturais e protecção de ecossistemas cada vez mais frágeis, mas também ao nível das comunidades locais, permitindo a participação dos seus membros. A aplicação local dos benefícios económicos é um factor importante, já que reduz o efeito de “fuga” das receitas do ecoturismo. Consegue-se assim simultaneamente preservar as áreas protegidas e melhorar o bem-estar da população local, através da criação de oportunidades de emprego, aumento de rendimentos, fortalecimento de *capacity building* e *empowerment*.

A participação da comunidade nos projectos permite que sejam criadas sinergias entre esta e os turistas, desenvolvendo-se um relacionamento mais equilibrado. Outro aspecto importante desta participação local é o fortalecimento dos laços que unem a população e a natureza, um factor essencial para a conservação ambiental. É porém importante que a comunidade não se torne dependente do turismo (sempre sujeito a quebras e sazonal) e mantenha outras actividades. O ecoturismo deve ser um complemento que ajuda a diversificar a economia.

Convém salientar que, apesar de alguns autores se centrarem na questão da participação da comunidade local, o ecoturismo tem antes de mais uma forte componente biocêntrica. Ou seja, a preservação e a conservação dos ecossistemas é um objectivo primordial sem o qual o ecoturismo não seria o que é.

A promoção da educação ambiental é outro aspecto essencial do ecoturismo. Esta acabará por ter reflexos não só durante a experiência de viagem, mas também noutros locais e mesmo de regresso a casa.

Não podemos esquecer que o ecoturismo também é um negócio e que, como tal, tem de ser rentável. Infelizmente, é muitas vezes conduzido por pessoas que têm uma forte consciência ambiental mas que não têm formação em gestão e não conseguem garantir a sobrevivência do projecto. A planificação e a análise são essenciais antes de começar o

negócio. Um estudo das forças e fraquezas do projecto, por exemplo, pode ser um bom ponto de partida.

O ecoturismo parece ser uma actividade elitista, de pequenos grupos, praticada por pessoas com rendimentos elevados que procuram experiências em lugares selvagens para aprender sobre os ecossistemas e as populações locais. Assim, na sua acepção mais restrita, o ecoturismo parece não se adequar a todo o tipo de pessoas. Ele representa uma forma de turismo que deve ser praticada de forma consciente e com determinados princípios. Caso contrário pode ser prejudicial.

Podemos pensar que os princípios do ecoturismo são ambiciosos e porventura incompatíveis, ao pretenderem simultaneamente a conservação da natureza e a melhoria do bem-estar das comunidades. O facto de ser desenvolvido em projectos de aplicação local permite que tenha efeitos directos levando à obtenção de resultados concretos.

O ecoturismo não é um conceito simples e está ainda a ser entendido, tendo um futuro incerto. Muitos temem que se vá perder e que se torne em mais uma forma de turismo de massas. No entanto, não lhe faltam razões para ser aplicado porque é uma abordagem ambiental e socio-cultural. O seu funcionamento carece de regulação e da homogeneização de critérios de certificação. O ecoturismo é um nicho de mercado e não pretende substituir o turismo convencional. A sua filosofia ambiental permite que seja considerado uma nova forma de fazer turismo, mais consciente e menos destruidora. A evolução do ecoturismo, se for positiva, pode levar ao aparecimento de outras formas de turismo que se preocupem igualmente com a sustentabilidade, um contributo precioso ao legado que iremos deixar às gerações futuras.

