

Desenvolvimento Comunitário: das Teorias às Práticas

**Turismo, Ambiente e Práticas Educativas
em São Tomé e Príncipe**

ORGANIZADORES

Brígida Rocha Brito (Coord.)

Nuno Alarcão

Joana Marques

Ficha Técnica

Título: Desenvolvimento Comunitário: das teorias às práticas
Turismo, Ambiente e Práticas Educativas em São Tomé e Príncipe

Organizadores: Brígida Rocha Brito (Coord.); Nuno Alarcão; Joana Marques

Colaboração: Joaquim Pinto; Bastien Loloum; Ana Sofia Alarcão; Fernanda Alvim

Autores: Adelina Pinto, Ana Cristina Palos, Ana Cristina Silva, Antónia Barreto, António Guedes, António Martelo, António Rodrigues, Araceli Serantes Pazos, Arlindo de Carvalho, Bastien Loloum, Brígida Rocha Brito, Bruno Silva, Carlos Vales, Céu Teiga, Cláudia Silva, Conceição Afonso, Danilo Barbero, Drausio Annunciato, Eleutério da Assunção, Eugénia Gonçalo, Eva Vidal, F. Veloso-Gomes, Germán Vargas, Irene Nunes, Isabel Rodrigues, Isaura Carvalho, Ivanete Nardi, Joana Marques, João Martins, Joaquim Ramos Pinto, Jorge de Carvalho, Jorge Bom Jesus, Luís Mário Almeida, Luís Moita, Manuela Cardoso, Márcia Moreno, Marcela Sobral, Mariana Roldão Cruz, Maria Teresa Andresen, Mariana Carvalho, Mário Freitas, Miguel Silveira, Nora Rizzo, Nuno Alarcão, Pablo Meira, Pedro Morais, Pedro Teiga, Rafael Branco, Raquel Lopes, Rogério Roque Amaro, Rosa Madeira, Vítor Reis, Xavier Muñoz y Torrent, Yossene Santiago

Revisão: Equipa do Projecto PTDC/AFR/69094/2006, Centro de Estudos Africanos (CEA/ISCTE)

Financiamento e Apoios: FCT, CPLP, Delta

Organização do Seminário: Centro de Estudos Africanos (CEA/ISCTE); Direcção-Geral do Ambiente e Direcção de Turismo da República Democrática de São Tomé e Príncipe; Associação Internacional de Investigadores em Educação Ambiental (NEREA-Investiga)

Outros Apoios no âmbito do Seminário: FCT, Fundação Luso-Americana, Fundação Calouste Gulbenkian, CEIDA, TAP Portugal, BANIF, Câmara Municipal de Lisboa, Culturália

Local: Lisboa

Ano: 2009

1-ª Edição (Janeiro 2009)

Tiragem: 400 exemplares

Capa e Maquetização: Gerpress, Comunicação Empresarial e Marketing Lda.

Edição: Gerpress, Comunicação Empresarial e Marketing Lda.
Rua Joaquim Casimiro 6, 4.º Dt.º, 1200-696 Lisboa
e-mail: gerpress@sapo.pt

Depósito Legal: 287.969/09

ISBN: 978-989-96094-0-2

Ética e Responsabilização na promoção do Turismo Sustentável

Brígida Rocha Brito¹ (Investigadora, Coordenadora de Projecto de Investigação, Centro de Estudos Africanos/ISCTE), Nuno Alarcão² (CEA/ISCTE), Joana Marques³ (CEA/ISCTE)

I. Contextualização

Ao longo do tempo, o sector económico do turismo tem evidenciado uma tendência para o crescimento, sendo consensualmente, e a nível internacional, considerado como uma das actividades que apresentam maior dinamismo, continuando a ser-lhe reconhecidas potencialidades diversas. Além de ser definido como uma actividade económica, o turismo pode também ser entendido e analisado enquanto fenómeno social que resulta no desenvolvimento de um conjunto de práticas socioeconómicas e culturais, enquadradas por contextos ambientais.

Independentemente da forma como se define o sector, e os segmentos que o constituem, o turismo pode ser analisado a partir de um conjunto de elementos comuns, entre os quais: ser um fenómeno humano e dotado de características sociais; ter um carácter temporário porque limitado no tempo; estar dependente de factores motivacionais diversos em função dos intervenientes considerados; implicar uma relação, directa ou indirecta entre diferentes actores envolvidos; ser referenciado a ambientes concretos sejam rurais, costeiros ou urbanos; produzir impactos, positivos e negativos.

