

“A ACTIVIDADE TURISTICA E A SUSTENTABILIDADE DAS REGIÕES DE DESTINO”

Pedro Jorge Neves Pereira

Praceta Luís Villaverde, 7 – 5º c 2910-587 Setúbal

Nº tel.265 228096; 96 2928873

e-mail: pj_pereira@netcabo.pt ou pedro.pereira@giase.min-edu.pt

Palavras-chave: turismo; diversificação de actividades; relação custo-benefício; responsabilidade social.

1. Introdução à discussão da sustentabilidade do turismo

A revolução industrial alterou drasticamente os padrões económicos e sociais ao nível mundial. De forma gradual foi-se instalando a denominada “sociedade de consumo”, cuja maior criação foi o consumo de massas. No caso do desenvolvimento turístico, este baseou-se num crescendo da acessibilidade para a generalidade das populações a este tipo de serviços, devido ao aumento dos rendimentos, dos tempos livres disponíveis e do desenvolvimento dos meios de transporte.

Todos estes aspectos conheceram uma profunda aceleração durante as décadas de cinquenta e sessenta do século XX, período durante o qual ocorreu uma significativa expansão do denominado turismo de massas, fenómeno caracterizado pela ocorrência de fluxos massivos de indivíduos de todas as idades e condições, originários das áreas urbanas, que se deslocam em determinadas épocas do ano, com destino a lugares supostamente paradisíacos, como referidos por Krippendorf (1987) : “The countryside, the most beautiful landscapes and the most interesting cultures around the globe form the theatre of operations of this industry”, levando consigo os seus hábitos fortemente consumistas.

O turismo vem-se assumindo, ao longo dos últimos cinquenta anos, como uma actividade económica vigorosa capaz de contribuir de forma eficaz para o desenvolvimento económico e diversificação das actividades geradoras de riqueza. A capacidade de gerar tais impactos económicos para um qualquer destino turístico, seja uma cidade, uma região, ou um país advém dos seus visitantes, dos respectivos gastos e do efeito multiplicador decorrente da sua presença.

Neste quadro, o desenvolvimento turístico é normalmente associado a alguns benefícios para muitos países ou regiões de destino, contribuindo nomeadamente para o equilíbrio da balança de pagamentos, a criação de emprego, a criação de oportunidades de desenvolvimento das áreas rurais, de forma a propiciar um reequilíbrio do território, a construção de novas infra-estruturas e equipamentos, o aumento da cobrança de impostos e conseqüente crescimento do produto interno bruto.

Mas o turismo, nomeadamente, o designado “turismo de massas” tem também as suas consequências negativas, tanto em termos ambientais, como económicos e sociais. De entre este tipo de consequências, destacam-se as seguintes pelo seu potencial de gerar problemas: intensificação da actividade de edificação, sobrepovoamento de muitos locais de veraneio nas épocas de férias, competição directa com outros usos do território, a perda ou adulteração de tradições locais, a alteração da estrutura social e dos estilos de vida locais, os impactos paisagísticos, as alterações nos ecossistemas, a contaminação dos recursos naturais. Todos estes aspectos podem ser agravados pela sazonalidade turística (Goeldner, Ritchie e McIntosh, 2000; OMT, 2003 ; L. Cunha, 2003). O quadro 1 resume os mais relevantes e frequentes aspectos, tanto positivos como negativos, associados ao desenvolvimento da actividade turística numa área de destino.

Se os aspectos positivos constituem uma não despreciable contribuição para o desenvolvimento económico e social dos destinos turísticos, devendo ser potenciados os seus efeitos por forma a maximizar os resultados, já muitos, se não mesmo todos, os aspectos negativos podem ser mitigados ou mesmo eliminados, através de processos de planeamento do desenvolvimento turístico, definindo estratégias de intervenção e aplicando métodos de gestão adequados a cada situação.

A ocorrência conjunta e simultânea da maximização dos aspectos benéficos e da mitigação dos aspectos prejudiciais é de especial importância, pois a forma como as sociedades locais percepcionarem esta relação determina em grande parte o seu grau de tolerância ao turismo e que constitui um factor-chave para o sucesso desta actividade.

Um dos aspectos mais positivos que decorrem do desenvolvimento da actividade turística é a ocorrência de efeitos multiplicadores. Estes efeitos verificam-se, embora de formas diferentes, no momento da implantação e posteriormente durante a sua exploração. Num primeiro momento, esse efeito decorre de uma intensa actividade de investimento e num segundo momento, com o início da actividade propriamente dita, quando os investimentos estão já em fase de produção. Em cada momento, a amplitude dos efeitos multiplicadores depende da força das ligações estabelecidas. As conexões estabelecidas serão fortes e o multiplicador de rendimento será elevado se as empresas turísticas contratarem mão-de-obra local não apenas durante a época alta, mas durante grande parte, ou mesmo a totalidade do ano, e comprarem os bens de consumo, nomeadamente, os alimentares a produtores locais, derem primazia à contratação de profissionais locais para a realização de actividades de animação turística, comprarem alguns tipos de bens duradouros a fornecedores locais. Pelo contrário, as conexões serão fracas se grande parte desses bens e serviços for adquirida noutra região.

