

Turismo - Produção e consumo sustentáveis

Tourism - Sustainable production and consumption

Vítor Pereira

vitor.pereira56@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-8495-6071>

Resumo

Tornar o turismo sustentável implica a consciencialização e mobilização de decisores do setor público, as organizações e empresas e o público em geral, para que trabalhem juntos, alinhando-se com políticas ambientais, sociais e económicas com racionalidade e ética, induzindo a melhores comportamentos e práticas dos consumidores turísticos, numa exigência de responsabilização social e política dos nossos dias. Este artigo manifesta-se como uma abordagem reflexiva e de ponderação sobre a atividade do turismo e tem como objetivo promover correlações de pensamento que possam contribuir para a discussão da sustentabilidade na produção e no consumo nos destinos de turismo. Metodologicamente recorre-se à observação direta, pela conexão de eventos, factos e conceitos, com uma pesquisa de informação determinada por um cariz de realismo crítico, resultando na constatação que as trajetórias de crescimento económico e de consumo estão intimamente e com padrões similares com o crescimento do turismo, gerando impactes negativos e insustentabilidade, sinalizando-se a necessidade de uma reflexão sobre a implementação de indicadores de sustentabilidade que induzam a mudanças na forma como se produz e consome no fenómeno turístico e, por este modo, aportar a maior reputação e atratividade nos destinos turísticos, tanto para os destinos já desenvolvidos ou consolidados, como para aqueles em fase de exploração ou de envolvimento, no seu ciclo de vida turístico.

Palavras-chave: sustentabilidade, produção e consumo turístico, turismo.

Abstract

Making tourism sustainable involves raising awareness and mobilizing the public sector decision-makers, several organizations and businesses and the general public to work together, aligning with environmental, social and economic policies with rationality and ethics, leading to a better behaviour and practices of the tourist consumers, like a demand of social and political responsibility of our days. This article as a reflective approach on tourism activity, aims to promote correlations of thought that can contribute to the discussion of sustainability in production and consumption in tourism destinations. Methodologically we resort to direct observation, by connecting events, facts and concepts, with a research determined by a of critical realism, finding that the trajectories of economic growth and consumption are similar in tourism activities, generating negative impacts and unsustainability, signalling the need of a reflection on the sustainability indicators for changes in the way it is produced and consumed in the tourist phenomenon, like as strong inducers in the reputation and attractiveness of tourism destinations, for all already developed or consolidated, as well as for those in the exploration or involvement stage, in their tourist life cycle.

Keywords: sustainability, production and consumption in tourism, tourism.

1. Introdução

É globalmente conhecido o potencial de desenvolvimento económico que o turismo aporta e são igualmente conhecidos os impactes da sua atividade no ambiente natural e no entorno social das comunidades onde se desenvolve, questionando-se sobre a necessidade de ter objetivos claros na estratégia de avançar e consolidar de modo decisivo e pragmático o paradigma do turismo sustentável, como uma atividade que gera benefícios para as

comunidades locais, que promove a conservação do património natural e dos valores culturais.

São também conhecidos os impactes negativos da massificação turística ou utilização massiva das áreas turísticas, que levam à perda de valores culturais tradicionais, ao conflito social entre turistas e comunidades locais, à especulação sobre terrenos e imóveis, à descaracterização da paisagem, aumentando a poluição de água, solos, ruído e atmosfera, com alteração nos habitats da fauna, por coleta indevida de flora, de erosão, desmatização e

pisoteio indevido e excesso de meios de transporte poluentes.

Neste contexto, o destaque que continua a ser dado sobre a premência da sustentabilidade no turismo, com a consciencialização e mobilização de decisores do setor público, nas organizações e empresas e com o público em geral, para que trabalhem juntos estabelecendo mudanças positivas e determinantes na proteção dos recursos naturais, em políticas sociais eficazes, nas práticas económicas e comerciais dos agentes do setor e sobre os comportamentos dos consumidores, com uma exigência de responsabilização social e política dos nossos dias, que não pode ser perdida ou minorada, contribuirá para a valorização dos recursos endógenos, enquanto ativos estratégicos dos territórios, para a solidez da coesão social e territorial e para o desenvolvimento sustentável (Knafo, 2017).

Procurou-se discorrer com uma abordagem reflexiva, de racionalidade crítica, fora do universo da pesquisa e da análise positivista tradicional na temática do turismo, dada a predominância do seu caráter económico, numa linha de pensamento dialético nos aspetos do funcionamento do sistema turístico, considerando por um lado a interpenetração e dependência entre produção e consumo turístico sustentáveis e, por outro, o território e a perspectiva de um caminho a ser feito ao encontro de uma ética de sustentabilidade (Jovicic, 2014).