Independentemente das características da prática, o turismo envolve, pelo menos, dois grupos que estabelecem relações mais ou menos directas, em função dos casos: os visitantes ou turistas e os visitados ou comunidades locais, que se definem pelas funções que lhes são atribuídas e pelos papéis que desempenham, tendo também motivações diferenciadas e próprias. Para o primeiro, o visitante, é naturalmente mais valorizada a qualificação do tempo de lazer, caracteristicamente limitado e insuficiente, assim como a optimização das experiências, o cumprimento das expectativas no que respeita às actividades a desenvol-

- 1 *Autora principal, Socióloga, Mestre e Doutora em Estudos Africanos, coordenadora da equipa de investigação do Projecto PTDC/AFR/69094/2006 financiado pela FCT, "Os Impactos do Turismo no Desenvolvimento Comunitário em África: análise de experiências insulares", CEA/ISCTE.*
- 2 *Sociólogo e Mestre em Estudos Africanos, membro da equipa de investigação do Projecto PTDC/AFR/69094/2006 financiado pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT), "Os Impactos do Turismo no Desenvolvimento Comunitário em África: análise de experiências insulares", CEA/ISCTE.*
- 3 *Socióloga e Mestranda em Economia Social e Solidária (ISCTE), membro da equipa de investigação do Projecto PTDC/AFR/69094/2006 financiado Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT), "Os Impactos do Turismo no Desenvolvimento Comunitário em África: análise de experiências insulares", CEA/ISCTE.*

ver, o conhecimento e a satisfação pessoal. Para o segundo, o visitado, os aspectos mais valorizados consistem na possibilidade de rentabilizar os recursos locais, de aproveitar novas oportunidades e de melhorar as condições de vida próprias e dos familiares próximos.

A análise da evolução do sector a nível internacional evidencia a coexistência de uma grande diversidade na oferta e na procura turística, evidenciada pelas práticas desenvolvidas, reforçando a crescente valorização das novas formas de turismo, também denominadas de alternativas.

A análise do tema “Ética e Responsabilização na promoção do Turismo Sustentável” tem vindo a ser desenvolvida desde 1999, primeiro no quadro do Doutoramento⁴ em Estudos Africanos, tendo tido continuidade para a investigação de Pós Doutoramento⁵ em curso no Centro de Estudos Africanos (CEA/ISCTE) e ainda para o Projecto de Investigação⁶ sobre o tema dos impactos do turismo no desenvolvimento comunitário em contexto insular africano, sendo qualquer um dos estudos financiados pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT/MCTES).

2. Considerações sobre o Turismo Sustentável

A conceptualização do Novo Turismo, também qualificado de sustentável, é realçada a partir de 1980, por ocasião da Conferência de Manila, momento em que foram formalmente tipificadas as classificações tipológicas referentes à prática turística e que permitem distinguir as formas convencionais das alternativas. Com a Conferência de Manila, passou a defender-se um conjunto de princípios valorativos tendentes à preservação do património natural, histórico e arquitectónico, cultural e humano associada à promoção do desenvolvimento nas suas múltiplas dimensões, o que implica uma óptima utilização de recursos e a promoção das potencialidades de âmbito local (Brito, 2000).

As práticas de turismo convencional são principalmente marcadas por linhas de orientação economicistas, revelando pouca preocupação com a preservação ambiental ou com a manutenção dos traços culturais tradicionais caracterizadores das comunidades locais que acolhem e contactam com o turista. Ao contrário, as formas alternativas reúnem uma multiplicidade de possibilidades, distinguindo-se das convencionais por três aspectos principais. A saber: não são destruidoras e poluidoras; promovem a preservação de espaços ambientais, nomeadamente em contexto de área protegida e a conservação de

4 O doutoramento “Turismo Ecológico: uma via para o Desenvolvimento Sustentável em São Tomé e Príncipe” foi coordenado pelo Prof. Doutor Rogério Roque Amaro (ISCTE).

5 O tema da investigação de Pós Doutoramento é “Desenvolvimento Local Sustentável em contexto insular africano: da Educação Ambiental à Mudança Social Comunitária” (CEA/ISCTE) coordenado pelo Professor Doutor Luis Moita.

6 Coordenação de Brígida Rocha Brito, equipa de investigação constituída por Bastien Loloum, Joana Marques, Joaquim Ramos Pinto e Nuno Alarcão.

espécies, em particular das que se encontram em situação de ameaça ou risco de extinção; são instrumentos de manutenção das culturas tradicionais já que se fundamentam na valorização das práticas e dos costumes, no conhecimento prévio das características locais e no estabelecimento de relações interpessoais tão duradoiras quanto possível.