Quadro 1- Relação dos aspectos positivos e negativos frequentemente associados à actividade turística

ASPECTOS POSITIVOS DO TURISMO	ASPECTOS NEGATIVOS DO TURISMO
<ul style="list-style-type: none"> • Oferece oportunidades de emprego, tanto especializado como não especializado, dado tratar-se de um sector de mão-de-obra intensiva; • Gera a entrada de moeda estrangeira; • Aumenta as receitas locais; • Contribui para o aumento do Produto Interno Bruto; • Desenvolve infra-estruturas que irão ajudar no desenvolvimento da indústria e do comércio locais; • Pode ser desenvolvido a partir de produtos e recursos locais; • Contribui para a diversificação da economia; • Tende a ser uma actividade económica compatível com outras existentes localmente; • Contribui para a difusão junto da população dos efeitos benéficos do desenvolvimento; • Tem um elevado efeito multiplicador; • Amplia os sentimentos culturais e educacionais e melhora os sentimentos de auto valorização; • Melhora a qualidade de vida, nomeadamente, no que respeita aos rendimentos e ao aumento dos níveis de vida; • Reforça a preservação do património e da tradição; • Justifica a protecção e as melhorias ambientais; • O interesse dos visitantes nas manifestações propicia emprego para artistas plásticos, músicos e outros, contribuindo assim para a cultura; • Gera a criação de instalações turísticas e recreativas que podem ser utilizadas pela população local; • Diminui barreiras linguísticas, socioculturais, de classe, raciais, políticas e religiosas; • Cria uma imagem favorável para o destino em termos nacionais e internacionais; • Promove uma comunidade global; • Promove a compreensão e a paz internacionais. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cria, com frequência, excesso de utilização dos recursos locais; • Gera dificuldades devido à sazonalidade; • Causa inflação; • Gera dependência económica; • Pode contribuir para um desenvolvimento económico desequilibrado; • Degrada e polui o ambiente físico natural; • Aumenta a incidência de crime, prostituição e jogo; • Aumenta a vulnerabilidade a mudanças económicas e políticas; • Degrada o ambiente cultural; • Mercantiliza a cultura, a religião e a arte; • Conduz à transformação das artes e do artesanato em banalidades; • Conduz à perda do orgulho cultural, se a cultura for vista pelo visitante como um costume ou forma de entretenimento estranho; • Gera desentendimentos; • Propicia a ocorrência de conflitos na sociedade anfitriã; • Contribui para a ocorrência de doenças; • Gera problemas trânsito e de transportes; • Propicia o aparecimento do chamado “efeito de ostentação”, no qual os habitantes locais passam a desejar os mesmos luxos e bens que são consumidos pelos turistas; • Gera o desenvolvimento de uma atitude servil, nomeadamente, por parte dos funcionários das empresas turísticas; • Estimula a ocorrência de mudanças muito bruscas nos modos de vida locais;

Fonte: Goeldner, Ritchie e McIntosh (2000)

A existência de fortes efeitos multiplicadores tem como aspecto mais positivo, o de amplificar a base de distribuição dos benefícios económicos. O facto de o sector turístico necessitar para o seu funcionamento do apoio de um grande número de pequenas empresas de ramos diversificados, conduz a um processo de rápida difusão das receitas originadas pelo turismo até um sector extremamente amplo da população, de forma que toda a comunidade partilhe dos benefícios económicos gerados (quadro 2).

Quadro 2 – Principais efeitos económicos resultantes da actividade turística

1. As despesas de visitantes estrangeiros a um país tornam-se exportações (principalmente de serviços). Os efeitos económicos são os mesmos dos derivados da exportação de bens tangíveis;
2. Os empreendimentos turísticos geralmente exigem grandes investimentos de capital. Assim, as economias locais, nas quais os empreendimentos são implantados, são estimuladas;
3. Aos turistas são cobrados vários tipos de impostos, directa e indirectamente, durante a visita a uma região. Dessa forma, as receitas provenientes de impostos aumentam;
4. Os turistas, geralmente, gastam mais por dia em férias do que gastam no seu local de residência. Essas despesas suplementares podem causar pressões inflacionistas e o aumento de preços para bens de consumo nas áreas de destino;
5. As despesas turísticas injectadas na economia produzem um multiplicador de rendimento para a população local. Isso acontece devido à diversificação de despesas feitas por aqueles que recebem os pagamentos dos turistas. As receitas turísticas são utilizadas para comprar uma ampla variedade de bens e serviços. O movimento financeiro cria um rendimento local adicional.
6. A multiplicação do rendimento causado pelas despesas turísticas pode provocar a necessidade de contratar mais pessoas. Assim, provoca um multiplicador de emprego;
7. O aumento das despesas produz mais transacções financeiras, criando um multiplicador de transacções, de particular interesse para governos que têm impostos sobre vendas ou de valor acrescentado sobre esse tipo de transacção;
8. À medida que o destino turístico se desenvolve, mais capital é investido em novos empreendimentos. O resultado é um multiplicador de capital.

