

5. Turismo, Sustentabilidade e Responsabilidade

<https://doi.org/10.21814/uminho.ed.206.5>

Xerardo Pereiro

UTAD e CRIA-UMinho

<https://orcid.org/0000-0002-6298-5701>

Edgar Bernardo

ISCE-Douro e CRIA-UMinho

<https://www.cienciavitae.pt/portal/E315-779E-E45E>

Fernando Manuel Rocha da Cruz

Universidade Federal do Pará, Brasil

<https://orcid.org/0000-0002-1254-5601>

Resumo

O objetivo deste capítulo é partilhar uma reflexão sobre os caminhos da sustentabilidade e da responsabilidade no turismo. E falamos em caminhos porque consideramos que conceitos como o de turismo sustentável não são termos absolutos e precisos. Têm sido manipulados e manuseados até ao ponto de servirem, hoje em dia, como discurso maquilhador para justificar projetos, práticas, produtos e políticas que no fundo não são sustentáveis, nem responsáveis. É a partir desta perspetiva e olhar crítico que construímos um texto que apresenta o desenvolvimento de um turismo etiquetado como “responsável” e preocupado com a mitigação dos efeitos negativos do turismo. O texto enquadra, inicialmente, a responsabilidade enquanto questão filosófica e antropológica, para em seguida abordar a relação entre turismo e desenvolvimento no quadro do surgimento do turismo sustentável e, logo, responsável. As epistemologias, teorias e metodologias de construção de um turismo mais responsável serão apresentadas e debatidas no texto que se segue. Apesar da existente visão *lobista* e romântica do turismo, o nosso contributo poderá ser útil para refletir sobre o turismo como instrumento de construção de um mundo melhor para todos.

5.1. Introdução: o turismo como ideologia

O turismo, tal como afirmam autores como o filósofo Yves Michaud (2005), não é per se bom ou mau, mas uma realidade com a qual convivemos e que precisamos de aprender a gerir desde as diversidades social, cultural, ambiental e económica do mundo. O turismo é um fator de mudança e um dos setores económicos legais mais importantes no mundo. É também uma forma de comunicação, um espaço de debate e confronto entre modos de pensar e construir a vida e o mundo, para além de servir de contexto no qual damos sentido ao mundo (Yanes Torrado e Travé Molero, 2020).

Nesta linha de pensamento, Reinaldo Dias fala em “Ideologia do turismo”, para definir o discurso iniciado nos anos 1960, que definia o turismo como gerador de riqueza, via de comunicação cultural, conservador de património cultural e gerador de mudanças sociais positivas, deixando de lado os problemas e efeitos económicos, ambientais e socioculturais negativos (Dias, 2004, p. 85). Desde esta perspetiva, que interpreta o turismo como um sistema de ideias, encontramos diferentes modos ontológicos e epistemológicos de pensar o turismo:

- a) A ontologia neoliberal pensa o turismo de forma mercadotécnica, ou seja, tudo é passível de se converter em produto turístico, bastando para isso fazer uma boa apresentação e relacioná-lo com os gostos da época e da sociedade para, dessa forma, aumentar o número de clientes e recuperar o investimento. Ela rege a numerologia e os construtos estatísticos de medição da atividade.
- b) A ontologia antropológico-social, muito bem definida por Antonio Miguel Nogués Pedregal (citado por Yanes Torrado e Travé Molero, 2020), que interpreta o turismo da seguinte forma:
 - O turismo como campo de relações de poder (estratégias de poder, distribuição desigual de capitais financeiros, simbólicos, sociais...);
 - O turismo como contexto (espaço-tempo) de mediação internacional das relações de trabalho;
 - O turismo como construtor de sentidos e significados de vida;
 - O turismo como construtor de imaginários globais que ordenam e organizam o mundo;

- O turismo como desejo de viajar a outros lugares, a partir dos instrumentos para satisfazer esse desejo - transporte, alojamento, alimentação e ócio;
- O turismo como modo de moldar paisagens e converter lugares em lugares turísticos;
- O turismo como sistema moral e simbólico;
- O turismo como um modelo de desenvolvimento, desde a década de 1960;
- O turismo atual como um modo de produção insustentável;
- O turismo como expressão de práticas sociais comuns, mas com modalidades e efeitos diversos;
- O turismo como tendo como principal inimigo a insegurança;
- O turismo como fenómeno com uma natureza poliédrica e uma grande capacidade de camuflagem;
- O turismo como criação perfeita do sistema de valores capitalista;
- A indústria turística como atividade utilizadora de técnicas de sedução para atrair os visitantes de acordo com o seu sistema de valores e, dessa forma, saírem das suas rotinas quotidianas;
- O turismo como retiro utópico de liberdade e abundância;
- O turismo como fenómeno social que deve ser abordado desde as condições de existência social, o qual apresenta diferentes modalidades, diversidade e não se limita a uma única realidade;
- O turismo como criador de marcos de referência identitários.