As novas abordagens do turismo contribuem para o estabelecimento de relações conceptuais sistémicas e de interdependência, fundamentadas em princípios que, não sendo novos para a maioria dos estudos, são perspectivados de forma integrada tendo em conta os objectivos que se pretendem alcançar. Assim, são equacionados princípios conceptuais como a localidade, o respeito pelas diferenças, as identidades socioculturais, a autenticidade das práticas culturais que caracterizam os grupos comunitários e que são reproduzidas aquando das visitas, e a educação a favor da preservação ambiental e da conservação de espécies em risco. Em suma, trata-se de princípios valorativos que remetem a análise para a problemática da sustentabilidade nas diferentes abordagens possíveis: ecológica; económica; sociocultural.

Com a transição das formas turísticas convencionais para as alternativas, passaram a ser valorizados os serviços personalizados dando-se maior atenção aos pormenores em vez do pacote padronizado e característico do serviço de massas, viabilizados em viagens planeadas e programadas com um carácter individual ou em pequenos grupos.

Na História mundial da actividade turística, a fase da valorização de formas alternativas de turismo passou a ser definida como o *small is beautiful* (Brito, 2000) por analogia ao conceito anteriormente introduzido por Schumacher a propósito do problema tecnológico associado à cooperação internacional, com valorização de uma adequação e apropriação dos recursos produtivos às necessidades e às populações locais. Esta definição é justificada pela necessidade de regular a carga exercida sobre os espaços naturais e a urgência de reduzir as agressões e os impactos negativos que decorrem do incremento da actividade e que se fazem sentir sobre os diferentes contextos ambientais com repercussões para a vida das comunidades residentes.

Um dos novos princípios defendidos no quadro do turismo alternativo é evidenciado pela expressão *take nothing but photographs, leave nothing but footprints*, traduzindo a dimensão da responsabilidade socioambiental do sector. Esta é uma actividade que produz impactos, nem sempre desejados, pelo que se defende que a sua promoção se deve centrar simultânea e paralelamente no controle dos efeitos negativos e na difusão dos resultados esperados, tanto relativos à preservação ambiental como à valorização das culturas tradicionais. As diversas possibilidades do turismo alternativo apresentam alguns traços comuns, entre os quais: privilegiam a pequena dimensão e a localidade; valorizam as energias alternativas porque não poluentes e integradas do ponto de vista ambiental; preferem

a produção local por incentivar as actividades complementares criando redes comerciais; estimulam o contacto directo com as comunidades locais e com as culturas dominantes que as caracterizam e estruturam.

A problematização do turismo como uma actividade que, para beneficiar as comunidades locais sem agredir o ambiente, implica a adopção de uma perspectiva estruturada de longo prazo, tanto no planeamento das acções como na avaliação dos impactos, remete a análise para o conceito de sustentabilidade, apresentado e divulgado pelo Relatório Brundtland em 1987 e mais tarde adoptado a nível internacional. Esta orientação conceptual, teórica e metodológica permite estabelecer a relação entre o conceito de desenvolvimento sustentável, entendido como o objectivo principal, e o turismo sustentável, equacionado como o meio estratégico para o realizar.

A noção de sustentabilidade (Brito, 2004), vulgarmente denominada por desenvolvimento sustentável assenta, entre outros, em aspectos como:

- o princípio sistémico da abordagem, com valorização multidimensional, multifactorial e interdisciplinar das componentes económica, social, cultural e ambiental, que constituem o desenvolvimento e que fundamentam a actividade turística;
- a perspetivação temporal e a equação do longo prazo, no sentido de que a produção dos efeitos positivos duradouros requer o amadurecimento e a integração das mudanças operadas, mas também o entendimento do seu real significado;
- o critério de segurança comunitária, em que o bem-estar das populações presentes é privilegiado sem que se verifique um incremento dos riscos no presente ou no futuro, e principalmente com valorização da continuidade dos processos iniciados.

Assim, a conceptualização do Novo Turismo evoluiu no sentido da valorização dos elementos potenciais e caracterizadores, considerando determinadas regiões como destinos turísticos alternativos aos tradicionais e que foram, ao longo do tempo, vulgarizados pela massificação da prática turística, considerados neste contexto como agressores e pouco integrados. Os factores mais valorizados passaram a ser:

- por um lado, a paisagem, os ecossistemas diversos, os recursos ambientais, as áreas protegidas, as espécies de fauna e de flora com particular destaque para o endemismo;
- por outro lado, as comunidades de acolhimento e tudo o que lhes confere identidade, nomeadamente as representações sociais, as práticas e os sistemas simbólicos, as festas e comemorações, a gastronomia, a música, as danças, os trajes tradicionais;
- por fim, o percurso histórico e a realidade actual.