Metodologicamente, centraram-se asserções na perspetiva relacionada com a sustentabilidade pela observação direta e pela conexão de eventos, factos e conceitos (Moreira, 2006), ou seja, por onde se possa focalizar e alimentar a capacidade de pensar criticamente, para levar à produção de mais conhecimento e induzir a transformação social, com procedimentos de pesquisa determinados por um sentido de realismo crítico na revisão bibliográfica que foi efetuada.

Quando falamos de turismo sustentável¹ queremos aportar em destinos que se revejam no paradigma de um crescimento económico inclusivo e sustentável, com inclusão social e de emprego para todos, que prossiga na redução da pobreza, no uso eficiente de recursos, na proteção ambiental e no combate às mudanças climáticas, de preservação dos valores culturais, da diversidade e do património, de entendimento mútuo, paz e segurança. No entanto,

esta proclamação internacional representa também um toque de alerta sobre o que o setor das viagens e do turismo deve fazer para resolver um conjunto de problemas de ordem ambiental, social e económica que se verificam globalmente (CREST, 2017), precisando os destinos turísticos que a atividade turística esteja empenhada com uma participação efetiva e de responsabilidade social corporativa nas questões relacionadas com as áreas da conservação ambiental, do bem-estar animal, dos direitos das crianças, com a paz internacional, com a eficiência energética e a redução do desperdício de alimentos (CREST, 2018).

Assim, julgamos promover correlações de pensamento que possam contribuir para preencher e alargar o debate sobre a abordagem da sustentabilidade que interessará à gestão e ao planeamento no desenvolvimento do sistema turístico em destinos diversos, à preservação do capital natural dos territórios e ao bem-estar presente e futuro das populações.

Sem a necessidade de recorrer a métodos de análise positivista poder-se-ão reconhecer os comportamentos penalizadores e generalizados no que respeita à produção e ao consumo em turismo, observando e interpretando a forma de como este se vai organizando e racionalizando os seus objetivos, discorrendo-se neste artigo, com uma primeira parte, de forma sucinta, sobre a sustentabilidade e a sua exposição no turismo. Segue-se uma breve análise sobre a produção e o consumo turísticos, vistos como um agregado relacionado em todo o sistema funcional do turismo, a que procede um recorte do estado da arte ou da situação que encontramos em muito das componentes da oferta turística, partindo depois para uma reflexão sobre a necessidade de medir a evolução da prática turística nos destinos turísticos, no que deve ser a gestão prudente do património natural e cultural, concluindo-se sobre o que foi sendo elencado ao longo do texto, traduzindo o que se afigura de complexo ou ainda como sendo um paradigma muito distante na indústria turística e, igualmente distante, nos comportamentos individuais do visitante turístico.

2. Breve abordagem sobre sustentabilidade no turismo

Afetar a qualidade ambiental dos territórios onde se enformam os destinos turísticos tem

¹ <http://www.tourism4development2017.org/about/>. Acedido em 14-06-2019

consequências graves, que podem ser de efeitos irreversíveis, face ao uso intensivo que o turismo faz do território, nas suas diversas componentes, com uma marcada expressão espacial por políticas de ordenamento do território e de licenciamento da atividade que incidem fortemente no desenvolvimento sustentável (Lima & Careto, 2007).

Lidar com a pressão e com os fluxos turísticos nos territórios necessita de informação sobre novas e melhores formas de gerir com sustentabilidade a atividade turística, procurando a melhoria da qualidade ambiental, evitando a deterioração do património natural e da paisagem, preservar a biodiversidade e planear com eficácia a gestão dos recursos naturais através de uma gestão integrada no uso do território, o que pressupõe uma abordagem multidisciplinar, operacionalizada através de uma perspectiva sistémica e holística, como sendo essencial para compreender e explicar as características das várias dimensões e os resultados produzidos no inter-relacionamento entre turismo e o ambiente (Beni, 1999, p. 11).

Abrangendo todos os *stakeholders* do setor do turismo, com a consciencialização de que os recursos naturais são limitados e finitos, é necessário assumir consciência ambiental e a responsabilidade individual e coletiva perante a sustentabilidade do planeta, com o construto de uma comunidade ética global, com relações de partilha e de simbiose entre os seus membros, alargando essa comunidade a todas as criaturas, plantas e animais, aos solos e águas, ou seja, globalmente, ao planeta (Leopold, 1949, 2008).

Estando o setor do turismo fortemente exposto às alterações produzidas na sociedade é também aquele que melhor as reflete, pelo que formular e implementar estratégias que visem expor aos turistas a necessidade de um consumo sustentável, com abordagens no domínio dos comportamentos éticos, sobre os valores humanos e a preservação do património natural e cultural, é determinante para alterações nos comportamentos do consumidor de turismo na sua relação consigo próprio e com o ambiente que o rodeia.

Esta reflexão não pode estar desfasada dos conceitos de governança e das dimensões da sustentabilidade, com processos sociopolíticos mais interativos e reflexivos, orientados para o desenvolvimento sustentável, que incentivem a autoanálise da sociedade para avaliar e reavaliar a trajetória do desenvolvimento que temos vindo a seguir, de modo

a aumentar a capacidade de gerar mudanças sociais de longo prazo (Meadowcroft, 2007).