Dito de uma forma sumária, o turismo é um diaforotropismo (movimento estimulado pela atração do distinto, do diferente) (Nogués Pedregal, 2020), e para melhor estudar e investigar este, precisamos de abordagens qualitativas, ou noutras palavras:

“Lo que quiero decir, y quiero que se me entienda bien, es que realizar estudios y escribir artículos con metodologías científicas de naturaleza cuantitativa es fácil y rápido. Fácil, porque la reducción

a números de lo que ocurre en la realidad es siempre una posición epistemológica y metodológica más cómoda que andar con cuestiones sobre percepciones, significados, entendimientos y subjetividades varias. Y rápido, porque existen paquetes informáticos que procesan inabordables cantidades de datos en un tiempo relativamente corto; desde luego, en un tiempo inmensamente más corto que el que le llevaría a cualquier equipo humano, si es que acaso pudiese hacerlo" (Antonio Miguel Nogues Pedregal, citado por Yanes Torrado e Trave Molero, 2020, p. 195).

Na era das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação e, em particular, da Inteligência Artificial, não necessitamos apenas de mais informação, mas de compreender qualitativamente toda essa informação para sabermos o que acontece no mundo, assim como a natureza da sua realidade. Para além disso, carecemos de compreender quais são os instrumentos simbólicos que constroem imaginários sociais que invisibilizam a insustentabilidade de determinados modelos de desenvolvimento turístico claramente depredadores e exploradores. Um exemplo retirado de um trabalho de Alicia Fuentes Veja, que tem em atenção as problemáticas representações sociais e, afinal, identitárias, evidencia esta reflexão:

"En su conocido estudio sobre 'The people of tourist brochures' ('La gente en los folletos turísticos') el sociólogo Graham Dann (1996) observó que rara vez anfitriones e invitados eran representados compartiendo el mismo espacio. En su análisis autóctonos y turistas se encontraban físicamente cerca sólo en las ubicaciones de consumo del turista como el restaurante, el hotel o el *night-club*. Esto implica que en los casos donde turistas y autóctonos compartían el espacio visual, se representaba siempre al turista como consumidor mientras que el autóctono desempeñaba dos posibles papeles, ambos en posición subalterna: el de sirviente o el de objeto de observación folclórica" (Fuentes Vega, 2017).

5.2. Epistemologias pró-turismo

Tourism cannot be explained unless we understand man, the human being (Przeclawski, 1996).

A globalização trouxe com ela uma promessa de progresso, bem-estar e responsabilidade (Buades, 2009). É uma promessa universal milenarista,

messiânica e neoliberal, que serviu para canalizar incertezas e angústias e que se assentou nos acordos de Bretton Woods (1970) sobre comércio internacional, e que estabeleceram uma nova ordem económica mundial sob o regime do dólar estado-unidense e a hegemonia do capitalismo financeiro transnacional. Nesse quadro geopolítico mundial, o papel que foi dado ao turismo foi o de instrumento globalizador, convertendo assim o mundo numa mercadoria (Buades, 2009). O resultado foi que o turismo internacional triunfou logo após a segunda guerra mundial e o planeta turistificou-se. O turismo foi e é o cavalo de Troia do capitalismo (Buades, 2009), e nem sempre teve efeitos positivos sobre o planeta.

O turismo é um fenómeno, um ato e um processo social complexo em que são essenciais a mobilidade espacial e a mudança de rotinas. Hoje em dia, a turistificação do mundo é uma realidade bem palpável e assinalável. Assim, o turismo é uma forma de vida humana que materializa diversos valores, não apenas como forma de ocupar o tempo de lazer mas, também, como forma de aprendizagem e de experiência do mundo (Przeclawski, 1996).