O ponto de partida da estratégia consiste na preservação ambiental, no respeito pelas diferenças e na perpetuação dos traços culturais numa perspectiva de localidade (Brito,

2004). É neste contexto que surge o conceito de turismo sustentável, sempre associado ao desenvolvimento sustentável, também denominado de durável.

A prática turística que valoriza as dimensões ambiental e sociocultural, enquanto instrumento propiciador da produção de mudanças com efeitos de longo prazo, é uma realidade interdependente com o conceito de desenvolvimento sustentável. Quanto mais preservado estiver o ambiente e conservadas as culturas tradicionais maior o reconhecimento do atributo de atracção do destino turístico. Da mesma forma, quanto mais planeada for a actividade turística e controlados os processos de crescimento económico decorrentes, maior a possibilidade de preservar os recursos ambientais e de valorizar as comunidades residentes.

A promoção do turismo sustentável, gerador de desenvolvimentos no longo prazo e com efeitos duradouros, implica assim a integração de três dimensões principais:

- em primeiro lugar, a sociocultural pela capacidade de reforçar identidades e o sentimento de pertença a grupos comunitários;
- em segundo lugar, a económica que encerra a criação de novas oportunidades e a possibilidade de promover a melhoria no acesso ao consumo e a qualidade de vida das populações locais;
- em terceiro lugar, a ecológica ou ambiental que contextualiza a vida comunitária e fundamenta em larga medida a prática turística.

Desta forma, através do desenvolvimento da actividade turística procura assegurar-se o incremento dos rendimentos das famílias, resultando desejavelmente na melhoria das suas condições de vida, garantindo a preservação ambiental e a conservação de espécies, nomeadamente endémicas e ameaçadas, respeitando as diferenças culturais e reforçando os elementos identitários.

Estes princípios têm sido defendidos por organizações internacionais, tais como a Organização Mundial do Turismo, e traduzidos em documentos, entre os quais a Declaração de Manila (1980), a Carta do Turismo e o Código do Turista adoptados em Sofia (1985), a Declaração de Tamanrasset (1989), as resoluções apresentadas na Conferência de Otava (1991), a Carta do Turismo Sustentável (1995), o Código Ético Mundial para o Turismo (2001) e a Resolução das Nações Unidas sobre o Turista Responsável e o Viajante (2005).

O princípio valorativo subjacente a todas estas iniciativas é o de que existem formas responsáveis de viajar, fundamentadas na consciencialização das características locais e no reconhecimento das diferenças, entendidos como instrumentos facilitadores do respeito pelas identidades culturais, pela essência ambiental dos países de destino e pela valorização da partilha de experiências. Numa expressão, responsabilidade turística implica comportamento ético e criterioso.

O turismo responsável (Brito, 2000; 2004) é vulgarmente definido como adequado ao ambiente e à cultura, preocupado com o respeito pelos interlocutores, suave porque não agressor, ético porque valorativo, ou seja sustentável porque perspectivado no longo prazo.

Segundo a UNESCO (Brito, 2000), a estratégia de desenvolvimento turístico que deve ser promovida e incentivada do ponto de vista internacional é aquela que respeita simultaneamente o património natural e construído. Isto significa que deve associar o cumprimento das expectativas dos visitantes com a satisfação das necessidades e aspirações das populações locais, salvaguardando os recursos e espaços naturais, tendo em conta a diversidade da vida animal e vegetal.

3.A Ética no Turismo

Do ponto de vista conceptual e teórico, as Novas Formas de Turismo (Brito, 2004), a partir das quais emerge o conceito de novo turista, podem qualificar-se de socialmente responsáveis, éticas, solidárias, equitativas e ainda respeitadoras do Ambiente.

Pelas características implícitas a uma qualquer deslocação em contexto de viagem, o turismo é internacionalmente considerado como um sector que contribui para a continuidade da Paz pela valorização implícita da compreensão e do respeito mútuo entre povos culturalmente distintos. No decurso da viagem, a curiosidade e a vontade de conhecer todos os elementos possíveis marcados pela diferença e pelo exotismo são incentivadas pelo viajante. Este é o primeiro pressuposto que emerge da conceptualização do turismo ético: viajar dispondo de informação suficiente e adequada sobre as realidades socioculturais, ambientais, económicas e políticas do destino de forma a reduzir os riscos e a otimizar as experiências.