Fonte: Adaptado de Goeldner, Ritchie e McIntosh (2000)

Existe hoje plena consciência de que o turismo pode ser o motor do desenvolvimento local.

À medida que o turismo vai ganhando expressão, assumindo uma incontornável relevância no conjunto da economia, o mesmo acontece com o grau de responsabilização perante as questões sociais e de interesse colectivo. Por sua vez, estas não se limitam ao aumento de rendimento das famílias ou à criação de emprego. É notório que ao conjunto da indústria turística tem vindo a ser exigida a assunção de maiores responsabilidades ao nível

da protecção e preservação do ambiente, por parte dos vários níveis da administração, pelas próprias populações, e ainda pelos seus clientes. Todos estes grupos apresentam crescentes exigências nesta matéria, à medida que vão desenvolvendo uma maior consciência ambiental e esta é, de facto, uma preocupação central dos agentes envolvidos nesta actividade.

Tal preocupação advém da forte relação de interdependência entre o turismo e o ambiente, que deve ser analisada sem omitir três pontos essenciais. O primeiro ponto é o do turismo ser uma actividade consumidora de recursos ambientais. O segundo ponto decorre do anterior, e tem a ver com a absoluta necessidade dos valores ambientais estarem/serem devidamente preservados, pois só assim poderão manter a sua capacidade para atrair visitantes e assim fomentar a existência de fluxos turísticos. O terceiro ponto resulta dos dois anteriores, e em consequência o ambiente tem vindo a impor-se aos investidores turísticos como uma questão imprescindível a ser considerada, já que acaba por ter, quase sempre, um impacto directo sobre o desempenho da actividade.

Este novo entendimento que se vem generalizando entre os agentes envolvidos, tem constituído a oportunidade para o turismo se constituir como um parceiro importante nas questões de sustentabilidade do meio natural. Tal oportunidade passa pelo abandono de uma postura de “explorador de recursos”, para uma outra, pró-activa, através da concretização de mediadas e acções dirigidas, entre outros aspectos, ao financiamento de fundos para a conservação, preservação da cultura e da história, estabelecimento de limites sustentáveis de utilização e protecção de elementos de atracção naturais. O turismo assumir-se-á, assim, como um sector de actividade ambientalmente responsável.

2. O conceito de sustentabilidade aplicado à actividade turística

O conceito de sustentabilidade aplicado à actividade turística consiste numa gestão eficaz dos recursos turísticos e integra o desenvolvimento económico, o respeito pelos valores ambientais e culturais próprios de cada território. Tal conjunto de propósitos foi expresso pela primeira vez através da Declaração de Manila em 1980 (OMT, 1980) “The satisfaction of tourism requirements must not be prejudicial to the social and economic interests of the population in tourist areas, to the environment or, above all, to natural resources...”. Anos mais tarde, em 1993, a OMT veio a definir o “Turismo Sustentável” como um modelo de desenvolvimento que deve tentar adequar as práticas turísticas à correcta estruturação dos territórios receptores, por forma a contemplar em simultâneo a satisfação e o respeito pelos três vértices/componentes básicos a considerar em qualquer destino turístico: a população residente, os recursos ambientais e o visitante “O desenvolvimento do turismo sustentável atende às necessidades dos turistas de hoje e das regiões receptoras, ao mesmo tempo em

que protege e aumenta as oportunidades para o futuro. É visto como um fio condutor para a gestão de todos os recursos, de tal forma que as necessidades económicas, sociais e estéticas possam ser satisfeitas sem desprezar a manutenção da integridade cultural, dos processos ecológicos essenciais, da diversidade biológica e dos sistemas que garantem a vida.” (OMT, 1998)

A sustentabilidade do turismo é no presente, já não uma utopia, olhada com desconfiança, mas antes uma absoluta necessidade, assim encarada pelo vasto conjunto de agentes envolvidos na actividade turística. É hoje comum entre aqueles agentes a ideia de que o desenvolvimento da sua actividade apenas poderá ser garantido através da compatibilização daquela com os recursos patrimoniais locais existentes, sejam eles ambientais ou culturais, já que são estes valores, devidamente preservados e valorizados, que funcionam como atractivos turísticos. Pode-se mesmo afirmar, ser generalizado, pelo menos algum grau de dependência, entre a capacidade de atracção e a subsequente actividade turística num determinado destino em relação aos recursos locais existentes. Como refere Partidário (1998) “O conceito de sustentabilidade ambiental é normalmente utilizado neste contexto para exprimir a existência de uma relação inequívoca e biunívoca entre a actividade turística e o capital de recursos naturais, com objectivos de geração de experiências de elevada qualidade para o utilizador”.

