

O Turista e o Viajante: Contributos para a conceptualização do Turismo alternativo e Responsável¹

*BRÍGIDA ROCHA BRITO*²

“Não é fácil definir turista, pois trata-se de um indivíduo em viagem cuja decisão foi tomada com base em percepções, interpretações, motivações, restrições e incentivos e representa manifestações, atitudes e actividades, tudo relacionado com factores psicológicos, educacionais, culturais, étnicos, económicos, sociais e políticos”.

Mário Baptista in *Turismo, Competitividade Sustentável*

1. Aspectos Introdutórios

O turismo enquanto actividade económica tem vindo a ser alvo de incentivos e incrementos³ constantes ao longo do tempo sendo inclusive considerado, por inúmeros estudiosos da matéria e organismos internacionais, como a principal actividade económica a nível mundial. É simultaneamente uma actividade e uma prática que, ao longo do tempo, tem registado dinamismo do ponto de vista quantitativo tanto da procura como das potenciais ofertas cada vez com maior diversificação (Silva 1998).

Esta consideração fundamenta-se no facto de ser um sector que envolve, directa e/ou indirectamente um elevado número de indivíduos, postos de trabalho, infra-estruturas básicas e de ligação mas também estabelece relações com outros sectores de actividade que dele dependem e que nele criam dependências; é ainda um gerador de riqueza para os países receptores de fluxos turísticos anuais.

Ao longo do tempo as práticas turísticas têm sido alvo de inúmeros estudos e de diferentes abordagens, em função das tendências do fenómeno a nível internacional, nacional, regional ou local; das motivações que levam o homem a procurar ambientes diferentes do seu, e muitas vezes distantes no espaço, para estadias de duração limitada no tempo; da(s) ideologia(s) dominante(s), entre outros aspectos. É um fenómeno com variedade de formulações científicas apesar de serem transversais e, por isso, complementares⁴.

O turismo é entendido (Joaquim; 1994: 11; 1997: 75) como um fenómeno social de origem recente podendo ser analisado e definido a partir de referências bibliográficas diversas, apresentando entre si alguns traços comuns (cf. Baptista, Joaquim, Lanfant) que passamos a sistematizar. Assim,

¹ A presente comunicação insere-se no quadro do doutoramento em *Estudos Africanos Interdisciplinares em Ciências Sociais* (ISCTE) a decorrer desde Julho de 1999 sob a temática *Turismo Ecológico: Uma Via para o Desenvolvimento Sustentável em Cabo Verde*, sob orientação do Prof. Doutor Rogério Roque Amaro.

² Docente de *Sociologia do Desenvolvimento e da Mudança Social*, Curso de Sociologia da Universidade Autónoma de Lisboa (UAL).

³ A expansão do turismo internacional desde o final da II GG constituiu um dos fenómenos mais marcantes dos tempos modernos: as chegadas de *turistas* estrangeiros eram em 1950 de 25 milhões; de 567 milhões em 1995 (o que significa que em 50 anos multiplicaram 25 vezes). A OMT prevê ainda 660 milhões de chegadas no ano 2000 e 937 milhões em 2010 (Unesco 1997).

⁴ São diversas as disciplinas científicas que se têm dedicado a estudar a problemática turística – Economia e Gestão, Antropologia, Sociologia, Geografia, História, Ecologia entre outras. Desta diversidade pode falar-se em análises interdisciplinares visto que as diferentes abordagens teóricas apresentam características de transversalidade.

1. o turismo é um fenómeno humano, caracteristicamente social, que pressupõe deslocação temporária e limitada no tempo, sem que se verifique transferência do local de residência,
2. a deslocação é efectuada por razões motivacionais, podendo ser diversa a origem da motivação desde que não de âmbito económico,
3. pressupõe, no *viajante*, a descoberta de elementos sócio-culturais diversos do seu quadro de referência de origem, podendo verificar-se processos de aculturação,
4. traduz-se na relação entre o *visitante* e o meio ambiente natural,
5. é uma actividade que pressupõe uma relação entre a produção e o consumo com a consequente troca entre *quem visita* e *quem recebe*.

O *turismo* (Joaquim 1994) pressupõe assim uma relação entre dois grupos humanos categoriais - os *que visitam* e os *que são visitados*. Nesta relação, existe uma troca de expectativas - lazer para o *que visita* e trabalho para o *que é visitado*, verificando-se uma tentativa de rentabilização dupla - rentabilização e qualificação do tempo, das expectativas de lazer, ócio, satisfação pessoal e conhecimento para o *que visita* e rentabilização dos recursos disponíveis para o *que é visitado*.

O *Turismo Alternativo e Responsável* é actualmente valorizado no meio que se dedica ao estudo da problemática, registando-se também um aumento da sua prática no meio das viagens e do lazer, através da proliferação de agentes de desenvolvimento turístico alternativo (agências de viagens) locais e internacionais bem como da procura de actividades correspondentes. O novo conceito de turismo equaciona um conjunto de princípios que, não sendo novos para a grande maioria dos estudos que abordam a matéria, são hoje entendidos como fundamentais para o sucesso das práticas turísticas com consequente desenvolvimento: a localidade, o respeito pelas diferenças, a identidade, a autenticidade das comunidades de acolhimento e a preservação ambiental. No fundo, trata-se da *sustentabilidade ecológica, económica e sócio-cultural*.

2. Breve Contextualização da Evolução das Formas de Turismo

A discussão conceptual e teórica em torno da problemática do turismo remete para o sujeito das práticas - o *turista* - podendo estabelecer-se uma relação entre o tipo de turismo e o seu praticante⁵.

A Organização Mundial do Turismo (WTO) define *turista* como toda a pessoa que se desloca para um país diferente daquele em que tem residência habitual, por um período de tempo não inferior a uma noite e não superior a mais do que um ano e cujo motivo principal da visita não é o exercício de uma actividade remunerada no país visitado (Vellas 1996).⁶

A análise das práticas do *turismo* tem sofrido mudanças ao longo do tempo visto que as práticas turísticas têm evoluído bem como as motivações dos seus praticantes.

A prática turística surge associada a um princípio elitista e terá surgido a partir do gosto, da curiosidade e do prazer de descobrir outras pessoas e outros

⁵ O turista é vulgarmente identificado com um conjunto de 10 expressões (Vieira 1997), os 10 ss – sun, sea, sand, shopping, sanitary, search, scenery, sanctuary, saturnalia, schooling. Assim, a prática turística está ligada à praia (sun, sea, sand), ao ambiente através das praias mas principalmente das paisagens (scenery), ao bem-estar (sanitary), ao conhecimento e cultura (search, sanctuary e schooling) mas também à diversão (saturnalia, shopping).

⁶ Desta definição estão excluídos os excursionistas por menos de 24 horas apesar de contribuírem de forma significativa para a economia turística de muitas regiões fronteiriças ou pequenos países insulares que recebem essencialmente *turistas* de cruzeiro.

lugares (Vieira 1997)⁷, apenas acessível a uma parte minoritária da população mundial⁸. O *Grand Tour*⁹ passou a ser considerado o acontecimento de excelência nos centros culturais e intelectuais do Mediterrâneo e as viagens entendidas como o instrumento privilegiado de aprendizagem.

Da prática elitista verifica-se uma evolução no sentido da *democratização do acesso ao turismo* (Fortuna 1996) com o aumento dos tempos livres e a valorização crescente do lazer associados à disponibilidade financeira permitindo deslocamentos para além dos espaços territoriais nacionais.