## Bibliografia

- ACOTT, T.G., LA TROBE, H.L. e HOWARD, S.H. (1998), "An Evaluation of Deep Ecotourism and Shallow Tourism", *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 6, N°3, pp. 238-253.
- ASHLEY, C., ROE, D. e GOODWIN, H. (2001), *Pro-Poor Tourism Strategies: Making Tourism Work for the Poor – A Review of Experience*, Pro-Poor Tourism Report N°1, [http://www.propoortourism.org.uk/ppt\\_report.pdf](http://www.propoortourism.org.uk/ppt_report.pdf)
- BAPTISTA, M. (1997), *Turismo – Competitividade Sustentável*, Lisboa, Editorial Verbo.
- BEAUMONT, N. (2001), "Ecotourism and the Conservation Ethic: Recruiting the Initiated or Preaching to the Converted", *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 9, N° 4, pp. 317-341.
- BLAMEY, R.K. (1997), "Ecotourism: The Search for an Operational Definition", *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 5, N° 2, pp. 109-130.
- BLAMEY, R.K. e BRAITHWAITE, V.A. (1997), "A Social Values Segmentation of the Potential Ecotourism Market", *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 5, N° 1, pp.29-45.
- BOTTRILL, C.G. e PEARCE, D.G. (1995), "Ecotourism: Towards a Key Elements Approach to Operationalising the Concept", *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 3, N° 1, pp. 45-54.
- BRANDON, K. e MARGOLUIS, R. (1996), *Structuring Ecotourism Success: Framework for Analysis*, Plenary paper presented at "The Ecotourism Equation: Measuring the Impacts" International Society of Tropical Foresters Yale University, April 12-14, 1996, New Haven Connecticut, <http://www.ecotourism.org/onlineLib/Uploaded/Structuring%20Ecotourism%20Success.pdf>
- BRANDON, K. e MARGOLUIS R. (1999), "The Bottom Line: Getting Biodiversity Conservation Back to Ecotourism, The Ecotourism Equation: Measuring the Impacts", *Yale F&ES Bulletin*, N° 99, pp. 28-38, <http://www.yale.edu/environment/publications/bulletin/099pfd/99brandonetal.pdf>

- BRITO, S.P. (2003), *Notas sobre a Evolução do Viajar e a Formação do Turismo*, Lisboa, Medialivros, Actividades Editoriais S.A.
- BUCKLEY, R. (2002), "Draft Principles for Tourism in Protected Areas", *Journal of Ecotourism*, Vol.1, Nº 1, pp. 75-80.
- BUCKLEY, R. (2003), "Environmental Inputs and Outputs in Ecotourism: Geotourism with a Positive Triple Bottom Line?", *Journal of Ecotourism*, Vol. 2, Nº 1, pp. 76-82, <http://www.multilingual-matters.net/jet/002/jet0020076.htm>
- BURNAY, M.J. (2002), *Turismo Sustentável e Ecoturismo em Portugal*, Comunicação de Maria-João Burnay no Congresso Internacional do Ecoturismo de 5-8 Novembro 2002, Centro de Interpretação das Nascentes de Alviela, Olhos de Água do Alviela, Alcacena.
- CATER, E. (s/d), *Ecotourism: Dimensions of Sustainability*, [http://www.recoftc.org/documents/Inter\\_Reps/Ecotourism/Cater.pdf](http://www.recoftc.org/documents/Inter_Reps/Ecotourism/Cater.pdf)
- CAVACO, C. (1998), "Turismo(s) de Ontem e de Amanhã", *Economia e Prospectiva*, Vol. I, Nº 4, pp. 61-78.
- CEBALLOS-LASCURÁIN, H. (1996), *Ecotourism as a Tool for Environmental Education*, Conference "Future Challenges in Tourism Policies", 26-28 November 1996, Panel II: La Importancia Estratégica del Medio Ambiente.
- CHAFE, Z. (2004), *Consumer Demand and Operator Support for Socially and Environmentally Responsible Tourism*, CESD/TIES Working Paper Nº 104.
- CHATTOPADHYAY, S.S. (2002), "Towards Responsible Tourism", *Frontline*, Vol. 19, Issue 04, <http://www.frontlineonnet.com/fl1904/19040830.htm>
- CHRIST, C. *et al* (2003), *Tourism and Biodiversity – Mapping Tourism's Global Footprint*, Washington DC, Conservation International.
- CUNHA, L. (1997), *Economia e Política do Turismo*, Alfragide, Editora de Mc Graw-Hill de Portugal Lda.
- CUPETO, C.A. (2003), "A Sustentabilidade do Turismo no Séc. XXI", *Sustentabilidade - Semanário Económico*, nº 861, Fascículo 3, pp. 16-17.
- DELOITTE & TOUCHE, IIED e ODI (1999), *Sustainable Ecotourism and Poverty Elimination Study – A Report to the Department for International Development*.