De acordo com o Código Mundial de Ética do Turismo (OMT, 2004), produzido e disponibilizado pela Organização Mundial do Turismo, as viagens são meios informais de promoção do desenvolvimento pessoal e social, ou seja tanto ao nível individual como colectivo. Beneficiando de momentos de descanso e de lazer, o turista potencia a viagem e a estadia através das vivências e das experiências que são para ele consideradas únicas. A possibilidade de aprender através do contacto directo com populações que se caracterizam por culturas diferentes e que desenvolvem práticas tradicionais vulgarmente definidas como ancestrais e até exóticas, mas também de contemplar paisagens, observar espécies de flora e de fauna em habitat natural e de contribuir para a sua conservação são consideradas como recursos metodológicos que se traduzem numa aprendizagem fácil porque fundamentada no prazer. Este é o segundo princípio da ética no turismo: a promoção do desenvolvimento pessoal através da auto-aprendizagem, respeitando a diversidade sociocultural e ambiental.

Dado que na promoção turística um dos grandes objectivos esperados se centra no desenvolvimento dos países de acolhimento, as estratégias de actuação deverão prever a dimensão temporal do longo prazo numa perspectiva de sustentabilidade. A actividade e a prática turísticas envolvem metas e desafios de natureza interdisciplinar e intersectorial, ou seja devem:

- prever o desenvolvimento de acções de âmbito social, contribuindo para a redução de situações de pobreza e para a minimização dos riscos de exclusão sobretudo de grupos minoritários ou vulneráveis;
- valorizar iniciativas culturais, práticas tradicionais, assim como a reprodução simbólica de elementos que resultam no reforço das identidades das comunidades locais;
- promover o património cultural e histórico, de forma a conservá-lo de forma sustentável, ou seja prevendo a sua manutenção de forma a que possa ser utilizado e referenciado pelas gerações futuras;
- estimular a dinamização económica dos agentes locais através da criação de novas oportunidades formativas e produtivas, contribuindo de forma associada para a melhoria do rendimento das famílias e para a diversificação do consumo;
- ser um factor de equidade e de entendimento nacional, favorecendo o pluralismo e a diversidade de ideias;
- salvaguardar os ecossistemas principalmente no que respeita à biodiversidade e aos recursos naturais de fauna e de flora que estão referenciados como ameaçados de extinção ou que são caracteristicamente endémicos.

Falar em ética na actividade turística requer a adopção e a prossecução da prática de um exercício sistemático de análise ponderada e racional sobre os factores implicados mas também que privilegie os efeitos decorrentes. Neste sector, os contactos e as relações interpessoais são naturalmente valorizados, pelo que se espera que, independentemente dos interlocutores em análise, o relacionamento seja regido por princípios criteriosos, equitativos e justos, o que significa dizer que são fundamentados no respeito, na tolerância, na observância e no conhecimento das características locais, seja a nível ambiental, cultural, social, económico ou político.

Do turista que se rege por princípios éticos espera-se um comportamento e uma atitude responsável, com planeamento antecipado e cuidado da viagem atendendo aos pormenores, manifestando interesse prévio em apreender e conhecer as realidades que se visitam. Mas uma vez no destino, é suposto que o viajante responsável continue o seu processo de aprendizagem e de valorização pessoal que se fundamenta na realização de um conjunto de actividades tão diversificadas quanto os seus interesses, sem esquecer o

contacto respeitoso com a população autóctone. Esta ideia tem sido justificada a partir do princípio aristotélico de *Phronesis*, ou seja a sabedoria ou compreensão prática viabilizadas pelo sentido intuitivo, que relaciona a educação, ou aprendizagem, com a noção de boa conduta (Jamal, 2004). O bem surge associado à ideia de justiça e esta relacionada com a adequação entre os princípios e as práticas.

Os grupos comunitários, também denominados de comunidades residentes ou de acolhimento, são os actores privilegiados para relatarem situações vividas, reproduzirem contos e fábulas, informarem o viajante sobre os principais locais a visitar em função das motivações evidenciadas guiando-os e prestando informações específicas. Por outro lado, são os actores socioeconómicos que prestam serviços directos com um sentido de maior autenticidade, já que tradicionalmente são os artesãos, os cozinheiros, os condutores dos barcos e dos transportes locais, os produtores de produtos agrícolas típicos, entre outras actividades possíveis. Das comunidades locais, perspectivadas nesta análise como um dos actores principais na actividade turística, espera-se uma atitude de cordialidade que se traduza em proximidade aquando da recepção e do acolhimento aos visitantes, bem como em todos os momentos em que se propicie o encontro com os turistas. Por serem agentes com intervenção directa na promoção turística e no desenvolvimento local, representam um dos factores mais valorizados durante a viagem.