Gradualmente assiste-se ao surgimento da *turistificação* (Joaquim 1994: 42 e seg.) ou *massificação* turística com critérios de oferta padronizados à imagem ocidental e europeizada, com valorização de destinos tabelados pelo valor mínimo, de forma a se tornarem acessíveis à maioria, com características, essencialmente, balneares e de veraneio, com ausência de preocupação com a preservação ambiental e/ou cultural das comunidades receptoras. Estas são as características do fenómeno em meados do séc. XX aquando da banalização das férias pagas (Lanquar 1985; Vieira 1997), através da existência de subsídios financeiros que permitem à maioria da população aceder a padrões de consumo e de vida até aqui impensáveis porque característicos de uma minoria¹⁰.

Paralelamente e de forma complementar, verifica-se a banalização do acesso a meios de transporte de longo curso directamente associados à actividade turística permitindo a passagem da viagem elitista, individualizada e prática de grupos sociais abastados para a institucionalização do turismo colectivo ou de massas (Fortuna 1996; Lash et Urry 1994). Este é também o período por excelência do agravamento da *carga* nas três vertentes vulgarmente consideradas (Silva 1998; Joaquim 1997; WTO 1993) – ecológica, social e turística¹¹. Da mesma forma, verifica-se uma evolução dos principais tipos de turismo tendente à diversificação das práticas, podendo mesmo existir formas complementares e paralelas – o cultural, o termal, o religioso, o turismo de praia, o de negócios, o de natureza e ecológico, entre outros.

De forma sucessiva no tempo, regista-se nova evolução na prática turística com o surgimento de formas ditas *alternativas* em que o enfoque é dado na apresentação e proposta de destinos com características exactamente opostas às anteriormente valorizadas. A valorização passa a recair sobre o *personalizado* em vez do *padronizado*; o *individual* (ou de pequenos grupos) em vez do *massificado*. Assim, verificamos o aparecimento de tipologias conceptuais várias

⁷ Os autores consultados referem a origem do fenómeno turístico nas civilizações grega e romana apesar do seu desenvolvimento se ter verificado ao longo do século XX.

⁸ O prazer pelo desconhecido vai associar-se, mais tarde, ao prazer de desenvolver actividades diferentes das quotidianas nos tempos livres – actividades que se ligam não só ao ócio mas principalmente a uma nova forma de conhecimento e à vontade de aprender através do contacto directo com outros povos e outras culturas.

⁹ O *Grand Tour* vai originar, do ponto de vista terminológico, as expressões *tourisme*, *touristique*, *touriste*. Inicialmente centrado em países europeus, nomeadamente, Itália porque o principal centro cultural.

¹⁰ É evidente que o *ir de férias* ou *tirar férias* ou *fazer turismo* está sempre e ao longo do tempo fortemente condicionado pela capacidade de poupança das famílias ou pelo seu rendimento, acrescido de subsídios. Estes vão mesmo determinar a escolha dos destinos turísticos preferenciais em função das épocas históricas consideradas em análise. Assim, o período do *Grand Tour* privilegiava países como a Itália ou a França; o período da *massificação turística* alarga os horizontes das férias para toda a Europa, para a América Latina e países com características de *exotismo controlado*, apresentando diferenças culturais e naturais mostradas ao turista através de um cenário de deslumbramento, privilegiando os destinos balneares. A época do *alternativo* e das *novas formas de turismo* permite uma maior flexibilização tanto da oferta como da procura.

¹¹ De acordo com a *Organização Mundial do Turismo* (WTO) a *capacidade de carga ecológica* significa o nível a partir do qual ocorrem impactos ecológicos negativos e com consequências prejudiciais para o futuro; a *capacidade de carga turística* representa o nível a partir do qual as experiências dos *visitantes* se revelam insatisfatórias; a *capacidade de carga social* é o nível a partir do qual ocorrem mudanças sociais inaceitáveis no grupo de origem/comunidade local ou de acolhimento.

em função dos autores (cf. Joaquim; Baptista) que nos descrevem categorias tendentes ao *turismo sustentável* porque *alternativo*, práticas de lazer, de deslocação, de conhecimento de destinos preservados tanto do ponto de vista sócio-cultural como ambiental. Destinos por descobrir de forma responsável e responsabilizada, de forma integrada e compatibilizada, de forma respeitadora das diferenças, das identidades e da autenticidade local. As anteriores práticas, *massificadas* e *turistificadas* passam a ser entendidas de forma negativa e prejudicial porque equacionadas com a destruição do meio ambiente e a depredação cultural.

A transição foi consagrada pela Conferência de Manila¹² (Lanfant1991) em que se procurou valorizar a promoção de uma nova concepção do turismo, ultrapassando os objectivos económicos anteriormente entendidos como prioritários¹³ e equacionando um conjunto alargado de componentes – a económica, a social e cultural, a ecológica e ambientalista.

3. *Turismo Responsável* – Contributos para a Definição do Conceito

A nova procura turística é o resultado de um conjunto de alterações de âmbito vário – político, económico, ecológico (Davidson 1992) e social perceptíveis a partir da década de 80, passando a valorizar-se a problemática ambiental, também no sector das viagens, resultante dos impactos negativos da massificação turística dos anos 70. É o período do *small is beautiful*¹⁴ no que respeita ao turismo (Joaquim 1997: 74) em que os ditos *hotéis verdes*¹⁵ ganham um lugar de destaque através da aplicação controlada e da gestão apropriada de recursos escassos sem pôr em causa o bem estar dos *visitantes* (Vieira 1997) mas também sem degradar o ambiente natural em que estão inseridos e dos quais fazem o seu modo de vida.

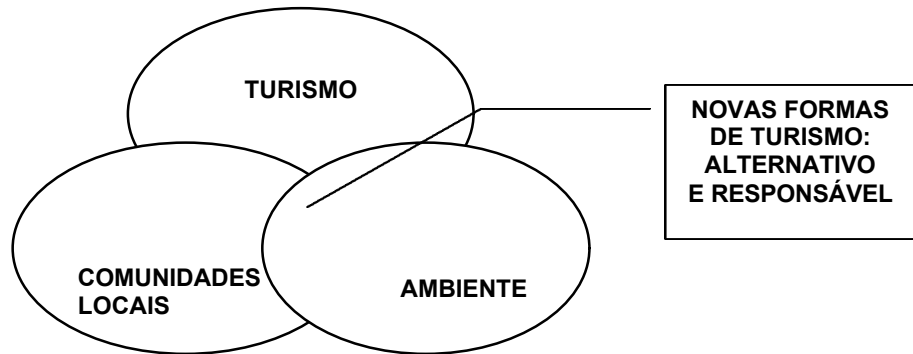
¹² A Conferência de Manila promovida pela WTO em 1980 representa uma das primeiras tentativas de reinvenção das práticas turísticas através da discussão de um conjunto de pressupostos conceptuais que estão na base da relação entre o *turista*, as comunidades locais e os agentes de desenvolvimento turístico. Após a realização da Conferência em 1980 assiste-se à multiplicação de encontros de carácter científico, nacionais, regionais e internacionais com a elaboração de documentos oficiais como declarações de intenções, códigos de conduta e relatórios referentes à actividade turística. Exemplos são a Declaração de Tamanrasset promovida pela WTO em 1989 defensora do turismo alternativo e respeitador do ambiente e das *xomunidades de acolhimento* (Joaquim 1997) em todas as componentes – práticas sociais, culturais, manifestações populares, arquitectónicas entre outras.

¹³ Os objectivos explicitados na Conferência de Manila de 1980 foram a “protecção e preservação do meio ambiente, da estrutura ecológica e do património natural, histórico e cultural do país; a óptima utilização qualitativa de recursos turísticos existentes ou potenciais do país, compreendendo o conjunto do património cultural, artístico, histórico e espiritual, afirmando o princípio da autenticidade e evitando a sua deformação e a sua falsificação” (Joaquim 1997: 75).