A operacionalização deste conceito obriga antes de mais à conjugação das três seguintes preposições: a manutenção da qualidade dos recursos ambientais das regiões de destino, sejam eles de cariz natural, social ou cultural, pois só a sua existência e preservação os poderão continuar a valorizar enquanto atractivos turísticos; a contribuição efectiva da actividade turística para a melhoria da qualidade de vida e do bem-estar das populações locais; e a prioridade de procurar proporcionar ao visitante uma experiência turística gratificante e que consiga corresponder ou mesmo superar as suas expectativas.

Para além do conjunto de premissas acima exposto, os projectos de turismo sustentável deverão assegurar a participação das comunidades locais durante o seu processo de implementação, de forma a que o processo de desenvolvimento turístico de cada região possa contribuir com maior eficácia para a melhoria dos rendimentos e das condições sociais das populações residentes.

Do ponto de vista teórico não se evidenciam barreiras à concretização do conceito de “turismo sustentável”. Mas em termos práticos essa concretização já não resulta tão clara. De facto, se for considerado em sentido estrito o modelo de desenvolvimento turístico proposto por Butler (2001), o turismo é um fenómeno intrinsecamente insustentável, que funciona numa lógica de ciclos. Segundo esse modelo, quando um destino começa a ser popular, os agentes económicos movimentam-se e introduzem uma série de elementos que fazem com que aumentem os níveis de procura de visitantes, e que muitas vezes provoca

alterações nas características básicas do local e por consequência na qualidade da experiência turística, o que conduz à perda do atractivo inicial.

A única forma de interromper este processo cíclico descrito por Butler, em termos económicos e de preservação de recursos, é intervir no processo de desenvolvimento turístico e restringir ou ordenar o acesso aos recursos turísticos. Num sistema de economia de mercado aberta marcada pela forte concorrência e por uma elevada mobilidade, este tipo de medidas não é de fácil concretização.

Contudo, algumas linhas de actuação podem ser definidas e algumas medidas tomadas, sempre baseadas numa perspectiva pró-activa e cooperativa entre todos os agentes envolvidos no processo de desenvolvimento turístico, por forma a alcançar um patamar de sustentabilidade turística. Algumas dessas medidas foram sugeridas por Partidário (1998) e constam no quadro 3.

Quadro 3- Medidas passíveis de implementação no caminho para a sustentabilidade turística

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">- Incluir as actividades turísticas nos processos e instrumentos de planeamento territorial;- Definição de objectivos e estratégias de acção com vista à promoção de um turismo ambientalmente responsável;- Desenvolvimento de processos de planeamento turístico, que contemplem uma componente de gestão ambiental;- Envolver a população local no processo de desenvolvimento turístico, tomando em consideração as suas opiniões, necessidades e anseios;- Desenvolvimento de abordagens voluntárias e pró-activas, designadamente no que respeita à avaliação do impacto do turismo no ambiente.- Promover a realização de estudos de monitorização e avaliação da eficiência e eficácia dos planos de desenvolvimento turístico;- Promover a utilização sustentável dos recursos e a manutenção da diversidade biológica e cultural;- Adopção e posterior difusão de códigos de boas práticas;- Promover as práticas sustentáveis entre os promotores turísticos, induzindo a sua formação ambiental, a diversificação de destinos, a redução da dimensão dos grupos de turistas, etc.);- Melhoria e manutenção da qualidade do produto turístico, nos seus vários segmentos;- Aplicar parte dos lucros obtidos na actividade turística em programas ou acções de melhorias ambientais nos locais em que é exercida;- Estabelecer sistemas de informação para os diferentes níveis da administração, para os habitantes locais e para os visitantes, respeitantes aos impactos ambientais, bem como as medidas adoptadas para limitar os seus efeitos; |
|--|

Fonte: OMT (1998) ; Partidário (1998); Goeldner, Ritchie e McIntosh (2000);

Reconhecidas as dificuldades em compatibilizar dois aspectos à partida com propósitos tão díspares, como são a utilização turística e a conservação/preservação patrimonial, o ponto de encontro parece ser a sustentabilidade dos territórios que se assumem como destinos turísticos. O desafio coloca-se assim ao nível da capacidade dos agentes turísticos se assumirem como parceiros activos junto das comunidades locais e também da disponibilidade dessas mesmas comunidades para entenderem o turismo como uma actividade importante para o seu progresso económico e social. Deve, todavia, procurar-se evitar a aplicação de metodologias/processos generalizados, dada a necessidade de ter em conta as especificidades da cada região de destino.