Os membros da comunidade são os maiores conhecedores das tradições locais por as terem integrado no sistema cultural de referência para a comunidade e continuarem a ser praticantes. Assim, as comunidades representam para o turista o ícone da genuinidade procurada em destinos marcados pelo exotismo e pela diferença. De acordo com o conceito de ética no turismo, nos contactos com os visitantes, a atitude das comunidades locais deve também ser respeitosa e tolerante, tendo em consideração a diversidade de traços culturais em confronto. Ao procurar conhecer e estabelecer relações interpessoais com representantes de culturas diferentes, o turista espera ter como a sua segurança e bem-estar assegurados.

Os empreendedores locais, definidos como promotores de iniciativas, de projectos turísticos com ou sem alojamento, de restauração, de empresas de prestação de serviços de lazer e de agências de viagens, onde também se podem incluir representantes da sociedade civil, que desempenham um papel fundamental no estabelecimento da ligação entre o turista e as comunidades locais, são elementos de extrema importância na promoção dos destinos turísticos, sendo responsáveis em grande medida pela imagem que o viajante retém dos locais visitados. Estes agentes socioeconómicos têm, implícita ao desenvolvimento das suas actividades, a preocupação de as rentabilizar do ponto de vista económico. A sua função é, através da prestação de serviços, estabelecer a óptima relação com os

restantes interlocutores, com base em princípios éticos, responsáveis e respeitadores. É esperado que, por um lado, informe com clareza e objectividade os seus clientes, cumprindo os compromissos assumidos aquando da contratação dos serviços. Por outro lado, que valorize os recursos locais nomeadamente sociais, culturais, históricos e ambientais, o que envolve tanto comunidades como ecossistemas. Por fim, que actue junto de agentes concorrentes de forma ética, justa e respeitadora.

Um dos actores que é vulgarmente esquecido quando se aborda a temática da ética no turismo é o Estado que, através dos diferentes órgãos e instituições públicas, orienta, regula e fiscaliza tanto a actividade como a prática. Este aspecto é de particular importância em regiões onde o turismo é uma actividades que, apesar das iniciativas existentes, do ponto de vista económico, permanece marginal sendo definida como potencial e emergente. O Estado, através de órgãos competentes, tutela o sector e esta ideia deve ser entendida de forma prática e real, ou seja sem que haja margem para ausências na actuação. Deste actor espera-se também, tal como para os anteriormente descritos, uma acção justa e equitativa, responsável e responsabilizadora, respeitadora mas interessada pela boa prossecução das iniciativas. O Estado tem uma função importante no sentido do envolvimento e da motivação de todos os actores de forma a alcançarem a excelência na relação com os visitantes.

De acordo com o Código Mundial de Ética do Turismo (OMT, 2004), o conceito de Ética no Turismo implica o cumprimento, por parte de todos os actores envolvidos, de dois princípios fundamentais que envolvem muitos outros. A saber, a reciprocidade e o altruísmo, no sentido da promoção respeitosa e responsabilizada do bem comum.

O entendimento convencional do turismo, bem traduzido na História mundial do sector, evidenciava dois actores principais com motivações próprias. O primeiro era o turista que, durante a deslocação e estadia, procurava usufruir do destino até ao limite possível sem preocupação com o bem estar das comunidades locais, com a preservação de ambientes naturais com os quais contactava ou com a conservação de espécies, mesmo que tivesse estatuto de ameaçadas. O segundo eram as comunidades locais que reviam na actividade turística um leque variado de novas oportunidades, incluindo revalorização profissional, formação, qualificação, emprego e aumento do rendimento familiar.

As abordagens alternativas concebem toda a actividade turística a partir de uma dimensão multifactorial, interrelacionada e interdependente, traduzindo um pensamento sistémico de todos os processos. Assim, os actores envolvidos passam a ser múltiplos, as motivações apesar de próprias estão dependentes entre si, criando uma rede de relações. As formas de praticar turismo diversificam-se com a valorização dos contactos directos entra os turistas e as comunidades e com o espaços naturais, o que permite um enriquecimento pessoal fundamentado no aumento do conhecimento sobre as realidades visitadas.

Por outro lado ainda, os recursos naturais, vivos ou inertes e independentemente do tipo de ecossistema considerado, são cada vez mais apreciados nas viagens de turismo adquirindo um valor intrínseco e não meramente utilitarista. O turista passa a ser denominado de viajante e de consumidor compulsivo passa a ser entendido como um apreciador da contemplação e da observação, do contacto directo com a Natureza em estado puro e da possibilidade de conhecer e de contactar com formas diferentes de vida a partir de visitas e de conversas com os próprios interlocutores no terreno.