¹⁴ Da mesma forma que Schumacher propunha o *small is beautiful* para a tecnologia dos *países em desenvolvimento* a partir de uma concepção *intermédia* e *apropriada* com aplicabilidade prática e real aos processos produtivos agrícolas e industriais também se pode falar no *small is beautiful turístico* no sentido *intermédio* e *apropriado* do termo inicial. Assim, defende-se a propriedade e exploração não só nacional mas, principalmente, local dos empreendimentos turísticos, a construção dos mesmos com materiais locais e característicos, o emprego de mão-de-obra local, a utilização de recursos alimentares produzidos localmente. Toda esta concepção parte da utilização racional e controlada de forma a garantir sustentabilidade para o futuro, sempre sem minimizar o conforto e a qualidade da prática turística.

¹⁵ O *turismo verde* é equacionado com a expressão *take nothing but photographs, leave nothing but footprints* no sentido da preservação ambiental.

Esquema nº 1 – Inter-relação entre a Prática Turística, a Comunidade Local e o Ambiente



As *Novas Formas de Turismo (NFT)*¹⁶ são o reflexo de uma preocupação crescente com as alterações ambientais provocadas por um vasto conjunto de factores mas, em particular e de forma directa, pelas formas massificadas de viajar. Conceptualmente existe uma relação entre as *NFT* e o *turismo alternativo* que, de acordo com a sistematização apresentada por Marie-Françoise Lanfant (1991), é uma expressão atractiva e com particularidades no sentido da responsabilização mútua em favor da qualidade do produto oferecido que requer sintonia por parte da população que o procura.

As práticas *alternativas* privilegiam a pequena dimensão e a *localidade* no que respeita à natureza dos complexos, valorizam as energias alternativas e a produção local bem como procuram o contacto directo com as comunidades, tentando conhecê-las e com elas relacionar-se porque estas representam e simbolizam, em última instância, o exótico e diferente, o primitivo, a tradição, a identidade comunitária e a autenticidade, traços perdidos pelas sociedades ocidentais às quais o próprio *viajante* pertence e que procura recuperar. A viagem individual ou em pequenos grupos é considerada como propícia ao turismo de dimensão ética que coloca o ser humano no centro das suas preocupações (Unesco 1997), sendo por isso garantia da preservação da dinâmica identitária das comunidades de acolhimento.

A autenticidade procurada e entendida enquanto extroversão espontânea e natural das comunidades de acolhimento acaba, em muitos casos, por não ser mais do que uma encenação e reprodução de traços culturais e de práticas rituais que criam no *turista* a ilusão de ter presenciado, participado e vivido experiências únicas. Assim, nas situações em que a autenticidade real e espontânea é substituída por encenações artificiais de reprodução da vida quotidiana (McCannel 1973) o *turista* torna-se incapaz de destringir de forma simples e clara as *cenas* reais e espontâneas das encenadas e artificiais. McCannel (1973) denomina-as de *regiões de bastidores* e *regiões de fachada* – as primeiras como sendo as reais, naturais e espontâneas e as segundas de reprodução, imitação, recriação encenada e marcadas pelo artificialismo. É ainda possível encontrar uma terceira situação intermédia denominada de *autenticidade encenada* que recria por mimetismo as situações características e vividas nas *regiões de bastidores*, por motivos de marketing comercial de forma a tornar os destinos mais aliantes a determinados sectores da procura internacional.

¹⁶ Por Novas Formas de Turismo pode entender-se uma multiplicidade de práticas turísticas tais como o turismo natureza, o turismo de aventura, o turismo verde, o turismo ecológico ou ecoturismo, o turismo rural, o turismo branco ou de neve, o turismo azul ou de mar. Defendemos que a diferenciação não é efectuada apenas pelas características da envolvente natural mas sim, e principalmente, pela forma como o viajante se comporta, se relaciona com o meio natural, social e cultural. As práticas alternativas e responsáveis de lazer respeitam tanto ao descanso como ao conhecimento do que é diferente e exótico, seja na praia, no campo ou na cidade.

Segundo Lanquar (Joaquim 1994: 31 e seg.; 1997: 78) verifica-se a *teoria do encontro entre o turista/visitante e o seu hóspede/visitado* em que a prática turística consegue promover o *revivalismo* das culturas locais, procurando não só não a eliminar como principalmente mantê-la viva através da permanência.

Assim, um dos efeitos do *turismo alternativo* reflecte-se ao nível da *localidade* ou da pequena dimensão da própria actividade. Por outro lado, é defendido que estas práticas têm também um *efeito multiplicador* (Joaquim 1994: 58 e seg.; 1997: 89 e seg.) porque além de dinamizador do local também potenciam o desenvolvimento de outras actividades económicas necessárias à sua própria subsistência, não radicadas localmente de forma exclusiva.

A dimensão da *responsabilização* é inerente ao conceito de *turismo alternativo*, ou seja, ele é entendido simultaneamente como prática *responsável*¹⁷ e tendencialmente *sustentável*. A *sustentabilidade* turística pressupõe a valorização do presente sem comprometimento do futuro, ou seja, a deslocação e a procura do diferente hoje é de valorizar sem que seja posta em causa a possibilidade de deslocações futuras. Este critério pressupõe, por parte de *visitante*, o respeito e a valorização *in loco* das características encontradas aquando de uma deslocação turística, não só ambiente-naturais como também sócio-culturais.

O *turismo responsável* é entendido como adequado, preocupado, sustentável, suave e não agressor, que privilegia o individual ao grupo estruturado e organizado, o operador local especializado que personaliza os serviços prestados ao agente internacional (Joaquim 1997) que promoveu anteriormente a *massificação*. Da mesma forma, emprega recursos locais, normalmente geridos pelas comunidades de acolhimento; privilegia o contacto directo e autêntico entre as populações locais e o *visitante* valorizando o entendimento entre os dois actores envolvidos a partir do pressuposto de que são parceiros, com expectativas diferentes mas não opostas, numa mesma relação; privilegia o desenrolar das actividades entre *quem visita* e *quem é visitado* sem pôr em causa o ambiente (Davidson 1992; Joaquim 1997).

A *sustentabilidade turística*¹⁸ passa por três níveis de análise – o ecológico, o sócio-cultural e o económico (WTO 1993) – garantindo o desenvolvimento ambiental; atribuindo autonomia às comunidades locais, preservando a cultura e os valores de origem e reforçando a identidade dos membros da comunidade e, por fim, salvaguardando o desenvolvimento económico através de uma gestão dos recursos disponíveis que garanta as gerações futuras. Estes são princípios defendidos explicitamente na *Carta do Turismo Sustentado*¹⁹ que defende que a prática turística se deve basear em critérios de sustentabilidade económica, ecológica, ética e social, ou seja, integrar os ambientes natural, cultural e

¹⁷ O *turismo responsável* foi formalmente ratificado na Conferência de Tamanrasset em 1989, respeitando não apenas à prática turística em si, atribuível ao visitante, mas passando também pela produção, pelo conjunto variado de infra-estruturas que estão subjacentes e que permitem a existência de *visitantes* num determinado local.

¹⁸ O conceito de *sustentabilidade turística* está directamente associado ao discutido, e hoje defendido por inúmeras razões, *desenvolvimento sustentável*. Na base, o *desenvolvimento sustentável-durável* (developpement soutenable-durable) é largamente equacionado no *Nosso Futuro Comum*, vulgarmente denominado por *Relatório Brundtland* datado de 1987 (Hantem 1990), conceito mais tarde utilizado como referência teórico-conceptual (cf. Pearce; Hantem) no campo económico, ecológico e social relacionado com a luta contra a pobreza. Na origem, as preocupações ambientais remontam à década de 70 com os estudos do Clube de Roma, a problemática do crescimento zero e a esgotabilidade de recursos naturais, tendo evoluído para pensamentos ambientalistas e ecologistas com a equação do conceito *ecodesenvolvimento* e *self-reliance ambiental* pressupondo equidade económica, equilíbrio ambiental e bem-estar social (Chaves 1994).