Um processo de planeamento adequado e ajustado à realidade local, uma implementação eficiente de desenvolvimento e uma gestão eficaz e contínua das actividades turísticas são essenciais se o objectivo for a optimização dos benefícios destas para as áreas locais e a minimização de quaisquer possíveis impactos indesejados.

3. Documentos internacionais relevantes em matéria de turismo sustentável

Para além da já referida Declaração de Manila, onde são expressamente manifestadas preocupações quanto à protecção e desenvolvimento das regiões de destino de fluxos turísticos, as primeiras referências sobre a aplicação do conceito de desenvolvimento sustentável, utilizando tal terminologia, ao turismo datam de 1991, no congresso da AIEST – Association Internationale D’experts du Tourisme. Nestas primeiras referências, o enfoque era colocado na necessidade de ser dada primazia ao suprimento das necessidades locais e compatibiliza-las com os objectivos da indústria turística, por forma a poder verificar-se um desenvolvimento positivo. Nesse mesmo ano a Comissão Europeia publica o Plano de Medidas Comunitárias a Favor do Turismo, que incluía referências a aspectos como:

- Realização de inventários dos recursos turísticos dos Estados Membros;
- Repartição dos períodos de férias;
- Guias práticos para os promotores turísticos e projectos-piloto sobre ecoturismo;
- Criação de um código de conduta para o turista;
- Intercâmbio de informação sobre gestão de visitantes.

Desde então, outras iniciativas e programas nesta temática foram lançados pela União Europeia, de que são exemplo o V Programa de Acção em Matéria de Ambiente e Desenvolvimento Sustentável, que incluía um conjunto de objectivos relacionados com a actividade turística; e o Programa Leader, que tem como objectivo prioritário o de revitalizar

as áreas rurais, suas populações e actividades por forma a estancar o êxodo rural, que tem como uma das suas principais linhas de acção o apoio a projectos de turismo rural em regiões que apresentem um conjunto de recursos com potencial turístico.

Em 1994, a OMT – Organização Mundial de Turismo, dando seguimento à conferência do Rio, que recomendava a adopção de uma Agenda 21 para cada sector, publica o documento “Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry – Towards environmentally sustainable development”. Neste documento eram abordados um conjunto de aspectos básicos que passavam pela integração do turismo e do ambiente, de modo a que a actividade turística não procurasse apenas a sua própria sustentabilidade, mas que procurasse contribuir activamente para a sustentabilidade local. Alguns dos aspectos focados eram: a minimização da produção de resíduos, a conservação e gestão da energia, a gestão dos recursos hídricos e das águas residuais, as substâncias perigosas, os transportes, o planeamento e gestão do uso do solo, a participação dos agentes locais.

O ano de 1995, veio a tornar-se na data-chave nesta relação Turismo-Desenvolvimento Sustentável, por via da promulgação da “Carta do Turismo Sustentável”, como resultado final da I Conferência Mundial para o Turismo Sustentável. Esta Carta é composta por 18 princípios e o principal alvo das propostas é a sustentabilidade ao nível local, tendo a sua elaboração contado com o apoio das principais organizações internacionais com responsabilidades na matéria, como sejam a ONU, a OMT e a UE.

Em 1996, a OMT publica o “What Managers Need to Know: A Practical Guide to the Development and Use of Indicators of Developing Sustainable Tourism”. A importância deste documento baseia-se na sintetização dos principais indicadores práticos para a gestão sustentável dos destinos turísticos, procurando facilitar a tomada de decisão por parte de administradores e gestores, em relação ao turismo sustentável. Os indicadores-chave considerados eram os seguintes:

1. Protecção do sítio;
2. Pressão sobre o sítio;
3. Intensidade de uso;
4. Impacto social;
5. Controlo de desenvolvimento;
6. Gestão de resíduos;
7. Processo de planeamento;
8. Ecossistemas críticos;
9. Satisfação do turista;
10. Satisfação da população local;
11. Contribuição do turismo para a população local.