- DGT (2002), *Turismo em Portugal – Política, Estratégia e Instrumentos de Intervenção, Turismo sustentável e de qualidade com empresas modernas e competitivas*, Lisboa, Direcção Geral do Turismo.
- DGT (2004), *Análise de Conjuntura*, <http://www.dgturismo.pt/AnexoDisplay.aspx?ID=36>
- DGT (2005a)), *Férias dos Portugueses 2004 – Síntese dos Aspectos mais Relevantes*, Direcção Geral do Turismo, <http://www.dgturismo.pt/AnexoDisplay.aspx?ID=70>
- DGT (2005b)), *Análise de Conjuntura*,  
<http://www.dgturismo.pt/AnexoDisplay.aspx?ID=92>
- DGT (2005c)), *Turismo no Espaço Rural em 2004*, Direcção de Serviços de Estudos e Estratégias Turísticas, Divisão de Recolha e Análises Estatística, Lisboa, Direcção Geral do Turismo.
- DGT (s/d), *O Turismo em Portugal...Os Principais Mercados Emissores*, Direcção-Geral do Turismo, <http://www.dgturismo.pt/AnexoDisplay.aspx?ID=69>
- DOMINGUES, C.M. (1997), *Prontuário Turístico*, Lisboa, Instituto Nacional de Formação Turística.
- DUFFY, R. (2002), *A Trip to Far - Ecotourism, Politics and Exploitation*, London, Earthscan Publication Ltd.
- EAGLES, P.F.J., Mc Cool, S.F., e Haynes, C.D. (2002), *Sustainable Tourism in Protected Areas – Guidelines for Planning and Management, Best Practice Protected Area Guidelines Series Nº 8*, Cambridge, IUCN – The World Protection Union.
- EUROSAT (2002), *Annuaire 2002 – Le Guide Statistique de l'Europe – Données 1990-2000*, Luxembourg, EUROSTAT, l'Office Statistique des Communautés Européennes.
- FENNELL, D. (2003), *Ecotourism: An Introduction*, London, Routledge, 1ª publicação 1999.
- FERREIRA, E.P. (2004), *Valores e Interesses – Desenvolvimento Económico e Política Comunitária de Cooperação*, Coimbra, Livraria Almedina.
- FONT, X., SANABRIA, R. E SKINNER, E. (2003), "Sustainable Tourism and Ecotourism Certification: Raising Standards and Benefits", *Journal of Ecotourism*, Vol. 2, Nº 3, pp.213-218.

- GEE, C.Y e FAYOS-SOLÁ, E. (1999), *International Tourism: A Global Perspective*, Madrid, World Tourism Organization.
- GODINHO, C. (2004), “O Turismo em Espaço Rural (TER) em Portugal: Problemas e Desafios para o Futuro”, *Revista Turismo e Desenvolvimento*, Vol. 1, Nº 1, pp. 91 a 93.
- GOELDNER, C.R., RITCHIE, J.R.B. e MC INTOSH, R.W. (2000), *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*, Nova Iorque, John Wiley & Sons.
- HAAS, H.C. de (2002), “Sustainability of Small Scale Ecotourism: The Case of Niue, South Pacific”, *Current Issues in Tourism*, Vol. 5, Nºs 3 & 4, pp. 319-337.
- HARDY, A. *et al* (2002), “Sustainable Tourism: An Overview of the Concept and its Position in Relation to Conceptualizations of Tourism”, *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 10, Nº 6, pp. 475-496.
- HARDY, A.L. e BEETON, R.J.S (2001), “Sustainable Tourism or Maintainable Tourism: Managing Resources for More than Average Outcomes”, *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 9, Nº 3, pp. 168-192.
- HAWKINS, D.E. e KHAN, M.M. (1998), “Ecotourism Opportunities for Developing Countries”, in: THEOBALD, W.F. (Ed.), *Global Tourism*, Oxford, Butterworth-Heinemann.
- HEHER, S. (2003), *Ecotourism Investment and Development Models: Donors, NGOs and Private Entrepreneurs*, Paper, Johnson Graduate School of Management, School of Hotel Administration, Cornell University.
- HENRIQUES, C. (2003), *Turismo Cidade e Cultura – Planeamento e Gestão Sustentável*, Lisboa, Edições Sílabo.
- HERAS, M. P. de las (2004), *Manual del Turismo Sostenible – Cómo conseguir un turismo social, económico y ambientalmente responsable*, Madrid, Ediciones Mundi-Prensa.
- HONEY, M. (1999a), *Ecotourism and Sustainable Development: Who Owns Paradise?* Washington D.C., Island Press.
- HONEY, M. (1999b), *Treading Lightly?: Ecotourism’s Impact on the Environment – Cover Story*.