O turismo tem funções sociais e consequências diversas que dependem da relação entre visitantes, mediadores e visitados. Porém, a sua epistemologia dominante é neofuncionalista e neoestruturalista, que apoia um discurso oficial, *lobista*, economicista e produtivista. Esta epistemologia tem como fim impulsivar e conservar o desenvolvimento do turismo na sua atual situação de insustentabilidade, manter o estatuto dos decisores e detentores do poder económico, político e ideológico, e também inibir a reflexão crítica. Face a essa epistemologia produtivista, também existe uma epistemologia crítica do turismo (cf. Castillo Nechar, 2011) que mostra as injustiças, as contradições e as desigualdades.

Segundo o investigador mexicano Marcelino Castillo Nechar (2011), a academia do turismo (ex., a Aiest - Academia Internacional de Especialistas Científicos em Turismo -, desde 1941) e a ciência ao serviço do turismo deram legitimidade e científicidade às políticas do turismo. Isto serviu para que a OMT (Organização Mundial do Turismo) justificasse o turismo como instrumento de paz, segurança, prosperidade económica, educação e cultura. Mas a Aiest seguiu duas linhas diferentes:

1. A económico-empresarial e administrativa do turismo;
2. A sociológica (aspetos humanistas, de alienação e conflito no turismo).

Nos anos 1970, nasce uma visão mercadológica do turismo, procedente do Marketing, enquanto nos anos 1990 a consciência ambiental e a mudança climática provocaram a aparição de uma visão sustentável do turismo. Contudo, mais do que uma visão simplesmente descritiva e quantificadora do turismo, necessitamos de uma análise filosófica e reflexiva crítica que foque os significados do turismo enquanto fenómeno social complexo que nem sempre tem efeitos positivos. Nesta linha, a teoria crítica do turismo possui as suas bases filosóficas em Horkheimer e Adorno, que afirmam que é imprescindível conhecer o contexto sociopolítico e económico da investigação científica, as suas regras e normas (Horkheimer e Adorno, 2009). Criticar é denunciar, mas não só. É, também, uma atitude para discernir, julgar e valorar as qualidades das coisas, e é, igualmente, uma argumentação ponderada que dá sentido e significado a algo.

A epistemologia é um ramo da Filosofia que estuda o conhecimento e o modo como produzimos conhecimento. Ela analisa a validade e fiabilidade desse conhecimento em função de um ideal ou um modelo, o uso de conceitos e os seus limites como campo do saber. Trata-se de um discurso sobre a ciência que usa a lógica, a razão e a inteligência para analisar como se constrói a verdade. A epistemologia positivista pró-turismo domina o campo do turismo, e deixa de fora a dimensão histórica, social e humanista do fenómeno complexo chamado turismo.

As epistemologias pró-turismo defendem um sistema de ideias que moralizem o turismo enquanto atividade considerada sempre como positiva ou de efeitos positivos, tanto para visitantes como para visitados. Estas apresentam, em nosso entender, um problema de miopia intelectual, não sendo capazes ou não querendo ver e analisar ponderadamente a relatividade e o relativismo dos efeitos do turismo e da sua avaliação subjetiva e discursiva (sempre cheia de interesses e valores em inter-relação).

5.3. Epistemologias anti-turismo

Em meados do século XX, o antropólogo Lévi-Strauss manifestou que odiava viajar:

“Odeio as viagens e os exploradores. E aqui estou eu disposto a relatar as minhas expedições. Mas quanto tempo para me decidir! Quinze anos passaram desde a data em que deixei o Brasil pela última vez e, durante todos esses anos, muitas vezes acalentei o projeto de começar este livro; a cada vez, era detido por uma espécie de vergonha

e de repulsa, pois será mesmo necessário contar minuciosamente tantos pormenores insípidos, tantos acontecimentos insignificantes? Não há lugar para a aventura na profissão de etnógrafo; só serve para escravizá-lo, exercendo, na eficácia do trabalho, a pressão das semanas e dos meses perdidos no percurso, das horas ociosas gastas com o informante esquivo; o peso da fome, do cansaço, por vezes da doença; e, permanentemente, a opressão desses mil pequenos serviços que consomem os dias em pura perda, reduzindo a vida perigosa no coração da floresta virgem a uma imitação do serviço militar ... O fato de serem necessários tantos esforços e despesas inúteis para se atingir o objeto dos nossos estudos não confere qualquer valor àquilo que pode ser considerado como o aspecto negativo da nossa profissão. As verdades que vamos procurar tão longe só têm valor quando te libertas dessa ganga" (Levi Strauss, 1993, pp.11-12).