Na prática, é fazer estender a necessidade de uma rede de governança forte, articulada em diversas áreas de atuação, com processos de decisão participados, consensuais e responsáveis, com intervenção social equitativa, inclusiva e de transparência, que esteja presente em atores diversos, desde o Estado, instituições de pesquisa, organizações não-governamentais, empresas, proprietários e habitantes.

Uma governança capaz de ultrapassar limitações de operacionalização no terreno e as dificuldades que se colocam ao agir de forma sustentável, que promova alterações de atitude e comportamento nos padrões de consumo, pelo que a envolvimento de todos contribui ativamente para a sua coresponsabilização, levando a posturas de maior consciencialização e responsabilidade ambiental (Borges, 2007), tendo em vista o decrescimento dos excessos e dos impactes negativos do turismo e a consolidação da produção e do consumo sustentáveis.

Verifica-se necessária uma identificação clara dos obstáculos políticos para esta governança e para o desafio que é criar estados de urgência que impelem à mudança positiva. Observa-se que é muito mais atraente para os consumidores, para os negócios e para os decisores políticos, acreditarem que só precisam comprar e produzir melhores produtos, do que ter que mudar os estilos de vida; de que é fundamental produzir e consumir dentro de uma racionalidade ambiental; de que o decrescimento económico pode vir a ocorrer, promovendo-se a ideia de que reduzir o consumo não é apenas uma opção, dado que existem limites ambientais evidentes, chamando-se a atenção que uma redução nos processos económicos não é tanto um desastre quanto sugere a economia em geral (Lorek & Fuchs, 2013).

Nesta perspetiva, incentivar o uso sustentável e responsável dos recursos naturais e culturais num modelo de governança significará promover estruturas de colaboração estáveis e eficazes entre agentes públicos e privados, com estratégias *bottom-up* ativamente coordenadas, participadas e colaborativas, que reúnam e fortaleçam o setor de turismo, com hierarquias quase horizontais e que agreguem a oferta turística em *cluster* (Kernel, 2005).

3. Produção e consumos sustentáveis pela perspectiva do turismo

A análise da produção e do consumo turísticos que aqui nos interessa é vista como um agregado, não pelo lado estrito da receita ou da despesa turística em termos monetários, mas na abordagem geral de responsabilidade social que se pode relacionar com a produção e desenvolvimento compósito de produtos turísticos nas empresas, na prestação das organizações de promoção e informação turística, no fundo, em todas as componentes que se encontram no sistema funcional do turismo, tanto pelo lado da oferta como da procura turística (Cunha, 2013).

Importa uma maior reflexão pelo lado do *design* e desenvolvimento do produto ou no serviço turístico, de modo a abranger todos os setores económicos presentes direta ou implicitamente nas componentes da oferta turística, como no consumo realizado em alojamentos e restauração, em transportes, no lazer e nas diversões existentes no destino turístico e na realização de eventos diversos, tendo subjacente o entendimento da importância da análise do ciclo de vida nos processos, nos produtos e serviços adquiridos e as suas consequências diretas para o ambiente (Dutra & Gomes, 2016).

Por outro lado, será necessário comunicar com a procura turística efetiva e potencial sobre o que respeita à convergência de atitudes e comportamentos que implicam sustentabilidade (antes, durante e depois da experiência do consumo turístico), e em diversos níveis da promoção dos destinos e da oferta turística, elencando critérios de responsabilização ambiental e de consciencialização social.

Importa também induzir fortemente a racionalidade que se encontra presente na transição da economia linear para a economia circular, de maior eficiência nos gastos energéticos, de melhorar a utilização da água e de prevenir a extração dos recursos minerais, do reaproveitamento útil de materiais, do uso inteligente do plástico, de conseguir elevadas taxas de biodegradabilidade nas embalagens, da mitigação da erosão e da contaminação dos solos e aquíferos, do desperdício alimentar, do transporte dos bens, que tantas vezes não leva em conta a proximidade dos fornecedores, da redução de emissão de gases com efeito de estufa, da perda de biodiversidade, da preservação das paisagens naturais e

culturais e de prosseguir eficazmente o combate às alterações climáticas.

Para que o consumo seja sustentável é preciso inovação e processos tecnológicos que levem a uma produção mais eficiente, com técnicas e produtos mais sustentáveis, com reforço dos conceitos da sustentabilidade na educação e na formação dos profissionais nos diversos setores do turismo, da hotelaria e restauração, mas também com consumo responsável e apropriado, consumindo menos, não o desnecessário, mais racionalmente, tendo por base uma mudança de paradigma no domínio do comportamento do consumidor, na alteração de padrões de consumo com outras escolhas, diferentes estilos de vida e com conceitos de riqueza e prosperidade que não impliquem o esgotamento dos recursos naturais (Jackson, 2007).