Em 1997 e procurando adaptar a actividade turística à Convenção do Rio, no que respeita à diversidade biológica, surge a “Declaração de Berlim sobre Diversidade Biológica e Turismo Sustentável” assinada por um vasto conjunto de nações e de organizações internacionais. A temática central da conferência que teve como resultado a elaboração

desta Declaração era a protecção e a preservação dos valores naturais em presença em regiões que constituam destinos turísticos. Entre os principais objectivos destacam-se os seguintes:

- a) Para conservar a natureza e a diversidade biológica como principal recurso para o turismo, devem ser tomadas todas as medidas necessárias que garantam que a integridade dos ecossistemas e *habitas* seja sempre respeitada;
- b) As medidas tomadas para prevenir e minimizar o impacto do turismo devem ser inspiradas pelo princípio de precaução. Tais medidas devem incluir monitorização das actividades existentes e avaliação do impacto de novas actividades propostas;
- c) As actividades de turismo que usem tecnologias amigas do ambiente, para: poupar água e energia, prevenir a poluição, tratar as águas residuais, evitar a produção de resíduos sólidos e encorajar a reciclagem devem ser amplamente promovidas. Do mesmo modo, as actividades que encorajem o uso de transportes públicos e não motorizados devem ser apoiados sempre que possível;
- d) O conceito e critérios de turismo sustentável devem ser desenvolvidos e incorporados na educação e programas de formação para profissionais de turismo. O público deve ser informado e educado acerca dos benefícios de proteger a natureza e conservar a diversidade biológica através de formas sustentáveis de turismo;
- e) As actividades de turismo devem ser planeadas com vista a integrarem considerações sócio-económicas, culturais e ambientais a todos os níveis;
- f) O desporto e as actividades de ar-livre, quando praticadas em áreas ecologicamente sensíveis, devem ser geridas de modo a que cumpram os requerimentos de conservação da natureza e diversidade biológica;
- g) O turismo deve ser desenvolvido de maneira a que beneficie as populações locais, reforce a economia local, empregue mão-de-obra local, utilize materiais e produtos agrícolas locais e técnicas tradicionais. Devem ser introduzidos mecanismos incluindo políticas e legislação que garantam o fluxo de benefícios para as comunidades locais. Todos os esforços devem ser feitos para respeitar a cultura e os modos de vida tradicionais;
- h) O turismo deve ser restringido, e se necessário impedido em áreas ecológica e culturalmente sensíveis. Todas as formas de turismo de massa deverão ser evitadas. Onde existam actividades de turismo que excedam a capacidade de

carga, todos os esforços devem ser tomados para reduzir os impactos negativos.

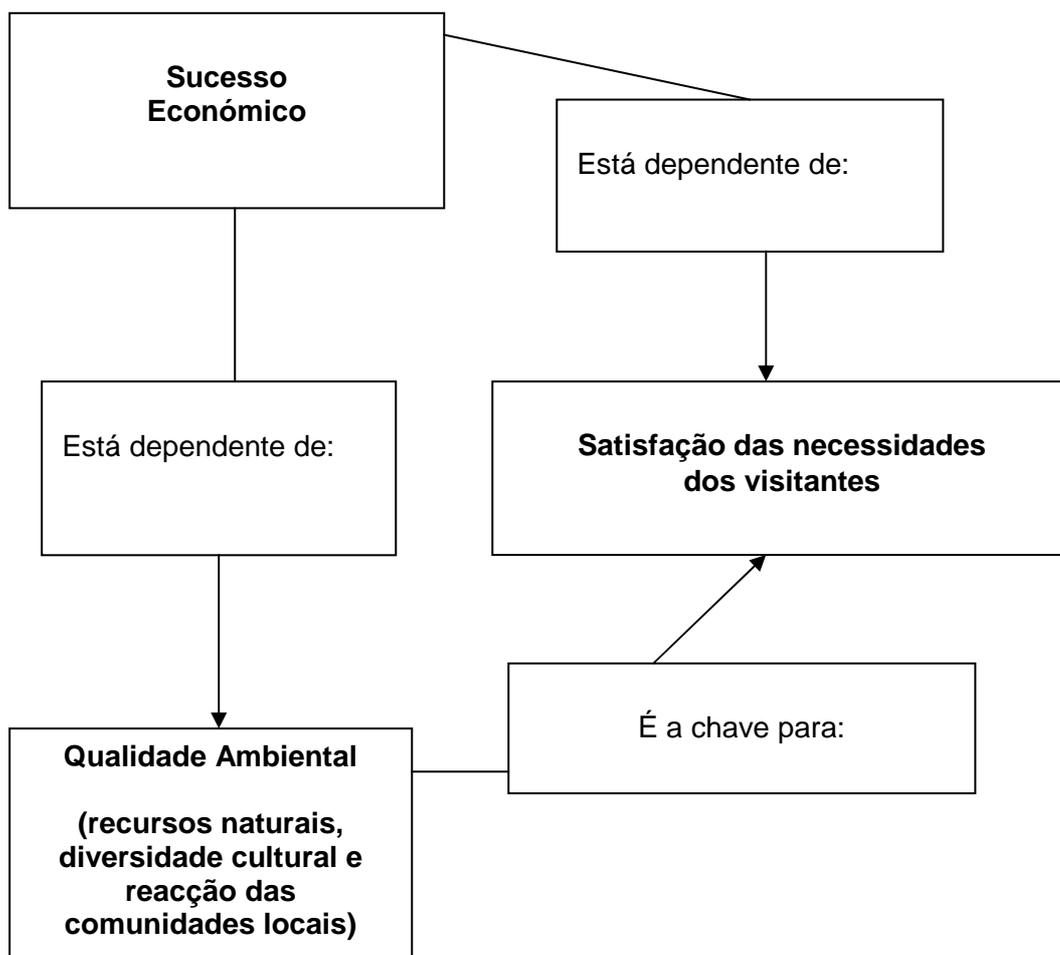
Ainda no âmbito da OMT e durante a sua 13ª Assembleia-geral realizada em Santiago do Chile em 1999 foi estabelecido o Código Mundial de Ética para o Turismo, cujo terceiro dos dez artigos foi designado por “O turismo, factor de desenvolvimento sustentável”. Do conjunto de cinco pontos que compõe o referido artigo ressalta a ideia-chave da necessidade da indústria turística, bem como de todos os seus agentes agirem de forma a respeitarem as características naturais, sociais, económicas e culturais das regiões de destino, contribuindo activamente para o seu desenvolvimento e procurando minimizar o mais possível os danos causados.