Uma vez mais, o conceito aristotélico de *Phronesis* parece fazer todo o sentido na análise sobre a importância da ética no turismo, actividade que se pretende que seja integrada e que tenha uma dimensão de sustentabilidade.

4. Recomendações para viagens responsáveis

Para que a viagem em contexto de lazer possa corresponder às expectativas do turista sem pôr em causa as aspirações das populações locais, as culturas tradicionais e a harmonia ambiental, ou seja para que decorra de forma ética e responsável, é recomendado que se proceda a um planeamento atempado da viagem complementado por uma estadia bem informada.

No âmbito do turismo ético e responsável, pode sugerir-se aos viajantes que sigam dez recomendações que são habitualmente referenciadas como requisitos para uma viagem respeitadora e equilibrada na relação com as comunidades locais e com o Ambiente:

1. Preparar antecipadamente a viagem. Antes da partida, o turista deve recolher toda a informação possível acerca do destino, procurando obter algumas referências sobre a História, o actual sistema político, as características socioeconómicas e culturais, mas também acerca dos principais riscos, de forma a poder minimizá-los. É importante por exemplo dispor de informação relacionada com as principais doenças, profilaxias e tratamentos, a documentação requerida para a entrada e saída do País, as condições climatéricas e geográficas, as principais crenças e práticas que as populações locais consideram como referências identitárias de forma a que os comportamentos sigam o critério do respeito e da tolerância mútua.
2. Valorizar os serviços prestados localmente optando pela contratação de agentes económicos do país de destino, por exemplo no que respeita ao alojamento e à restauração, aos transportes, ao artesanato e ao comércio em geral. Mas também dando preferência ao acompanhamento efectuado por elementos das comunidades visitadas, já que sempre que recorrer a estes prestadores o visitante contribui para a dinamização económica local apoiando a promoção do desenvolvimento.
3. Procurar produtos locais por exemplo em provas gastronómicas, em que são va-

lorizadas novas experiências sensoriais através da percepção de cheiros e de sabores, naturalmente diferentes daqueles a que o turista está habituado no seu país de origem. A escolha e o consumo de produtos confeccionados localmente são opções que, em situação de viagem, representam o reconhecimento da qualidade dos recursos locais evidenciando ainda a capacidade de adaptação de quem visita, permitindo estimular a economia local, incentivar a continuidade produtiva e a diversificação da prestação de serviços.

4. Adquirir peças de artesanato produzidas pelos artesãos locais, bem como evidenciar capacidade para apreciar a produção artística, as práticas, o costume e as manifestações culturais tradicionais. Esta forma de interagir com elementos da cultura do país visitado representa uma forma de valorização e de respeito.
5. Dar prioridade à contratação de guias locais aquando da realização de actividades de contacto com a natureza, tais como caminhadas em meio florestal, visitas de observação em meio costeiro e marinho ou de conhecimento do património histórico e cultural construído, assim como a adopção de comportamentos respeitosos e responsáveis para com os guias locais, a natureza e os restantes membros do grupo, procurando manter o silêncio. Esta é uma forma de conceber a visita como um momento único e inesquecível.
6. Adoptar um comportamento respeitoso e cortês para com a população local, procurando interagir através do estabelecimento de contactos directos e de conversas com membros das comunidades, reconhecendo que são estes que melhor conhecem a região do ponto de vista geográfico, natural mas também cultural.
7. Revelar algum cuidado com os registos de imagem, nomeadamente fotográficos e de vídeo, sempre que envolverem, entre outras situações, cenas da vida familiar, o interior de habitações, momentos de trabalho em que as pessoas possam ser identificadas e sem a sua autorização. Assim, é importante garantir que apenas são fotografadas as pessoas que concordarem previamente.
8. Conhecer, respeitar, preservar e conservar ambientes naturais, independentemente do contexto e da envolvência, sempre que são realizadas actividades de contacto com a natureza. Este princípio implica que os locais visitados permanecem intactos após a realização das actividades, sendo desejável que, por um lado, não seja recolhido qualquer organismo vivo ou inerte e, por outro lado, não sejam esquecidos papéis, plásticos, garrafas ou latas que poluem os espaços prejudicando o bem-estar e o equilíbrio dos ecossistemas.
9. Respeitar os recursos ambientais significa que, durante as actividades o turista não alimente animais seja em meio florestal, fluvial, costeiro ou marinho. O contacto

com os recursos de fauna e de flora devem centrar-se na observação e contemplação. Nas actividades em meio natural, é esperado que, sempre que possível, sejam prosseguidas acções, enquadradas por entidades certificadas, tendentes à preservação ambiental e à conservação de espécies, privilegiando-se as que têm estatuto de ameaçadas ou em risco.