- HONEY, M. (2001), “Setting Standards: Certification Programs in the Tourism Industry”, *The International Ecotourism Society Newsletter*, 2001 Annual Report, First and Second Quarters 2001.
- HONEY, M. e ROME, A. (2001), *Protecting Paradise: Certification Programs for Sustainable Tourism and Ecotourism*, Washington D.C., Institute for Policy Studies, [www.conservationfinance.org/Documents/CF\\_related\\_papers/StandardsforParadise.pdf](http://www.conservationfinance.org/Documents/CF_related_papers/StandardsforParadise.pdf)
- ICEP, *Turismo*, <http://www.icep.pt/portugal/turismo.asp>
- INE (2004), *Estatísticas do Turismo*, Lisboa, Instituto Nacional de Estatística.
- KADT, E. (1979), *Tourisme: Passeport pour le Développement?* Washington D.C., UNESCO et Banque Mondiale.
- KASTENHOLZ, E. (2005), “Contributos para o Marketing de Destinos Rurais – O Caso do Norte de Portugal”, *Revista Turismo e Desenvolvimento*, Vol. II, Nº 1, pp. 21-33.
- KISS, A. (2004), “Is Community-based ecotourism a good use of biodiversity conservation funds?”, *Trends in Ecology and Evolution*, Vol. 19, Nº 5.
- KOCH, E. (2001), “Ecotourism: Bilan Mitigé”, *Le Courrier UNESCO*, [http://www.unesco.org/courier/2001\\_07/fr/planet2.htm](http://www.unesco.org/courier/2001_07/fr/planet2.htm)
- LANFANT, M.F. (1995), “International Tourism, Internationalization and the Challenge to Identity”, in LANFANT, M.F., ALLOCK, J.B. e BRUNER, E.M., *International Tourism: Identity and Change*, (1995).
- LANFANT, M.F., ALLOCK, J.B. e BRUNER, E.M. (1995), *International Tourism: Identity and Change*, London, Sage Publications.
- LICKORISH, L.J, e JENKINS, C.J. (2000), *Introdução ao Turismo*, Rio de Janeiro, Elsevier Editora Lda, Tradução brasileira, *An Introduction to Tourism* (1997) Reed Educational and Professional Publishing Ltd.
- LIMA, S. e PARTIDÁRIO, M.R. (2002), *Novos Turistas e a Procura da Sustentabilidade - Um Novo Segmento do Mercado Turístico*, Lisboa, GEPE – Gabinete de Estudos e Prospectiva Económica do Ministério da Economia.
- LINDBERG, K. (1996), *The Economic Impacts of Ecotourism*, <http://www.ecotourism.ee/oko/kreg.html>