4. A gestão turística e a necessidade da procura de um turismo sustentável

Ao longo das últimas três décadas, o turismo assumiu uma importante posição como um factor relevante num contexto de sustentabilidade, nalguns casos comprometendo-a de forma severa e noutros contribuindo activamente para que seja alcançada.

Em 1999, a Conferência da Comissão para o Desenvolvimento Sustentável (CSD) identificou o turismo como uma “driving force” e um “key factor” no processo global de sustentabilidade (ONU,1999). Já durante o V Programa de Acção para o Ambiente da União Europeia (EC,1993) o turismo havia sido identificado como um sector-alvo. Em Junho de 1999, o European Internal Market Council reconheceu o significado do papel económico da indústria europeia do turismo tal como a necessidade de melhorar a sua competitividade numa base equilibrada, de desenvolvimento sustentável e protecção ambiental, sugerindo que a Comissão Europeia e os Estados Membros trabalhassem em cooperação para maximizar a potencial contribuição do turismo para o crescimento económico, o emprego, a protecção do ambiente e o turismo sustentável (EC,1999).

Torna-se, pois, necessário desenvolver uma atitude pró-activa, quer dos vários níveis da administração, quer dos agentes privados com interesses na actividade turística, no âmbito do turismo sustentável com vista a manter aqueles que são os aspectos cruciais para a indústria turística: natureza intacta, riqueza e diversidade cultural, a satisfação dos visitantes e uma atitude favorável por parte das populações locais. A manutenção destes aspectos decorrerá do reconhecimento da sua interdependência, como se pode observar na figura 1.



Fonte: ONU (1998); Holden (2000)

Figura 1– Relação de interdependência entre os aspectos fundamentais para o sucesso do turismo ao nível local.

O diagrama apresentado na figura 1 enfatiza que o ambiente, incluindo os seus recursos culturais e físicos é o elemento-chave para satisfazer as necessidades dos turistas e construir a prosperidade económica de longo prazo para o turismo. É assim do interesse das comunidades dos locais de destino assegurar que a paisagem seja devidamente preservada. Não menos importante, o turismo pode desempenhar um papel destacado na conservação do ambiente atribuindo-lhe um “valor económico” através das receitas deixadas pelos visitantes.

Um maior respeito pelo ambiente e pela componente social das áreas de destino pode facilitar o estabelecimento de um bom relacionamento entre os habitantes locais e os visitantes, que por sua vez poderá constituir uma mais valia para a experiência destes, e que poderá acabar por contribuir para aumentar a capacidade de fidelização do destino (Lima e Partidário, 2002).

O esforço levado a cabo pela indústria do turismo e pelas organizações que a representam em parceria com organizações não governamentais orientadas para as questões da preservação do ambiente e da sustentabilidade conheceu desde o início da década de noventa, resultados até então nunca alcançados e que deram lugar ao aparecimento de múltiplas cartas, códigos de boas práticas, códigos de conduta, códigos de ética e adaptação de políticas do sector público aos diferentes níveis, com o objectivo de actuarem como princípios de referência para a promoção de actividade turística ambientalmente responsável (Richard Butler, 2001).

Também a Organização das Nações Unidas, através do seu programa ambiental, o UNEP demonstrou interesse e preocupação com esta temática. No seu relatório de 1995, a organização analisou uma série de códigos ambientais de conduta para o sector turístico.

Embora os códigos devam ser traçados tendo em atenção as especificidades de cada situação que enfrentam, foram detectadas características comuns à maioria deles, a saber:

- A necessidade de estabelecer um compromisso geral com o ambiente físico e cultural, aceitando responsabilidades pelos danos ambientais e desenvolvendo acções correctivas quando forem necessárias, e promovendo e recompensando o desempenho ambiental;
- A necessidade de colocar em prática políticas e estratégias que tenham em conta as regulamentações do planeamento do uso da terra e a necessidade de proteger algumas áreas de um maior grau de desenvolvimento;
- A necessidade de implementar políticas de gestão que melhorem os impactos positivos e minimizem os impactos negativos sobre o ambiente;
- A necessidade de cooperar com outras empresas, instituições e países.