10. Apoiar o desenvolvimento sociocomunitário não é sinónimo de proceder a ofertas directas de dinheiro, mesmo que sejam identificados casos extremos de pobreza. Ao contrário, esta acção promove a proliferação e o agravamento de situações viciadas de pobreza não criando alternativas viáveis para os grupos mais vulneráveis, que se trate de pessoas a viver em situação de pobreza, mulheres ou jovens. O apoio às comunidades deverá ser promovido, na medida do possível, através da intervenção das instituições vocacionadas para o efeito.

5. Reflexões em jeito de conclusão

Com base nas propostas apresentadas pela Organização Mundial do Turismo, a definição de uma boa conduta no turismo implica necessariamente a inclusão de princípios éticos de reciprocidade, respeito, adequação e correspondência entre expectativas e realizações. O bom turismo é uma realidade que pode ser entendida como o resultado da produção, do planeamento e da estruturação ou seja, por natureza e característica, e independentemente da perspectiva em análise, não é espontânea (Tribe, 2002).

Para o turista, que espera usufruir ao máximo no curto e limitado período de tempo de que dispõe, o bom turismo significa encontrar serviços adequados aos contratados pelo preço acordado e com o padrão de conforto idealizado. Este é um conceito marcado pela subjectividade já que depende das concepções e das motivações dos turistas. Assim, pode estar mais fundamentado na qualidade da prestação de serviços, nas condições ambientais no que respeita à preservação dos espaços e à conservação de espécies, nas características culturais e na hospitalidade das populações locais.

Para as comunidades de acolhimento, que esperam do turismo a multiplicação das oportunidades educativas e profissionais, complementada pelo aumento dos rendimentos, as boas práticas do turismo pressupõem o aumento da qualificação profissional e da educação de uma forma geral, mas sobretudo a criação de novos postos de trabalho com reconversão funcional sempre que necessário. O bom turismo é o que, a curto, médio e longo prazo, valoriza as populações locais contribuindo para a melhoria da sua qualidade de vida.

Para os promotores das iniciativas, que esperam do desenvolvimento da actividade turística a dinamização dos seus próprios projectos, o bom turismo é o que permite al-

cançar os objectivos propostos no que respeita à rentabilização e, na medida do possível, expandir o negócio.

Para o Estado, que encara o turismo como uma estratégia de desenvolvimento nacional, regional ou local, as boas práticas representam, além do sucesso dos investimentos realizados, a entrada de divisas e a rentabilização macroeconómica do património nacional, entendido a partir da disponibilidade dos recursos naturais, humanos ou culturais.

Independentemente do actor em análise, a ética e a responsabilização no turismo requerem a criação, a adopção e o desenvolvimento de pedagogias e de metodologias adequadas, no sentido de estimular a aprendizagem no relacionamento entre culturas mas também, e não menos importante, entre as comunidades humanas e o Ambiente. Para que se alcance o bom turismo, ou seja as boas práticas, é suposto que todos os actores envolvidos no processo turístico, independentemente da função que desempenham ou das motivações que os mobilizam, estejam sensibilizados para princípios éticos tão simples como: igualdade; respeito; e justiça. Para tal é fundamental que todos, sem excepção, sejam responsáveis e se sintam responsabilizados pela boa prossecução da actividade.

Na verdade, a definição do conceito de bom turismo, ou seja enquadrado por princípios e valores éticos, é determinante para um melhor entendimento do que se pretende sempre que se discute e problematiza sobre o turismo sustentável. Além da perspectivação temporal, ou seja o curto, o médio ou o longo prazo que implica continuidade das acções, o principal contributo da inclusão dos princípios éticos no debate consiste na valorização de um novo entendimento no que respeita às relações estabelecidas no âmbito do desenvolvimento das actividades turísticas.

Bibliografia

- BRITO, Brígida (2004). Turismo Ecológico: uma via para o Desenvolvimento Sustentável em São Tomé e Príncipe. Lisboa, ISCTE (Tese de Doutoramento, ISBN: 978-989-8154-11-8).
- BRITO, Brígida (2000). O Turismo e o viajante: contributos para a conceptualização do turismo alternativo e responsável, Actas do IV Congresso Português de Sociologia.
- JAMAL, Tazim (2004). Virtue ethics and sustainable tourism pedagogy: Phronesis, Principles and Practice. *Journal of Sustainable Tourism*, 12, nº 6.
- OMT (2004). Código Mundial de Ética do Turismo. Tradução de Direcção-Geral do Turismo, Lisboa.
- TRIBE, J. (2002). Education for ethical tourism action. *Journal of Sustainable Tourism*, 10, nº 4.