Continuando com a ameaça presente e futura dos impactes negativos do setor turístico na sociedade e no ambiente, a previsão de aumento da sua atividade obriga a que se mantenham abertas janelas de oportunidade para corrigir rotas na insustentabilidade que nos cerca. As trajetórias de crescimento económico e de consumo estão intimamente ligadas e seguem padrões similares; as pessoas, ao dispor de mais rendimento, aumentam o seu consumo de bens e serviços (Caeiro, Ramos, & Huisin, 2012), pelo que alterar o comportamento humano e os padrões de consumo doméstico, reconhecendo o contexto em que é feito, do modo de como as rotinas e as práticas de consumo estão integradas nas estruturas sociais e culturais, são fatores determinantes e decisivos para a sustentabilidade, padrões que se verificam e que se reproduzem mais ainda no consumo turístico.

São rotinas e práticas de consumo no uso da energia e água, na produção de resíduos, no que se refere a aspetos ligados ao aquecimento, iluminação e refrigeração, às rotinas ligadas à higiene pessoal e dos objetos, ao processamento da alimentação e na preparação de refeições, no lazer e recreação, nas necessidades de comunicação, de transporte e de educação, logo uma enorme panóplia de variáveis onde se vê a necessidade de intervir em favor da sustentabilidade.

A previsão de crescimento do consumo turístico está também alinhada com esta trajetória, substancialmente nos aspetos comportamentais e de consumo material, o que aumenta mais ainda o grande desafio que se coloca à sustentabilidade do turismo, que

poderá levar a limitar ou interditar o acesso a visitantes, pelo que acolher propostas inovadoras e estratégias congruentes para a alteração de comportamentos dos consumidores turísticos, visará a redução dos impactes ambientais e promove o desenvolvimento de comportamentos e de estilos de vida sustentáveis.

Como resposta, propõe-se que o sistema funcional do turismo inicie uma forte e ampla adesão a sistemas normalizados de gestão ambiental e de gestão da responsabilidade social, o que representará vantagens significativas às organizações que neles participarem. Tal permitirá aprofundar, através de um conjunto de práticas e iniciativas, a manutenção dos requisitos e critérios de sustentabilidade, com evidências de maior credibilidade e transparência no desempenho organizacional e com compromissos de longo prazo com o desenvolvimento sustentável (Tepelus, 2005).

4. Um recorte da realidade

Nos destinos turísticos o desenvolvimento sustentável é, desde há muito tempo, uma necessidade e um imperativo, continuando sem estar amplamente implementado na oferta e responsabilmente interiorizado na procura turística, pelo que o desenvolvimento do conceito de produção limpa e de consumo sustentável tem um papel muito importante a desempenhar neste setor de atividade económica (Lee, 2001), mesmo que se verifique a existência de boas práticas de sustentabilidade em muitos dos atores presentes, a dimensão desta atividade e o seu crescimento exponencial colocam enormes desafios, estando em causa reconhecer-se que são responsáveis pela tomada de decisões que têm em vista a redução dos efeitos negativos do turismo e da manutenção da sua sustentabilidade (Budeanu, 2005).

Já em 2002, na Cimeira das Nações Unidas sobre o Desenvolvimento Sustentável - e na sequência do balanço de resultados sobre a Conferência do Rio de Janeiro de 1992 - se realçava a necessidade de abordar os objetivos do consumo sustentável, propondo-se o desenvolvimento de programas de consciencialização através da educação, de publicidade e informação ao consumidor, com a adoção de ferramentas de informação para melhoria dos comportamentos e atitudes nos consumos domésticos e a elaboração de um conjunto de programas com duração

de dez anos, que apoiassem e fortalecessem iniciativas de âmbito regional e nacional para promoção de mudanças nos padrões de consumo e produção.

Mais tarde, segundo o *The European environment – state and outlook 2010*, (SOER 2010) -*Thematic assessment - Consumption and the environment - 2012 update*, referindo o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA) com a Organização Mundial de Turismo (OMT) de 2011, considerava-se que o investimento em turismo “verde” poderia reduzir os custos de energia, água e resíduos e aumentar o valor da biodiversidade, dos ecossistemas e do património cultural, existindo, neste sentido, muitas iniciativas na Europa e no Mundo, mas considerando que o conjunto das medidas tomadas não seriam suficientemente robustas e eficazes para abordar os impactes do consumo turístico sobre o ambiente, tomando como referência o que se estava a verificar com alguns avanços conseguidos noutros setores do consumo, nomeadamente, na área alimentar e de bebidas, na habitação e no setor da mobilidade.

Esta mesma organização², relatava em 2015 que os sistemas globais de produção e consumo geram uma complexa mistura de custos e de benefícios ambientais, sociais e económicos no que respeita a meios de subsistência, significando uma grande parte do enorme peso da humanidade sobre o ambiente, representando para a gestão destes impactes um desafio fulcral numa transição que se pretende para a economia verde.