É esta uma das primeiras expressões eruditas antiturísticas da segunda metade do século XX. E entre as primeiras epistemologias críticas do turismo, na década de 1990, se destacam as de Caren Kaplan (1996). Ela foi uma das intelectuais que, já nos anos 1990, criticou as metáforas místicas da viagem turística. Segundo ela, símbolos e metáforas das viagens obscurecem as diferenças de poder entre nacionalidades, classes, géneros e etnias. Igualmente criticou a teoria da localização como forma de política identitária essencialista que encerra os seres humanos em territórios bem delimitados.

No século XXI, o sociólogo francês Rodolphe Christin publicou o que ele chamou de "manual do antiturismo" (Christin, 2018), na linha crítica do turismo, que outros autores, como Jean Didier-Urbain, defenderam no século XX e XXI¹. No prólogo da edição espanhola do livro, Anna Argemi diz-nos que este é um pensamento contracorrente, o que é bem certo. De fato, o antiturismo leva associada a redução do consumo num planeta finito. O turismo, diz Anna, é um consumo que abusa da natureza e da sociedade humana, até ao ponto de falar em "mundofagia turística", desastre turístico e escapismo. A alternativa, afirma esta autora, é recuperar o contacto com o

1 Ver, entre outros:

Becker, E. (2013). *Overbooked: The Exploding Business of Travel and Tourism*. Simon and Schuster Paperbacks.

Fernandez Miranda, R. & e Ruiz Rubio, R. (2010). *Políticas publicas, benefícios privados*. Foro Turismo Responsable.

Gatti, D. (Ed.) (2011). *America Latina: La depredacion social y ambiental de las multinacionales hoteleras*. UITA-Alba Sud.

vizinho e a bicicleta, recuperando assim a proximidade em vez das viagens de longa distância.

No prefácio do mesmo livro, Rodolphe Christin (2018), assinala que o crescimento exponencial do turismo em zonas urbanas, como Barcelona, Veneza ou Dubronik, levou os seus habitantes a sair da cidade na procura de um ritmo calmo e um custo de vida razoável. Também aponta que o turismo converte em circo a vida quotidiana para um turista que não quer problemas. E no capítulo primeiro explica o que entende por “mundofagia turística”, resultado da conquista das férias pagas e a criação da era do ócio e do tempo livre, na qual o mantra principal é que o turismo é educação, economia e descoberta do mundo. A consequência disto foi a democratização da viagem turística e o abuso turístico da natureza e da sociedade humana, a opressão do espírito, a hospitalidade mercantilizada e a conversão das paisagens em cenários. O turista é visto por este autor, de forma generalizada e abstrata, como um devorador, um vampiro da diversidade, um poluidor.

E havendo como há “apóstolos do turismo” por todo o lado, criticar o turismo é um grande atrevimento e é preciso ter coragem para o questionar. O certo é que a moralização do turismo é muito evidenciada nos seus discursos e práticas e, por isso, ligada a um certo paternalismo. Um exemplo é o turismo ético e responsável, que segundo Christin (2018) só serve para acalmar a má consciência e marcar uma diferenciação de estatuto no turista, convertendo o turismo num esnobismo superficial e absurdo. O turismo só banaliza a peregrinação e o turista não é um viajero, recuperando assim a velha dicotomia segundo a qual o turismo segue um caminho fechado, gera economia e exploração, e a viagem é uma senda aberta, aprendizagem, filosofia e indagação.

O turismo mostra o triunfo do capitalismo, diz-nos Christin (2018), e o turista é um consumidor que experimenta a comercialização de um problema e a estereotipização do outro. Mas, diferentemente do turista, o viajante vive a autonomia, olha à volta, desenvolve uma cultura de viagem e vai ao encontro de outras pessoas viajantes e lugares, voluntariamente. Porém, sendo difícil manter essa dicotomia com uma oposição absoluta, o autor também admite que por vezes há viagens no turismo e turismo nas viagens, numa interseção mais habitual do que possa parecer.