- LINDSAY, H.E. (2003), *Ecotourism: the Promise and Perils of Environmentally-Oriented Travel*, Ecotourism Hot Topics Series, Cambridge Scientific Abstracts, <http://www.csa.com/hottopics/ecotour1/oview.html>
- LIU, Z. (2003), "Sustainable Tourism Development: A Critique", *Journal of Sustainable Research*, Vol. 11, N° 6, pp. 459-475.
- LLENA, C. (2004), "Tozeur, Ravagée par le Tourisme", *Le Monde Diplomatique*, pp. 19, <http://www.monde-diplomatique.fr/2004/07/LLENA711308>
- LOON, R.M. e POLAKOW D. (2001), "Ecotourism Ventures? Rags or Riches?", *Annals of Tourism Research*, Vol. 28, N° 4, pp. 892-907.
- LOPES, J. da C.(2003), *Ecodesenvolvimento, Geografia do Ambiente e Turismo – Textos Gerais Superiores*, Viana do Castelo, Instituto Superior Politécnico de Viana do Castelo.
- LÜCK, M. (2002), "Looking into the Future of Ecotourism and Sustainable Tourism", *Current Issues in Tourism*, Vol. 5, N°s 3 e 4, pp. 371-374.
- MALLOY, D.C. e FENNELL, DAVID A. (1998), "Ecotourism and Ethics: Moral Development and Organizational Cultures", *Journal of Travel Research*, Vol. 36, Spring, pp. 47-56.
- MARTINS, J.F. (2004), "Turismo em Ilhas – Sustentabilidade e Globalização", *Revista Turismo e Desenvolvimento*, Vol. 1, N° 1, pp. 15 a 20.
- MORAIS, P.M. (2002), "Ecoturismo – Ficção Realista", *Revista da Associação dos Hotéis de Portugal*, N° 11, pp. 24-29.
- MOSCARDO, G. *et al* (2001), "Understanding Coastal and Marine Tourism Demand from Three European Markets: Implications for the Future of Ecotourism", *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 9, N°3, pp. 212-227.
- MOSCARDO, G., MORRISON, A. M. e PEARCE, P.L. (1996), "Specialist Accommodation and Ecologically-Sustainable Tourism", *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 4, N°1, pp. 29-52.
- NETO, F. (2003), *A New Approach to Sustainable Development: Moving Beyond Environmental Protection*, DESA Discussion Papers Series, New York, United Nations Department of Economic and Social Affairs, Discussion Paper N° 29.

- NETO, V. (1998), “Pensar Turismo em Termos de Futuro”, *Economia e Prospectiva*, Vol. I, N° 4, pp. 7-15.
- OCDE (1994), *Les Stratégies du Tourisme et le Développement Rural*, Paris, Organisation de Coopération et de Développement Économiques.
- OMT (2004), *Faits Saillants du Tourisme*, Madrid, Organisation Mondiale du Tourisme, <http://www.world-tourism.org>
- PARTIDÁRIO, M.R (1998), “Ambiente e Turismo”, *Economia e Prospectiva*, Vol. I, N° 4, pp. 79-88.
- ROE, D. *et al* (2004), *Tourism and the Poor : Analyzing and Interpreting Tourism Statistics from a Poverty Perspective*, PPT Working Paper N° 16, London, <http://www.odi.org.uk/rpeg/PPT/WP16.pdf>
- ROSS, S. e WALL, G (1999), “Ecotourism: Towards Congruence between Theory and Practice”, *Tourism Management*, Vol. 20, N° 1, pp. 123-132.
- SCHEYVENS, R. (2000), “Promoting Women’s Empowerment through Involvement in Ecotourism: Experiences from the Third World”, *Journal of Sustainable Tourism*, Vol.8, N°3, pp. 232-249.
- SILVA, J.A. (2004), “A Investigação Científica e o Turismo”, *Revista Turismo e Desenvolvimento*, Vol. 1, N° 1, pp. 9 a 14.
- SILVA, J.A. e SILVA, J.S. (1998), “A Importância do Turismo na Economia”, *Economia e Prospectiva*, Vol. I, N° 4, pp. 45-59.
- SPROULE, K.W. (1996), *Community-Based Ecotourism Development: Identifying Partners in the Process*, Keynote address at the Yale School of Forestry and Environment Studies (12-14 April), Conference: The Ecotourism Equation: Measuring the Impacts.
- STEELE, P. (1995), “Ecotourism: An Economic Analysis”, *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 3, N° 1, pp. 29-44.
- STEM, C. J. *et al*, (2003), “How “Eco” is Ecotourism? A Comparative Case Study of Ecotourism in Costa Rica”, *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 11, N° 4, pp.322-347, <http://www.multilingual-matters.net/jost/011/jost0110322.htm>
- STEPHAN, P. (1999), *Sustainable Use of Biodiversity – What can we Learn from Ecotourism in Developing Countries*, CIAO Working Papers <http://www.ciaonet.org/wps/stp01/>