Com a mesma linha editorial, a *European Environment Agency* (EEA), na abordagem do relatório *The European environment - state and outlook 2015*, face às perspetivas de crescimento económico global e da consequente implicação na competição por recursos naturais, recomendava um esforço na adaptação dos padrões de consumo, com diversas abordagens para aliviar a pressão sobre o ambiente, já iniciado com algumas medidas estabelecidas e enquadrados politicamente no espaço da União Europeia, nomeadamente o *design* ecológico, a rotulagem energética e ecológica, a contratação pública verde e a utilização de metodologias adequadas para calcular o desempenho ambiental de produtos e de organizações, com prestação de informação a todas as partes interessadas, incluindo consumidores.

² <https://www.eea.europa.eu/soer-2015/europe/consumption>. Acedido em 10-06-2019

Sendo evidente a lenta progressão do desempenho ambiental, com a produção e o consumo como sendo os dois principais sustentáculos da economia, torná-los o mais ecológico possível é vital, se quisermos que a economia se desenvolva de modo sustentável, por uma abordagem integrada que vise a oferta e a procura turísticas. Contudo, e apesar dos esforços atuais para que esta atividade se torne sustentável, a realidade mostra que o turismo está ainda muito longe de tal desiderato.

Os impactes nefastos do turismo são perturbadores e alguns mostram-se irreversíveis, situações para as quais se devem ter respostas eficazes, em que todos os seus atores devem desempenhar papéis significativos na afetação de mudanças de posicionamento e nos comportamentos e atitudes em relação a formas de turismo mais responsáveis. A progressão de boas práticas nos empreendimentos turísticos, quer seja estabelecimentos hoteleiros, aldeamentos e apartamentos turísticos ou outros, está ainda muito aquém do desejável no que respeita à utilização eficiente da energia, da água e da gestão de resíduos.

Segundo a análise de Desempenho Ambiental do Alojamento em Portugal em 2013-2017³ considera-se que a gestão responsável dos recursos energéticos era compromisso assumido por 63% dos empreendimentos turísticos nacionais, verificando-se globalmente uma subida gradual nas quotas de adesão a esta boa prática (+4 p. p. desde 2013), seguido de um maior aumento na gestão da água em 63% das unidades hoteleiras com um aumento mais acentuado face a 2013 (+9 p. p.), com a separação dos resíduos como sendo prática habitual em 99% das unidades hoteleiras, e que nestas, 63% faziam uma gestão cuidada dos mesmos.

Desconhece-se a realidade destas práticas em outras áreas da atividade turística, nomeadamente noutras tipologias do alojamento, como por exemplo no alojamento local, que é uma parte muito significativa do consumo turístico e onde se tem verificado um crescimento exponencial ligado à oferta de viagens aéreas de baixo custo, o que tem sido um importante motor do crescimento do número de viagens e do aumento dos fluxos turísticos.

No que respeita a políticas e boas práticas de promoção e de comunicação de turismo, afigura-se como necessário manter o esforço com fluxos de

informação específica e dirigida, divulgando os valores da sustentabilidade em níveis e em escala adequada à dimensão territorial escolhida, produzindo informação sobre o impacte ambiental e social no território e sobre qual o posicionamento ético dos intervenientes, tratando-se esta informação em forma de indicadores de desempenho que, sendo desenvolvidos com significados e mensagens de valor acrescido, interessam aos cidadãos e ao sistema turístico em particular. A sua integração no planeamento de turismo e na gestão territorial contribuirá tanto para a sustentabilidade como para a estratégia geral de atratividade do destino e para a qualidade das experiências que são oferecidas, quando desenvolvidas em sinergias com outros componentes do sistema turístico e de gestão do território e dentro de uma visão holística sobre os destinos de visitação (Murphy, Pritchard, & Smith, 2000).

Apesar do reconhecimento da existência de sistemas de certificação de sustentabilidade ambiental e as vantagens oferecidas pelos selos ecológicos (*ecolabels*), estes não têm mostrado uma adesão significativa em Portugal, quer nos destinos, quer nas componentes da oferta turística, o que indicia que estamos longe de uma envolvimento significativa e necessária na questão da sustentabilidade por parte destes destinos e da sua oferta turística. Salienta-se por isto, que face ao crescimento que é previsto para as viagens e as atividades de turismo, com o aceleração da economia e o impacto que se produzirá, será importante respeitar padrões ecológicos e sociais, com qualidade e confiáveis e de conformidade verificada.

Será, por isto, importante reforçar o conhecimento em turismo com indicadores de atividade e introduzir critérios sobre a produção e consumo sustentáveis, englobando de modo sistémico a análise sobre os aspetos do consumo turístico nos seus diversos níveis, (alimentação, água, energia, resíduos, transportes), assim como dar evidências pedagógicas sobre os estilos de vida sustentáveis no consumo turístico, de promoção de educação ambiental e de cidadania, com uma maior abrangência e integração do que nos parece existir, até agora, no setor do turismo em Portugal.