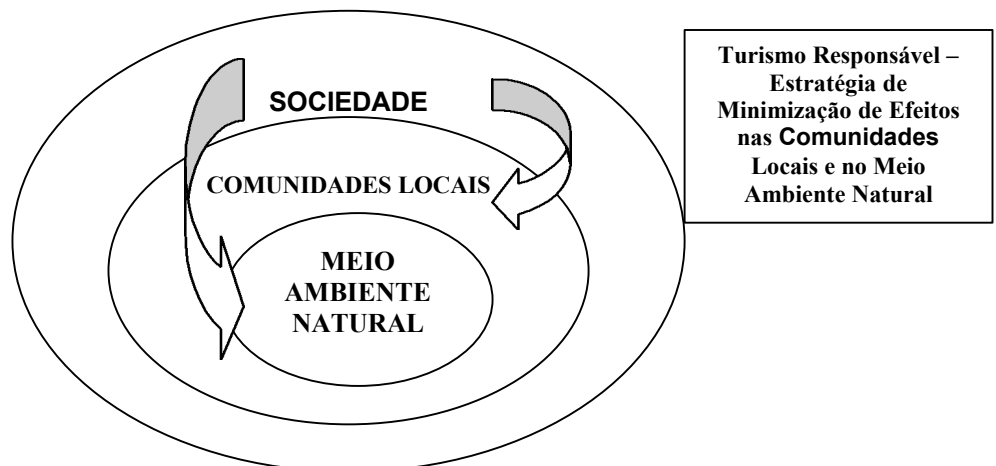
¹⁹ A *Carta do Turismo Sustentado* resultou da 1ª Conferência Mundial sobre o Turismo Sustentado realizada em 1995, promovida pela *Ecotourism Society*.

humano; ter em consideração os efeitos na cultura tradicional; ser uma prática planeada no que respeita aos efeitos futuros.

A *estratégia de desenvolvimento turístico ideal* (Unesco 1997) deve combinar – a satisfação das populações locais, o sucesso da experiência turística e as condições óptimas de salvaguarda do património cultural e ambiental. Por um lado, o *visitante* procura a maior qualidade e autenticidade possível, que a cultura permaneça viva e que os recursos naturais sejam preservados. Por outro lado, a população local deve poder retirar vantagens económicas bem como satisfação da actividade turística; deve ser capaz de aperfeiçoar os saberes-fazer e desenvolver actividades artesanais tradicionais; as autoridades nacionais e locais devem retirar mais valias económicas através de impostos directos e indirectos. O que está em causa não é apenas a adequação do *visitado* ao *turista*, nem do *turista* às comunidades de acolhimento, de forma unidirecional, mas antes a inter-relação entre os dois actores considerados e envolvidos na prática, de forma bidirecionada e promotora de mudanças. Assim, o nível local passa a ser cada vez mais objecto de interesse do ponto de vista turístico - as cidades mas principalmente as aldeias comunitárias, as áreas rurais e as aldeias piscatórias (WTO 1993).

As práticas turísticas *alternativas, responsáveis e sustentáveis* relacionam o desenvolvimento com a promoção do local, a partir da conjugação do factor natural com o humano - leia-se o meio ambiente e as comunidades locais. O crescimento económico não é minimizado nem está ausente na perspectiva alternativa; é privilegiada a prosperidade económica, presente e futura dos países receptores dos fluxos turísticos, baseados no contacto entre culturas diferentes, no respeito pela identidade e autenticidade das comunidades locais, na tolerância mútua entre *visitantes* e visitados; na salvaguarda do meio natural e arquitectónico. É mesmo defendido que só com desenvolvimento económico é possível investir localmente na preservação, seja natural e ambiental, seja humana, social e cultural.

Esquema n.º 2 – Representação gráfica do Impacto do Turismo Responsável nas Comunidades de Acolhimento e no Meio Ambiente



Surgem então classificações, profundamente valorativas, de *visitantes* – o *turista* referenciado de forma negativa porque praticante do *turismo massificado* e depredador ou destruidor; o *viajante* conotado positivamente e valorizado porque defensor e praticante de *Novas Formas de Turismo, alternativas e responsáveis*.

De uma forma sistemática podemos apresentar as principais diferenças entre o turismo dito de massas e o alternativo, enunciadas por Weaver (Vieira 1997), destacando as características referentes a este último. Assim, o turismo alternativo não é geograficamente localizado mas sim disperso ou seja, podemos

encontrá-lo tanto em zonas costeiras como interiores mas sempre caracterizando-se pela baixa densidade e por impactos controlados.

Quadro nº 1 – Diferenças entre Turismo de Massa e Turismo Alternativo segundo Weaver:

	TURISMO DE MASSA CONVENCIONAL	TURISMO ALTERNATIVO
ALOJAMENTO		
PADRÕES ESPACIAIS	Costeiros/alta densidade	Dispersos/baixa densidade
ESCALA	Grande dimensão/integrados	pequena escala/tipo caseiro
PROPRIEDADE	Estrangeira/multinacional	local/familiar/pm empresas
MERCADO		
VOLUME	Elevado	Baixo
ORIGEM	Um mercado dominante	sem mercado dominante
SEGMENTO	Psicocêntrico	alocêntrico
ACTIVIDADES	água/praias/vida nocturna	natureza/cultura
SAZONALIDADE	inverno/estação alta	sem estação dominante
ECONOMIA		
ESTATUTO	sector dominante	Sector suplementar
IMPACTO	sector dependente de importações e repatriamento de lucros	sector não dependente de importações/lucros retidos no país

Fonte: VIEIRA, J. M. (1997) *A Economia do Turismo em Portugal*. Lisboa, D. Quixote

Os empreendimentos são tendencialmente de pequena escala, muitas vezes de tipo caseiro ou familiar visto a propriedade ser tanto familiar como de pequenas e médias empresas. Do ponto de vista do mercado, o volume de negócios é considerado baixo e não se identificam mercados dominantes; está fundamentado no meio ambiente e promove actividades relacionadas com a envolvente, seja a natureza ou a cultura pré-existente. Por outro lado, não se caracteriza pela sazonalidade pelo que é entendido como um sector económico suplementar e fundamentado em outros sectores que o garantem sem necessidade de recorrer a mecanismos internacionais de abastecimento. De uma forma genérica, os lucros e benefícios económicos advindos desta actividade são retidos no país, podendo vir a ser canalizados para novos investimentos internos e locais.

De acordo com o *World Tourism and Travel Council* (1999) fará mais sentido falar-se não só do *turista* e do *viajante* como também no sector do turismo e das viagens visto que a cada estrato categorial corresponde um actor específico e com características próprias, apesar de se tratar de indivíduos que se deslocam no espaço para além do local de residência habitual, por períodos variáveis de tempo e com objectivos relacionados com o lazer.

4. O Viajante e as Comunidades Locais

Os critérios que estão na base da definição do *Turismo Responsável* estão sistematizados no recém-aprovado, pela *Organização Mundial do Turismo*²⁰

²⁰ Tomámos contacto com o *Código Ético Mundial para o Turismo*, apresentado e ratificado pela *Organização Mundial do Turismo* (*World Tourism Organization – WTO*) em Outubro de 1999, através do site www.wto.org. O objectivo imediato do código é regulamentar as práticas turísticas dos estados membros da WTO através da identificação de um conjunto de procedimentos a seguir pelos diferentes actores envolvidos na actividade

(WTO), *Código Ético Mundial para o Turismo*²¹ (cf. Anexos Referenciais) que procura orientar e regulamentar as actividades turísticas e das viagens bem como as práticas que lhe estão subjacentes levadas a cabo por qualquer um dos actores sócio-económicos envolvidos - agentes turísticos, *visitantes* e comunidades de acolhimento, entendidas como locais e nacionais. Neste caso, privilegiaremos um dos actores relativamente aos restantes – o *visitante*.