- SWARBROOKE, J. (1999), *Sustainable Tourism Management*, Oxon, CABI Publishing.
- THEOBALD, W. (1998), *Global Tourism – 2<sup>nd</sup> Ed.*, Oxford, Butherworth-Heinemann, (1a ed. 1994).
- UN (2003), *Ecotourism Development in the Pacific Islands*, ESCAP Tourism Review N<sup>o</sup> 23, New York, United Nations Publication.
- UNEP (2002), *Economic Impacts of Tourism*, <http://www.uneptie.org/pc/tourism/sustainable/economic.htm>
- UNEP e ICLEI (2003), *Tourism and Local Agenda 21 – The Role of Local Authorities in Sustainable Tourism*, Paris, United Nations Environment Program.
- VALENTE, R. (2003), *Turismo no Espaço Rural*, comunicação no Encontro Nacional do Turismo no Espaço Rural, Turihab – Solares de Portugal, Ponte de Lima.
- VELLAS, F. e BÉCHEREL, L. (1995), *International Tourism*, London, MacMillan Press Ltd.
- VIEIRA, J. M. (1997), *A Economia do Turismo em Portugal*, Lisboa, Publicações Dom Quixote.
- WALL, G. (s/d), “Ecotourism: Change, Impacts and Opportunities, The Ecotourism Equation: Measuring the Impacts”, *Bulletin Series Yale School of Forestry and Environmental Studies*, Number 99, pp. 108-117.
- WATKIN, J.R. (2003), *The Evolution of Ecotourism in East Africa: From an Idea to an Industry*, Summary of the Proceedings of the East African Regional Conference on Ecotourism Organized by the African Conservation Centre, 19-23 March 2002, Nairobi, Kenya, IIED Wildlife and Development Series, N<sup>o</sup> 15, June 2003, London, International Institute for Environment and Development.
- WEAVER, D. (2001), *Ecotourism*, Milton, John Wiley & Sons Australia Ltd.
- WEAVER, D. (2005), *Sustainable Tourism: Theory and Practice*, Oxford, Elsevier Butherworth-Heinemann.
- WEAVER, D. e OPPERMANN, M. (2000), *Tourism Management*, Milton, John Wiley & Sons Australia Ltd.
- WIGHT, P.A. (1993), “Ecotourism: Ethics or Eco-Sell?” *Journal of Travel Research*, Vol. 31, N<sup>o</sup> 3, pp.3-9.



- WIGHT, P.A. (2002), "Supporting the Principles of Sustainable Development in Tourism and Ecotourism: Government's Potential Role", *Current Issues in Tourism*, Vol. 5, N°s 3 &4, pp. 222-244.
- WILLIAMS, A.M. e SHAW, G. (1988), *Tourism and Economic Development*, London, Belhaven Press.
- WOOD, M. E. (1998), *Meeting the Global Challenge of Community Participation in Ecotourism: Case Studies and Lessons from Ecuador*, America Verde Working Papers, N°2, Arlington, The Nature Conservancy,  
[http://conserveonline.org/docs/2003/10/D.4.c\\_Comm\\_Particip\\_Ecotour\\_Eng.pdf](http://conserveonline.org/docs/2003/10/D.4.c_Comm_Particip_Ecotour_Eng.pdf)
- WOOD, M.E. (2002), *Ecotourism: Principles, Practices & Policies for Sustainability*, Paris, United Nations Environment Program.
- WOOD, M.E. (2004), *An Ecotourism Analysis & Evaluation Framework for International Development Donors – Defining Indicators for Conservation, Community and Local Enterprise Development*, Conference on Ecotourism and Conservation in the Americas, Stanford University,  
[http://www.ecotourism.org/pdf/stanford\\_framework.pdf](http://www.ecotourism.org/pdf/stanford_framework.pdf)
- WORLD TOURISM ORGANIZATION (WTO) (2002), *Ecotourism, the Key to Sustainable Development*, World Tourism Day 2002, Madrid: World Tourism Organization.
- WTO (2003), *Recommendations to Governments for Supporting and for Establishing National Certification Systems for Sustainable Tourism*, Madrid: World Tourism Organization.
- YUNIS, E. (2002), *Ecotourism a Tool for Sustainable Development*, World Tourism Organization Seminar Proceedings, Tourism: A Catalyst for Sustainable Development in Africa, Abuja, Nigeria, 26-27 April 2002, pp. 7-14.

#### **Sites de Internet**

[www.dgturismo.pt](http://www.dgturismo.pt)

[www.ine.pt](http://www.ine.pt)

[www.world-tourism.org](http://www.world-tourism.org)

[www.wttc.org](http://www.wttc.org)