³ <https://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Paginas/desempenho-ambiental-do-alojamento-em-portugal-2013-2017.aspx>. Acedido em 10-06-2019

5. Indicadores de sustentabilidade - para uma gestão racional

Refletir sobre a evolução da prática turística nos destinos turísticos, sobre o que deve ser a gestão prudente do património natural e cultural e dar relevo a práticas de fruição turística racional e responsável são indutores para um futuro de sustentabilidade.

Precisamos de mudanças nas formas de pensar e viver e, particularmente, nos modos de como se produz e consome no fenómeno turístico que, sendo questões complexas, exigem perceções de afetividade e de identificação com a Natureza, sabendo-se da finitude dos recursos naturais. Fazendo convergir as dimensões do conhecimento científico, amplamente divulgado, sobre o estado do Planeta que habitamos, conjuntamente com uma governança eficaz e participativa e de avaliação concertada e holística, para a escolha das estratégias mais acertadas, valorizando saberes diversos nos construtos necessários à melhoria da prática turística, será possível garantir e dar continuidade a processos e soluções efetivas que de uma forma pragmática alcancem os objetivos prospetivados para a sustentabilidade (Sonaglio, 2013 cit. em Pereira, 2019).

Não podemos ficar à espera que a sustentabilidade ambiental do futuro dependa das novas gerações, pelo que estimular a participação em projetos inovadores e estruturados, com processos e métodos dentro do conceito de produção e consumo sustentáveis em turismo, é uma oportunidade e um contributo desejável de todo o sistema turístico, que necessita, porém, da articulação de várias entidades, de disponibilidade de investimento, de participação das comunidades locais, de quadros legais e regulamentares que sejam favoráveis e de forte motivação e empenho nos seus intervenientes.

Observa-se a necessidade de viabilizar, sobretudo a prazo, os destinos turísticos, locais onde se desenrola o fulcro da atividade turística, considerando-se os impactos que esta atividade tem nos, no crescimento e manutenção do emprego, na contribuição para uma maior receita fiscal, nas políticas para a conservação ambiental e para a proteção do património cultural, obrigando-se a que o esforço de gestão sobre a utilização racional dos recursos naturais e culturais seja, cada vez mais, de informação colaborativa, de conhecimento coletivo e de uma prática sistemática.

No caminho para implementação de abordagens exequíveis com os objetivos de promoção de destinos com turismo sustentável, importará deter aprendizagens sobre metodologias e execução de planos de ação, nos setores público e privado, que podem ser consolidadas pela utilização de instrumentos de conhecimento específico, que aqui sinalizamos como indicadores de sustentabilidade.

A gestão e o planeamento dos destinos turísticos suportados com estes indicadores agregam grandes benefícios, claras vantagens para a sua reputação, qualidade e atratividade, não só para a sua envolvente externa e no mercado turístico, como para a realidade, permanência e bem-estar dos seus residentes, tanto para os destinos já desenvolvidos, em maturidade ou consolidados, como para aqueles em fase de exploração ou de envolvimento, no seu ciclo de vida do destino turístico. Indicadores estes, que possam repercutir a utilização responsável dos recursos naturais devido à produção de resíduos, de pressão sobre os recursos hídricos, os solos e a biodiversidade ou sobre o uso de energias limpas, que relevem vincadamente a proteção do património com a preservação da integridade natural e cultural dos destinos, que salientem a qualidade e sustentabilidade dos empregos criados, o impacto produzido nas economias locais ou a qualidade que é prestada no serviços de informação, de assistência e acolhimento aos visitantes.

O acompanhamento e a monitorização da atividade turística, estando hoje facilitados por via do desenvolvimento tecnológico e com o uso das ferramentas adequadas, pode apresentar uma imagem completa da realidade dos impactos do turismo nestes destinos, nas comunidades e no ambiente local, permitindo a recolha e o tratamento da informação necessária em questões relevante e em domínios específicos diversos.

A monitorização destes dados, registando alterações ao longo do tempo, permitirá uma gestão dos destinos de forma mais eficiente, identificando valores de referência para um desempenho mais sustentável e nas áreas onde será necessário melhorar, disponibilizando informação para tomar decisões mais racionalizadas na prevenção de riscos ambientais, mais eficazes para a definição de prioridades no planeamento de ações, para um maior apoio na adesão da população ao desenvolvimento do turismo, traduzindo-se em menores custos económicos, num acréscimo de valor por visitante turístico e no

enriquecimento das experiências turísticas oferecidas, podendo contribuir para que, ao nível da decisão de política económica, social e ambiental e no âmbito da responsabilidade social das empresas, seja evidenciada uma gestão racional dos destinos de visitação turística.