O *Código* tem por principal objectivo a promoção de uma ordem turística mundial equitativa e sustentável partindo do princípio de que, se existir um conjunto de regras e normas aceites pelos estados-membros, será mais exequível o desenvolvimento sustentável com base no turismo responsável.

De acordo com o sistematizado no quadro nº 2 (cf. Anexos Referenciais), o turismo enquanto prática relacionada com o lazer, o descanso e o ócio é hoje entendido como um direito do indivíduo²² bem como a possibilidade de descobrir e conhecer a diversidade ambiental e cultural²³. Da mesma forma, é reconhecido o direito de deslocação e circulação livre no interior dos países²⁴; o direito de aceder aos meios de comunicação disponíveis, a nível interno e internacional²⁵ no decorrer da deslocação.

Por ser uma actividade associada a práticas de lazer e tempos livres é também equacionada com o desenvolvimento pessoal e colectivo²⁶ ou seja deverá ser promovida no âmbito do meio ambiente natural de forma a ser propiciadora, no *visitante*, de mecanismos de auto-aprendizagem em espaços privilegiados porque de contacto directo com realidades diversas das de origem mas também, promotoras de bem-estar físico e psíquico. O contacto com povos, culturas e ambientes naturais diversos deverá assentar em princípios de respeito e reconhecimento das diferenças sem pressupor avaliações qualitativas discriminatórias e hierarquizáveis, promovendo as diferenças existentes entre os povos, os sexos e as idades²⁷, o que significa um turismo não etnocêntrico²⁸.

O *turista responsável* é aquele que se preocupa com a *viagem* no sentido de se informar²⁹ acerca das características do país que vai visitar, no que respeita aos traços geográficos, ao clima, às condições sanitárias e de saúde pública, à

turística. Assim, agentes turísticos (de viagens), *visitantes/viajantes/turistas* e *comunidades de acolhimento/receptoras*.

²¹ O *Código* foi ratificado com o objectivo do desenvolvimento económico, social e cultural dos países com base na actividade turística, entendida também como meio potencial de incentivo à paz a nível internacional porque mecanismo privilegiado de entendimento entre os povos – que viajam e que recebem – através de troca de experiências, conhecimentos e culturas. Assim, dá continuidade aos pressupostos contidos na *Conferência de Manila* de 1980 e 1997, respectivamente sobre o turismo mundial e os impactos sociais do turismo; à *Carta do Turista* e ao *Código do Turista* aprovados em Sofia em 1985 pela WTO.

²² Cf. Anexos Referenciais, art. 7º *Direito ao Turismo*, 2) do *Código Ético Mundial para o Turismo*; art. 24º da *Declaração Universal dos Direitos Humanos* e art. 7º do *Pacto Internacional de Direitos Económicos, Sociais e Culturais*.

²³ Cf. Anexos Referenciais, art. 7º *Direito ao Turismo*, 1) do *Código Ético Mundial para o Turismo*.

²⁴ Cf. art. 13º da *Declaração Universal dos Direitos Humanos*; Anexos Referenciais, art. 8º *Liberdade de Deslocação Turística*, 1) do *Código Ético Mundial para o Turismo*.

²⁵ Cf. Anexos Referenciais, art. 8º *Liberdade de Deslocação Turística*, 2) do *Código Ético Mundial para o Turismo*.

²⁶ Cf. Anexos Referenciais, art. 2º *O Turismo, Instrumento de Desenvolvimento Pessoal e Colectivo*, 1) do *Código Ético Mundial para o Turismo*.

²⁷ Cf. Anexos Referenciais, art. 1º *Contribuição do Turismo para o Entendimento e Respeito Mútuos entre Homens e Mulheres*, 1) e 2) do *Código Ético Mundial para o Turismo*.

²⁸ A prática turística não deve ser etnocêntrica no sentido de valorizar a cultura ocidental, de onde é oriundo o *turista*, mas antes de defender a existência de diferenças, entendê-las e respeitá-las. É através das diferenças que se torna possível o desenvolvimento harmonioso, equilibrado e sustentado a partir do fenómeno turístico; com intercâmbio cultural, troca de experiências e modos de vida.

²⁹ Cf. Anexos Referenciais, art. 1º *Contribuição do Turismo para o Entendimento e Respeito Mútuos entre Homens e Mulheres*, 6) do *Código Ético Mundial para o Turismo*.

fauna e flora existentes, à forma de organização social, à religião e práticas sociais de forma, não só a não degradar o ambiente mas também, a respeitar os autóctones e minimizar os riscos à sua própria pessoa. Assim, o *turismo responsável* é entendido enquanto promotor de diferenças porque enriquecedor de experiências pessoais, preservador de traços culturais e das características ambientais.

O turismo é entendido como um dos principais mecanismos susceptível de promover sustentabilidade³⁰. Neste sentido é privilegiado o contacto controlado com a natureza de forma a ser obtido o crescimento económico necessário ao desenvolvimento; à satisfação das necessidades das comunidades locais sem ser posto em causa o das gerações futuras. Para que este contacto seja planeado, gerido e controlado é necessário que as deslocações turísticas não tenham um carácter de sazonalidade mas antes que se distribuam de forma equilibrada ao longo do ano³¹, de forma que os impactos ambientais e culturais sejam minimizados e reduzidos.

A *sustentabilidade* tem ainda outras vertentes – os complexos/empreendimentos turísticos deverão estar enquadrados na envolvente de forma a não a degradar do ponto de vista ambiental, visual e arquitectónico passando a recorrer-se a materiais existentes localmente³². O que está em causa não é apenas a acção do *turista/viajante* mas também a dos próprios agentes turísticos que nem sempre aceitam limitações e restrições ao desenvolvimento da actividade.

Os recursos turísticos, sejam naturais ou culturais, são entendidos como património comum da humanidade³³ pelo que o que está em causa não são apenas os direitos mas também e acima de tudo os deveres dos actores envolvidos em relação à conservação e preservação ambiental, arquitectónica e cultural. A *actividade turística responsável e alternativa* deve então aproveitar esses recursos através de valorização, sem desgaste e sem degradação.

Cabe aos agentes turísticos³⁴ fornecer ao *turista* todas as informações necessárias acerca das características do país alvo da deslocação bem como da sua população para que desta forma o *turista* possa comportar-se adequadamente. Por outro lado, os agentes turísticos deverão respeitar os *turistas* e acolhê-los de forma hospitaleira³⁵, atender à sua segurança e bem-estar³⁶ mas também partirá deles o respeito, a conservação e preservação ambiental e cultural³⁷.

Do lado das comunidades locais, deverá também existir respeito pelos modos de vida dos *turistas*, seus traços culturais, gostos e expectativas com acolhimento hospitaleiro³⁸. Os membros das comunidades locais são um dos

³⁰ Cf. Anexos Referenciais, art. 3º *O Turismo, Factor de Desenvolvimento Sustentável* do Código Ético Mundial para o Turismo.

³¹ Cf. Anexos Referenciais, art. 3º *O Turismo, Factor de Desenvolvimento Sustentável*, 3) do Código Ético Mundial para o Turismo.

³² Cf. Anexos Referenciais, art. 3º *O Turismo, Factor de Desenvolvimento Sustentável*, 4) do Código Ético Mundial para o Turismo.

³³ Cf. Anexos Referenciais, art. 4º *O Turismo, Factor de Aproveitamento e Enriquecimento do Património Cultural da Humanidade* do Código Ético Mundial para o Turismo.