Todos estes tipos de compromissos são fundamentais para estabelecer quadros de referência e princípios de actuação que sejam aceites e praticáveis pelos parceiros envolvidos.

De entre todos os compromissos deste tipo assume destaque, pelo seu alcance, tanto em número de entidades envolvidas, como pelo grau de exigência quanto ao cumprimento dos requisitos, o programa de certificação turística Green Globe 21 do World Travel and Tourism Council. Trata-se de um programa mundial de gestão e sensibilização ambiental dirigido à indústria de viagens e turismo, que surgiu na sequência da Cimeira do Rio. Os seus objectivos centrais são os de contribuir para a internalização do ambiente na gestão turística das empresas. O cumprimento dos requisitos funciona como um incentivo ao respeito pelos valores ambientais em presença e como garantia da melhoria da qualidade global do produto turístico, atribuindo um selo de qualidade como reconhecimento

das acções desenvolvidas pelas empresas no âmbito da sustentabilidade (Green Globe Site).

5. Conclusão

A sustentabilidade dos territórios é uma causa que tem de ser partilhada e da corresponsabilidade de todos, agentes de desenvolvimento, investidores, incluindo os turísticos, populações e eleitos locais.

Naturalmente, que num tempo marcado por uma forte concorrência, os investidores focalizam a sua acção na tentativa de maximizar os lucros, pelo que, não raramente evitam assumir os custos ambientais decorrentes das suas actividades. No entanto esta é já uma realidade em mudança, muito por causa do crescente grau de consciência ambientalista dos consumidores em geral, e dos utilizadores de serviços turísticos, em particular, procurando as empresas captar a sua preferência, olhando o ambiente como uma nova oportunidade de negócio (Umbelino, 1999).

A compreensão e integração dos factores ambientais na gestão das empresas sejam turísticas, ou não, tornou-se assim numa prova de realismo político e económico, constituindo uma “prova não apenas de civismo por parte dos gestores, mas também de realismo económico, prova disso mesmo, são as auditorias ambientais nas empresas que se revelam quase sempre uma boa surpresa no plano das economias de custos, tanto no médio, como no longo prazo” (adaptado de Soromenho-Marques, 1998).

A assunção de responsabilidades sociais e sobretudo ambientais por parte dos agentes envolvidos na actividade turística tornou-se numa condição imprescindível para se conseguir alcançar uma imagem de marca turística valorizada.

Resta lembrar Butler em dois pontos incontornáveis e que devem ser tidos em conta para evitar decepções: o reconhecimento de que a sustentabilidade não é um processo com um final, mas antes, um processo continuado no tempo; o reconhecimento de que a sustentabilidade é um conceito global e que nem todos os processos, em todos os lugares podem, ou devem ser sustentáveis, embora a maioria, se não todos, podem ser tornados mais sustentáveis do que são no presente.

Bibliografia

- Butler, R. W. (2001) "Tourism in the 21st Century: Maintaining the Unsustainable or Attaining the Sustainable?" In Joppe, M. (ed) *It's More Than A Balancing Act... Optimizing Your Destination Statistics*, Canada/TTRACanada: Toronto 7-16
- Cunha, L. (2003). *Perspectivas e tendências do turismo*. Lisboa: Edições Universitárias Lusófonas.
- Goeldner, C. R., Brent Ritchie, J. R., & McIntosh, R. W. (2000). *Tourism: principles, practices, philosophies* (8.^a ed.). Toront : Wiley.
- Holden, A. (2000). *Environment and tourism*. London: Routledge.
- Krippendorf, J. (1987). *The holiday makers*. Oxford: Heinemann.
- Lima, S., & Partidário, M. R. (2002). *Novos turistas e a procura da sustentabilidade – um novo segmento de mercado turístico*. Lisboa: GEP Ministério da Economia.
- OMT (1998). *Guide for local authorities on developing sustainable tourism*. Madrid: OMT.
- OMT (2003). *Year book of tourism statistics*. Madrid: OMT.
- Partidário, M. R. (1998). Ambiente e turismo. *Economia & Prospectiva - Turismo: Uma Actividade Estratégica*, n.º 4, 79-88.
- Soromenho-Marques, V. (1998). *O futuro frágil: os desafios da crise global do ambiente*. Mem-Martins: Publicações Europa-América.
- Umbelino, J. (1999). *Lazer e território*. Série Estudos – n.º 1. Lisboa: Centro de Estudos de Geografia e Planeamento Regional.