Neste enquadramento, prevê-se que a recolha de informação sobre um conjunto de questões referentes ao impacto do turismo na economia, na comunidade e no ambiente local, ajudará os destinos a desenvolver uma imagem realista sobre o que está a acontecer, contribuindo para destinos turísticos viáveis no longo prazo, no âmbito de uma economia verde e para um desígnio sustentável, o que poderá ser enquadrado com a criação de um observatório de turismo sustentável, que desenvolva uma monitorização permanente do desempenho do setor em matéria de sustentabilidade, com indicadores de comportamento ambiental, económico e social e com parâmetros comparativos para uma melhor gestão. Dito de outro modo, que venha a traduzir através de informação criteriosa para a gestão e planeamento dos destinos turísticos a sua viabilidade económica, bons níveis de prosperidade local, a qualidade e estabilidade do emprego, evidências de equidade social e de satisfação do visitante, podendo aferir-se as boas práticas de gestão ambiental do território, a gestão racional da água, a eficiência no uso da energia e adequada gestão dos resíduos, demonstrar medidas de conservação da biodiversidade, o controlo e a medição da pegada de carbono, integrando-se numa sociedade que protege o património natural e a oferta cultural e que promove o bem-estar da comunidade e o desenvolvimento local.

6. Conclusão

Concluimos considerando que alcançar o turismo sustentável é algo complexo e um desiderato que obriga ao exercício de uma abordagem transdisciplinar e holística, dado que este paradigma está ainda muito distante de ser observado nas diversas componentes do turismo, estando igualmente distante nos comportamentos individuais do visitante turístico, pelo que influenciar a mudança de conceitos e comportamentos é um caminho que urge continuar, cada vez mais, esforçadamente a trilhar.

Importa reiterar que se trata de mudar mentalidades face às relações idiossincráticas com a vida,

com a Natureza e o com Planeta onde habitamos e em conjunto com universo biótico e abiótico do qual dependemos e somos parte. Trata-se ainda, de influenciar mais e incisivamente o que poderá originar uma forte vontade política para prosseguir nesta ambição, na promoção de um rol de ações que sejam entendidas não apenas para o contexto presente, mas para as gerações vindouras.

Na observação da realidade não se pode escamotear que estamos perante momentos cruciais do desenvolvimento sustentável, pelo que qualquer destino turístico, esteja onde estiver, é sempre afetado pelos problemas ambientais e pelas questões ligadas à sustentabilidade, devendo a resolução desta problemática ser focada na identificação das principais ameaças, quer no seu estado atual, quer na abordagem sobre o futuro, e deste modo, refletir-se ativamente e colocar em prática modelos de sustentabilidade sobre a produção e o consumo na oferta turística, comunicando-se a necessidade que uma cidadania participativa deverá exigir aos governos e à responsabilidade social corporativa, ações que promovam significativas e positivas alterações no comportamento social e cultural dos viajantes.

A ciência e a sua aplicação prática, prosseguindo com a evolução tecnológica, permitem-nos dispor de instrumentos de conhecimento para tomar boas decisões, podendo colocar nas políticas públicas de turismo a educação e a consciencialização ambiental, assim como os roteiros necessários para mitigar alterações inaceitáveis e irreversíveis no ambiente natural, sem diminuir a qualidade das experiências turísticas.

Todavia, para a prevenção dos impactes negativos da atividade turística é preciso reforçar os fatores que contribuem para a sua sustentabilidade, levando à sua implementação no terreno, desde logo, com compromissos assumidos e princípios éticos aceites por todos, tanto nos domínios das instituições e empresas ligadas ao setor, como no domínio dos indivíduos enquanto turistas (Freitas & Zambam, 2015), com uma nova racionalidade produtiva e de consumo de modo sustentável, para uma escolha de viagens e estadas responsáveis, para o qual, a implementação nos destinos e nas componentes da oferta turística de sistemas que produzam informação de apoio à gestão e ao planeamento do turismo, nomeadamente os indicadores de sustentabilidade referidos, contribuirá para uma melhor aplicação prática do conceito de desenvolvimento sustentável

e para a evolução do conhecimento teórico na área do turismo.

Assim, importará dar relevo à temática da produção e do consumo sustentável em turismo, com a promoção de diálogos diversos e com dinâmicas económicas e sociais aportadas no conhecimento atual, valorizando-se o património económico, natural e sociocultural, ultrapassando fronteiras e em geografias e contextos diversos, deixando abertas janelas de oportunidade para que haja não apenas sustentabilidade, mas também prover a regeneração e as referências necessárias para passar do impacto negativo ao impacto positivo na produção e no consumo turístico.