³⁴ Cf. Anexos Referenciais, art. 6º *Obrigações dos Agentes de Desenvolvimento Turístico*, 1) do Código Ético Mundial para o Turismo.

³⁵ Cf. Anexos Referenciais, art. 1º *Contribuição do Turismo para o Entendimento e Respeito Mútuos entre Homens e Mulheres*, 3) do Código Ético Mundial para o Turismo.

³⁶ Cf. Anexos Referenciais, art. 6º *Obrigações dos Agentes de Desenvolvimento Turístico*, 2) do Código Ético Mundial para o Turismo.

³⁷ Cf. Anexos Referenciais, art. 3º *O Turismo, Factor de Desenvolvimento Sustentável*, 1) do Código Ético Mundial para o Turismo.

³⁸ Cf. Anexos Referenciais, art. 1º *Contribuição do Turismo para o Entendimento e Respeito Mútuos entre Homens e Mulheres*, 3) do Código Ético Mundial para o Turismo.

actores envolvidos no *prática responsável de turismo* pelo que também têm deveres, nomeadamente no que respeita à preservação e manutenção dos monumentos naturais e arquitectónicos, à gestão dos recursos locais³⁹

O turismo é então o resultado do intercâmbio, da troca de bens, serviços, conhecimentos e experiências, em que todos os actores, por estarem envolvidos, têm direitos e deveres; têm uma função a desempenhar e, por isso, são imprescindíveis.

5. Aspectos Conclusivos

Na presente comunicação procurámos apresentar um contributo para a análise do *turismo dito alternativo e responsável*. É certo que muito ficou por dizer no sentido do aprofundamento teórico e conceptual da evolução da prática turística, das motivações que lhe estão subjacentes e dos impactos sociais, económicos e ambientais.

Podemos contudo afirmar que o turismo é, de facto, um sector em expansão – todos fomos e continuamos a ser, em algumas situações, actores privilegiados da actividade turística – ora enquanto comunidade de acolhimento receptora de fluxos de viajantes ora como *visitantes* de locais mais ou menos distantes, em busca de paisagens tropicais, de exotismo e de culturas tradicionais, por períodos de tempo, por certo, variáveis. Também, e em função das situações, já sentimos os benefícios (in)directos da actividade bem como os seus impactos menos positivos, algumas vezes até degradantes. Por outro lado, também já contribuímos para o incremento positivo do sector turístico em algumas regiões mas, por certo, teremos contribuído de forma (in)voluntária para a devastação ambiental e/ou cultural.

O nosso objectivo recaiu no repensar o próprio conceito de *turista* a partir de um conjunto de pressupostos teóricos e da análise do *Código Ético Mundial para o Turismo*, valorizando o *turista responsável* porque preocupado, interessado e atento com o ambiente social, cultural e natural, por oposição ao *turista massificado* com algum grau de *irresponsabilidade* porque não preocupado, não atento e não interessado.

O *Novo Turista* pode ser então entendido como o *viajante*, o indivíduo que se desloca para visitar destinos diferentes do de residência habitual, por períodos de tempo limitados e variáveis, com o objectivo de lazer através do desenvolvimento de actividades propensas ao conhecimento e ao enriquecimento pessoal através de mecanismos de auto-aprendizagem pelo contacto directo e fundamentado no respeito mútuo com povos, culturas e ambientes naturais diferentes.

Bibliografia de Referência Consultada

BAPTISTA, Mário (1997) *Turismo, Competitividade Sustentável*. Lisboa, Editorial Verbo

CASANOVA, José Luís (1991) *Turismo e Território, Alguns Apontamentos in Sociedade e Território*, nº 13, Ano 5, Junho

CHAVES, Maria Cristina (1994) *A Dimensão Ecológica do Desenvolvimento – Elementos de Reflexão sobre o Conceito de Ecodesenvolvimento* in *Cadernos de Ciências Sociais*, Porto, Ed. Afrontamento, nº 14, Janeiro

DAVIDSON, Rob (1992) *Tourism in Europe*. Londres, Pitman Publishing.

³⁹ Cf. Anexos Referenciais, art. 4º *O Turismo, Factor de Aproveitamento e Enriquecimento do Património Cultural da Humanidade*, 2 e 3) do *Código Ético Mundial para o Turismo*.

FORTUNA, Carlos et FERREIRA, Claudino (1996) *O Turismo, o turista e a Pós-Modernidade*. Coimbra, Oficina do CES. Centro de Estudos Sociais, Outubro, nº 80

FÚSTER, Luis Fernandez (1991) *Historia General del Turismo de Masas*. Madrid, Alianza Editorial.

HANTEM, Fabrice (1990) *Le Concept de «Développement Soutenable» in Economie Prospective Internationale*, nº 44, Paris, La Documentation Française

JOAQUIM, Graça (1997) *Da Identidade à Sustentabilidade ou a Emergência do «Turismo Responsável»* in *Sociologia Problemas e Práticas*, nº 23

LANFANT, Marie-Françoise (1991) *Tourisme Internazionale Reconsiderée: Milieu exclu, tiers exclu? Le principe de l'alternative*. Les cahiers du tourisme, nº 165, série C, Aix-en-Provence, Centres des Hautes Études Touristiques.

_____ (1992) *L'identité en jeu dans l'échange touristique international*. Sociologia Urbana e Rurale, nº 38, Bolonha, Univ. de Bolonha.

LANQUAR, Robert (1985) *Sociologie du tourisme et des voyages*. Paris, PUF.

LASH, S. et URRY, J. (1987) *The end of organized capitalism*. Cambridge, Polity.

_____ (1994) *Economies of signs and spaces*. Londres, Sage.

MACcANNEL, D. (1973) *Staged authenticity: arrangements of social space in Tourist Settings*. American Journal of Sociology, 79.

_____ (1989) *The tourist. A new theory of the leisure class*. Nova Iorque, Schocken Books.

PEARCE, Douglas (1981) *Tourism development*. Londres, Longman.

SCOTT, Helen (1999) Ecotourism, Tourism as a Force of Peace, in *International Institute for Peace through Tourism*, 17-21 Outubro, <http://ecotourism.about.com>

SILVA, João Albino (1998) *Turismo, o Espaço e a Economia*. documentos de Trabalho, Lisboa, Gabinete de Estudos e Prospectiva Económica. Ministério da Economia

TRINDADE, António (1997) *Turismo Português: Reflexões sobre a sua Competitividade e Sustentabilidade*. documentos de Trabalho, Lisboa, Gabinete de Estudos e Prospectiva Económica. Ministério da Economia

UNESCO (1997) *Culture, Tourisme, Développement: Les Enjeux du XXIème Siècle*, Table Ronde d'experts organisée à Paris. UNESCO/AIEST, Annals of Tourism Research

URRY, J. (1990) *The tourist gaze* Londres, Sage.

_____ (1995) *Consuming Places*. Londres, Routledge.

VELLAS, François (1996) *Le Tourisme Mondial*, Paris, Economica

VIEIRA, João Martins (1997) *A Economia do Turismo em Portugal*. Lisboa, Biblioteca de Economia e Empresa, publicações Dom Quixote

WORLD TOURISM ORGANIZATION (1993) *Sustainable tourism development. Guide for local planners*. WTO.