Bibliografia

- Beni, M. (1999). Política e Estratégia do Desenvolvimento Regional: Planejamento Integrado e Sustentável do Turismo. *Turismo em Análise, São Paulo*, 10(1), 7-17.
- Borges, M. (2007). A Governança para o turismo sustentável. In H. Careto, & S. Lima (Coord.), *Turismo e Desenvolvimento Sustentável 2* (pp. 13-72). Ed: Geota.
- Budeanu, A. (2005). Impacts and responsibilities for sustainable tourism: a tour operator's perspective. *Journal of Cleaner Production* 13 (2005), 89-97.
- Caeiro, S., Ramos, T., & Huisingh, D. (2012). Procedures and criteria to develop and evaluate household sustainable consumption indicators. *Journal of Cleaner Production*, 2, 72- 91.
- CREST - Center for Responsible Travel (2017). *Trends & Statistics*. Disponível em https://www.responsibletravel.org/docs/The%20Case%20for%20Responsible%20Travel%202017_Final%20for%20Release.pdf. Consultado em 07/12/2019.
- CREST - Center for Responsible Travel (2018). *Trends & Statistics*. Disponível em https://www.responsibletravel.org/docs/The_Case_for_Responsible_Travel_2018_FINAL_FOR_WEB.pdf. Consultado em 07/12/2019.
- Cunha, L. (2013). *Introdução ao Turismo* (5ª ed.). Lisboa: Lidel.
- Dutra, R., Gamarano, C., & Gomes, A. (2016). Análise do ciclo de vida dos produtos - um estudo bibliométrico de suas vantagens e limitações no período de 2000 a 2015. *XXXVI Encontro Nacional de Engenharia de produção. João Pessoa/PB, Brasil*. Disponível em https://www.researchgate.net/publication/325606483_Analise_do_Ciclo_de_Vida_dos_Produtos_-_Um_estudo_bibliometrico_das_vantagens_e_limitacoes_no_periodo_de_2000_a_2015. Consultado em 07/12/2019.
- Freitas, F., & Zambam, N. (2015). O utilitarismo e o princípio responsabilidade para o desenvolvimento sustentável. *Revista Direito Ambiental e Sociedade*, 5(2), 28-53.
- Jackson, T. (2007). Sustainable consumption. In G. Atkinson, S. Dietz, & E. Neumayer (Ed.), *Handbook of sustainable development* (pp. 254-268). Edward Elgar Publishing.
- Jovicic, D. (2014). Key issues in the implementation of sustainable tourism. *Current Issues in Tourism*, 17(4), 297-302.
- Kernel, P. (2005). Creating and implementing a model for sustainable development in tourism enterprises. *Journal of Cleaner Production*, 13, 151-164.
- Knafou, R. (2017). Le tourisme réflexif, un nouveau fondement d'un tourisme durable. *Arbor*, 193(785), 395.
- Lee, K. (2001). Sustainable tourism destinations: the importance of cleaner production. *Journal of Cleaner Production*, 9, 313-323.
- Leopold, A. (2008). *Pensar como uma Montanha*. Águas Santas: Sempre em Pé.
- Lima, S., & Careto, H. (2007). As dinâmicas territoriais e o turismo. In H. Careto, & S. Lima (Coord.), *Turismo e Desenvolvimento Sustentável 2* (pp. 78-120). Ed: Geota.
- Lorek, S., & Fuchs, D. (2013). Strong sustainable consumption governance - precondition for a degrowth path? *Journal of Cleaner production*, 38, 36-43.
- Meadowcroft, J. (2007). Who is in Charge here? Governance for Sustainable Development in a Complex World. *Journal of Environmental Policy & Planning*, 9, 299-314.
- Moreira, M. (2006). *Mapas Conceituais e Diagramas V*. Instituto de Física, Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
- Murphy, P., Pritchard, M. P., & Smith, B. (2000). The destination product and its impact on traveller perceptions. *Tourism Management*, 21, 43-52.
- Pereira, V. (2019). Um desafio para o Ecoturismo na Região do Douro. In O. Sacramento, E. Gonçalves, & X. Pereira (Eds.), *Douro Turístico: Indagações Multidisciplinares*. Maia: ISMAI (em processo de elaboração).
- SOER (2010). *The European environment – state and outlook*. Thematic assessment - Consumption and the environment-2012 update. Disponível em <https://www.eea.europa.eu/publications/consumption-and-the-environment-2012>. Consultado em 12/06/2019.

- SOER (2015). *The European environment – state and outlook 2015*. Disponível em <https://www.eea.europa.eu/soer-2015/europe/consumption>. Consultado em 12/06/2019.
- Sonaglio, K. (2013). Transdisciplinar o turismo: Um ensaio sobre a base paradigmática making. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 11(1), 205-216.
- Tepelus, C. (2005). Aiming for sustainability in the tour operating business. *Journal of Cleaner Production*, 13, 99-107.
- UN (2010). Paving the Way to Sustainable Consumption and Production. *Marrakech Process Progress Report including Elements for a 10-Year Framework of Programmes on Sustainable Consumption and Production (SCP)*. Disponível em https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/462csd18_2010_bp4.pdf. Consultado em 10/06/2019.
- UNWTO (2017). World Tourism Organization and United Nations Development Programme (2017), *Tourism and the Sustainable Development Goals - Journey to 2030*, UNWTO, Madrid.