_____ (1999) *Código Ético Mundial para o Turismo* (www.wto.org)

ANEXOS REFERENCIAISQuadro nº 2 – Grelha do *Turista Responsável* de acordo com o *Código Ético Mundial para o Turismo*

OBJECTIVO DA DESLOCAÇÃO	METODOLOGIA	ATITUDE	TIPO DE EMPREENHIMENTO PROCURADO	RESULTADOS
Direito Individual (art. 7º, 2) Lazer, Ócio, Tempos Livres (art. 7º, 2) Conhecimento, Curiosidade (art. 2º, 1) Troca de Experiências (art. 2º, 1) Desenvolvimento Pessoal e Colectivo (art. 2º)	Deslocação independente da estação do ano (art. 3º, 3) Organização Particular ou recorrendo a Pequenos Agentes Turísticos Locais (art. 1º, 3) Auto-aprendizagem e informação prévia (art. 1º, 6) Contacto Directo com povos e meios naturais (art. 1º, 1 e 2)	Respeito pelas diferenças culturais (art. 1º) Respeito pelo meio ambiente natural (art. 1º, 5; 3º, 3) Respeito pelas espécies vegetais e animais em extinção (art. 1º, 5)	Pequena e média dimensão (familiar) (art. 3º, 4) Materiais locais (art. 3º, 4) Estrutura arquitectónica típica (art. 3º, 4)	Intercâmbio cultural (art. 1º) Enriquecimento cultural e diversidade (art. 1º, 2º e 4º) Preservação ambiental (art. 3º) Preservação cultural (art. 4º) Desenvolvimento económico controlado de longo prazo (art. 3º e 5º) Sustentabilidade (art. 3º)

Fonte: *Código Ético Mundial para o Turismo*, WTO, 1999

ARTIGOS ANALISADOS DO CÓDIGO ÉTICO MUNDIAL PARA O TURISMO

ARTIGO 1 – CONTRIBUIÇÃO DO TURISMO PARA O ENTENDIMENTO E RESPEITO MÚTUOS ENTRE HOMENS E MULHERES

- 1) A compreensão e a promoção dos valores éticos comuns da humanidade, num espírito de tolerância e respeito da diversidade de crenças religiosas, filosóficas e morais são o fundamento e a consequência de um turismo responsável. Os agentes de desenvolvimento turístico e os próprios turistas prestarão atenção às tradições e práticas sociais e culturais de todos os povos, incluindo as das minorias nacionais e das populações autóctones e reconhecerão a sua riqueza.
- 2) As actividades turísticas organizar-se-ão em harmonia com as peculiaridades e tradições das regiões e países receptores e com respeito às suas leis e costumes.
- 3) Tanto as comunidades receptoras como os agentes profissionais locais terão de aprender a conhecer e respeitar os turistas que as visitam e a informar-se sobre a sua forma de vida, os seus gostos e as suas expectativas. A educação e a formação dos profissionais contribuirão para um recebimento hospitaleiro dos turistas.
- 4) As autoridades públicas têm a missão de assegurar a protecção dos turistas e visitantes e dos seus bens. Nesse sentido prestarão especial atenção à segurança dos turistas estrangeiros pela sua particular vulnerabilidade. Facilitarão o estabelecimento de meios de informação, prevenção, protecção, seguro e assistência específicos que correspondam às suas necessidades. Os atentados, sequestros ou ameaças dirigidos contra turistas ou trabalhadores do sector turístico, assim como a destruição intencionada de instalações turísticas ou de património cultural ou natural, em conformidade com a legislação nacional respectiva.
- 5) Nas suas deslocações, os turistas e visitantes evitarão todo o acto considerado criminal pelas leis do país que visitem e qualquer comportamento que possa chocar ou ferir a população local ou danificar o meio ambiente.

Abster-se-ão do tráfico de drogas, armas, antiguidades, espécies protegidas, produtos e substâncias perigosas ou proibidas pelas regulamentações nacionais.

- 6) Os turistas e visitantes têm a responsabilidade de receber informação, antes da deslocação, sobre as características do país que se dispõem visitar. Serão conscientes dos riscos relacionados com a saúde e segurança inerentes a toda a deslocação fora do ambiente habitual e comportar-se-ão de modo a minimizar esses riscos.

ARTIGO 2 – O TURISMO, INSTRUMENTO DE DESENVOLVIMENTO PESSOAL E COLECTIVO

- 1) O turismo, que é uma actividade geralmente associada ao descanso, à diversão, ao desporto e ao acesso à cultura e à natureza, deve ser concebido e praticado como um meio privilegiado de desenvolvimento individual e colectivo. Se levado a cabo com abertura de espírito necessária, é um factor insubstituível de auto-educação, tolerância mútua e aprendizagem das legítimas diferenças entre povos e culturas e da sua diversidade.
- 2) As actividades turísticas respeitarão a igualdade entre homens e mulheres. Assim mesmo encaminhar-se-ão a promover os direitos humanos e, em particular, os direitos específicos dos grupos mais vulneráveis, especialmente as crianças, as pessoas mais velhas e os deficientes, as minorias étnicas e os povos autóctones.
- 3) A exploração de seres humanos, em qualquer das suas formas, especialmente sexual e em particular quando afecta crianças, vulnera os objectivos fundamentais do turismo e constitui uma negação da sua essência. Portanto, em conformidade com o direito internacional, deve combater-se sem reservas com a cooperação de todos os Estados interessados e sancionar-se com rigor nas legislações nacionais dos países visitados e dos países dos autores desses actos, incluindo quando se cometeram no estrangeiro.
- 4) As deslocações por motivos de religião, saúde, educação e intercâmbio cultural ou linguístico constituem formas particularmente interessantes de turismo e merecem ser fomentadas.
- 5) Favorecer-se-á a introdução nos programas de estudos o ensino do valor dos intercâmbios turísticos, os benefícios económicos, sociais e culturais bem como os seus riscos.

ARTIGO 3 – O TURISMO, FACTOR DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

- 1) Todos os agentes de desenvolvimento turístico têm o dever de salvaguardar o meio ambiente e os recursos naturais, na perspectiva de um crescimento económico planeado, constante e sustentável, que seja capaz de satisfazer equitativamente as necessidades e aspirações das gerações presentes e futuras.
- 2) As autoridades públicas nacionais, regionais e locais favorecerão e incentivarão todas as modalidades de desenvolvimento turístico que permitam aforrar recursos naturais escassos e valiosos, em particular, a água e a energia e evitar na medida do possível a produção de detritos.
- 3) Procurar-se-á distribuir, no tempo e no espaço, os movimentos de turistas e visitantes, em particular por meio de férias pagas e férias escolares, e equilibrar melhor a frequência com o fim de reduzir a pressão que a actividade turística exerce no meio ambiente e de aumentar os seus efeitos benéficos no sector turístico e na economia local.

- 4) Conceber-se-á a infra-estrutura e programar-se-ão as actividades turísticas de forma que se proteja o património natural que constituem os ecossistemas e a diversidade biológica, e que se preservem as espécies em perigo de fauna e de flora silvestre. Os agentes de desenvolvimento turístico, e em particular os profissionais do sector, devem admitir que se imponham limitações às suas actividades quando estas se exercem em espaços particularmente vulneráveis: regiões desérticas, polares ou de alta montanha, litorais, selvas tropicais ou zonas húmidas, que sejam idóneos para a criação de parques naturais ou reservas protegidas.
- 5) O turismo de natureza e o ecoturismo reconhecem-se como formas de turismo particularmente enriquecedoras e valorizadoras, sempre que respeitem o património natural e a povoação local e se ajustem à capacidade de ocupação dos lugares turísticos.

ARTIGO 4 – O TURISMO, FACTOR DE APROVEITAMENTO E ENRIQUECIMENTO DO PATRIMÓNIO CULTURAL DA HUMANIDADE

- 1) Os recursos turísticos pertencem ao património comum da humanidade. As comunidades em cujo território se encontram têm relativamente a eles direitos e obrigações particulares.
- 2) As políticas e actividades turísticas serão levadas a cabo com respeito ao património turístico, arqueológico e cultural que devem proteger e transmitir às gerações futuras. Conceder-se-á particular atenção à protecção e reabilitação de monumentos, santuários e museus, assim como a lugares de interesse histórico ou arqueológico, que devem estar amplamente abertos à frequência turística. Fomentar-se-á o acesso público a bens e monumentos culturais de propriedade privada respeitando os direitos dos proprietários, assim como edifícios religiosos sem prejuízo das actividades de culto.
- 3) Os recursos procedentes da frequência de locais e monumentos de interesse cultural deverão destinar-se preferencialmente, pelo menos em parte, à manutenção, à protecção, à melhoria e ao enriquecimento desse património.
- 4) A actividade turística organizar-se-á de modo que permita a sobrevivência e o florescimento da protecção cultural e artesanal tradicional, assim como do folclore, e que não conduza a sua normalização e empobrecimento.
- 5)

ARTIGO 5 – O TURISMO, ACTIVIDADE BENÉFICA PARA OS PAISES E COMUNIDADES DE DESTINO

- 1) As povoações e comunidades locais associar-se-ão às actividades turísticas e terão uma participação equitativa nos benefícios económicos, sociais e culturais que reportarão, especialmente na criação directa e indirecta de emprego a que dão lugar.
- 2) As políticas turísticas organizar-se-ão de modo que contribuam para melhorar o nível de vida da população das regiões visitadas e respondam às suas necessidades. A concepção urbanística e arquitectónica e o modo de exploração das estações e dos meios de alojamento turístico tenderão à sua óptima integração no tecido económico e social local. Em igualdade de circunstâncias, dar-se-á prioridade à contratação de pessoal local.
- 3) Prestar-se-á particular atenção aos problemas específicos das zonas litorais e dos territórios insulares, assim como às frágeis zonas rurais e de montanha, onde o turismo representa com frequência uma das escassas oportunidades de desenvolvimento face ao declive das actividades económicas tradicionais.

- 4) Em conformidade com a legislação estabelecida por autoridades públicas, os profissionais do turismo, e em particular os investidores, levarão a cabo estudos de impacto dos seus projectos de desenvolvimento no ambiente e no meio natural. Assim, facilitarão com a máxima transparência e a objectividade pertinente toda a informação relativa aos seus programas futuros e suas consequências previsíveis e favorecerão o diálogo sobre o seu conteúdo com as populações interessadas.

ARTIGO 6 – OBRIGAÇÕES DOS AGENTES DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO

- 1) Os agentes de desenvolvimento turístico têm obrigação de facilitar aos turistas informação objectiva e verídica sobre os lugares de destino e sobre as condições de viagem, recepção e estadia. Assegurarão a absoluta transparência das cláusulas dos contratos que proponham aos seus clientes, relativos à natureza, ao preço e à qualidade das prestações que se comprometem a facilitar como as compensações financeiras que lhes incumbem em caso de ruptura unilateral dos contratos.
- 2) No que depende deles, e em cooperação com as autoridades públicas, os profissionais do turismo velarão pela segurança, prevenção de acidentes, protecção sanitária e higiene alimentar dos que recorrem aos seus serviços. Preocupar-se-ão com a existência de sistemas de seguros e de assistência adequados. Assumirão a obrigação de prestar contas conforme as modalidades dispostas na regulamentação nacional e quando corresponda o pagamento de uma indemnização equitativa em caso de incumprimento das obrigações contratuais.
- 3) Quando depender deles, os profissionais de turismo contribuirão para o pleno desenvolvimento cultural e espiritual dos turistas e permitirão o exercício das suas práticas religiosas durante a deslocação.
- 4) Em coordenação com os profissionais interessados e suas associações, as autoridades públicas dos Estados de origem e dos países de destino velarão pelo estabelecimento dos mecanismos necessários para o repatriamento de turistas, em caso de incumprimento das empresas organizadoras das suas viagens.
- 5) Os governos têm o direito – e o dever – especialmente em caso de crise, de informar os seus cidadãos das condições difíceis, ou incluindo dos perigos que possam encontrar por ocasião da sua deslocação ao estrangeiro. Incumbe-lhes facilitar essas informações sem prejudicar de forma injustificada ou exagerada o sector turístico dos países receptores e os interesses dos seus próprios operadores. O conteúdo das advertências eventuais terá de ser discutido previamente com as autoridades dos países de destino e com os profissionais interessados. As recomendações que se formulem guardarão estrita proporção com a gravidade das situações reais e limitar-se-ão a zonas geográficas onde se tenham comprovado situações de insegurança. Essas recomendações atenuar-se-ão ou anular-se-ão logo que seja possível a volta à normalidade.
- 6) A imprensa, e em particular a imprensa especializada em turismo, e os meios de comunicação, incluindo os modernos meios de comunicação electrónicos, difundirão informação verídica e equilibrada sobre os acontecimentos e situações que podem influenciar na frequência turística. Terão de facilitar indicações precisas e fiáveis aos consumidores de serviços turísticos. Para esse fim, desenvolver-se-ão e empregar-se-ão as novas tecnologias de comunicação e comércio electrónico que, da mesma forma que a imprensa e os meios de comunicação, não facilitarão de modo nenhum o turismo sexual.

ARTIGO 7 – DIREITO AO TURISMO

- 1) A possibilidade de acesso directo e pessoal à descoberta de riquezas do nosso mundo constituirá um direito aberto, da mesma forma, a todos os habitantes do nosso planeta. A participação cada vez mais difundida no turismo nacional e internacional deve entender-se como uma das melhores expressões possíveis do contínuo crescimento do tempo livre e não se lhe oporá nenhum obstáculo.
- 2) O direito ao turismo para todos deve entender-se como consequência do direito ao descanso e ao ócio e, em particular, a limitação razoável da duração do trabalho e a férias periódicas pagas, que está consagrado no artigo 24 da Declaração Universal dos Direitos Humanos e no artigo 7 do Pacto Internacional de Direitos Económicos, Sociais e Culturais.
- 3) Com o apoio das autoridades públicas, desenvolver-se-á o turismo social, em particular o turismo associativo, que permite o acesso da maioria dos cidadãos ao ócio, às viagens e às férias.
- 4) Fomentar-se-á e facilitar-se-á o turismo das famílias, dos jovens e dos estudantes, das pessoas mais velhas e dos deficientes.

ARTIGO 8 – LIBERDADE DE DESLOCAÇÃO TURÍSTICA

- 1) Com relação ao direito internacional e às leis nacionais, os turistas e visitantes beneficiarão da liberdade de circular pelo interior dos países bem como entre Estados, em conformidade com o artigo 13 da Declaração Universal dos Direitos Humanos, e poderá aceder a zonas de trânsito assim como a locais turísticos e culturais sem formalidades exageradas ou discriminações.
- 2) Reconhece-se aos turistas e visitantes a faculdade de utilizar todos os meios de comunicação disponíveis, interiores e exteriores. Beneficiarão de um acesso fácil e rápido aos serviços administrativos, judiciais e sanitários locais e poderão pôr-se livremente em contacto com as autoridades consulares do país de onde sejam cidadãos conforme os convénios diplomáticos vigentes.
- 3) Os turistas e visitantes gozarão dos mesmos direitos que os cidadãos do país que visitem no que respeita à confidencialidade dos dados sobre a sua pessoa, em particular quando essa informação se armazene em suporte electrónico.
- 4) Os procedimentos administrativos de passagem de fronteiras estabelecidos pelos Estados ou por acordos internacionais, como os vistos e as formalidades sanitárias e aduaneiras adaptar-se-ão para facilitar ao máximo a liberdade das viagens e o acesso da maioria das pessoas ao turismo internacional. Fomentar-se-ão os acordos entre grupos de países para harmonizar e simplificar esses procedimentos.
- 5) Sempre que o permita a situação económica dos países de onde procedam, os viajantes poderão dispor de divisas convertíveis que necessitem para a sua deslocação.

Fonte: *Código Ético Mundial para o Turismo* (1999) in www.wto.org