Na continuação, vejamos alguns exemplos críticos que mostram e evidenciam alguns problemas de insustentabilidade do desenvolvimento do turismo:

- a) O primeiro exemplo é o que acontece cada verão europeu na freguesia galega de Hio (município de Cangas do Morraço, Galiza). Numa reportagem da TVG (televisão pública da Galiza), de 19 de agosto de 2024, informava-se do protesto dos vizinhos pelo excesso de visitantes nas suas praias. As praias nesta zona das Rias Baixas são públicas e os lugares de estacionamento (designados localmente como “leirapark”) são insuficientes para satisfazer a procura. A consequência é que os carros são estacionados em lugares que trancam as portas das casas dos habitantes locais, e, além do mais, não respeitam os peões. Os vizinhos queixam-se do que consideram “turismo incívico”, mas não contra o turismo.
- b) O segundo exemplo é a invasão de visitantes que sofre a aldeia de Sistelo (Arcos de Valdevez, Portugal). Considerada pelos media como o “Tibete” de Portugal, tem 270 habitantes e passam por ela os famosos passadiços do rio Vez. Foi declarada como monumento nacional em 2017, na categoria de paisagem cultural evolutiva viva, uma paisagem de socalcos nas proximidades do Parque Nacional da Peneda-Gerês. Além do mais, foi considerada uma das “7 Maravilhas de Portugal” e faz parte de uma “Reserva da Biosfera UNESCO”. Os habitantes locais mais velhos - cerca de dois terços da população tem mais de 60 anos - começam a estar fartos do que consideram ser o excesso de visitantes (ver: <https://zap.aeiou.pt/invasao-turistas-aldeia-sistelo-201117>). Visitantes estes que acabaram com o sossego e a pacatez da aldeia e que deixam lixo, carros mal-estacionados, excesso de barulho, algum dinheiro na tasquinha e no novo restaurante sito na casa paroquial. O considerado localmente por alguns como “um pesadelo”, converte a aldeia e os seus habitantes em objetos *instagramáveis* para a foto... Mas os mais jovens consideram esta uma oportunidade para viver do turismo e, por isso, ampliaram a ecovia do rio Vez, abriram um restaurante e construíram um centro de receção de visitantes na Casa do Castelo, de forma a melhor interpretar a paisagem (ex., eira com 31 espigueiros; ver: <https://www.publico.pt/2018/05/01/fugas/noticia/sistelo-a-aldeia-monumento-vive-dias-agitados-com-a-invasao-de-turistas-1815952>).

5.4. Para uma análise crítica do turismo: do conceito de turismo sustentável ao de turismo responsável

O objetivo desta seção do texto é apresentar a transição entre turismo sustentável e responsável, mostrar as críticas ao conceito e práticas “greenwashing” de algum turismo sustentável, e entender o que é o turismo responsável e a responsabilidade no turismo. Vivemos hoje numa nova era de responsabilidade (Cheer et al., 2021), de interconetividade humana e maior consciência das nossas responsabilidades. Mas, nesta nova era, que alguns denominam como “Antropoceno” (Haraway, 2016), utiliza-se o discurso da sustentabilidade e do sustentável como estratégia de “greenwashing” em projetos que são pouco sustentáveis. Algumas reações sociais enquadram-se numa crítica radical do consumismo, na rejeição do capitalismo como modo de produção e nas urgências ecológicas e sociais dos nossos tempos de mudança climática.

O conceito de turismo sustentável é o resultado de um longo processo de debate iniciado nos anos 1980 e com marcos assinaláveis como a Agenda 21 para o turismo da OMT (Organização Mundial do Turismo)². Os eixos da sustentabilidade turística são bem conhecidos: o económico, o ecológico, o social e o cultural. O antigo chefe de desenvolvimento sustentável da OMT, Eugenio Yunís Ahués, referiu seis pontos-chave no conceito e sua aplicação (cf. Dias, 2004):

1. Uma política para o crescimento do turismo regulamentado e coordenado;
2. Participação local;
3. Que o turismo seja parte de um desenvolvimento global;
4. Técnicas de avaliação do impacte ambiental e evitar custos negativos do turismo;
5. Preocupação com o ambiente, a cultura local e os residentes;
6. Limites de crescimento do turismo - capacidade de carga (física, psicológica, social, económica, institucional), planeamento territorial,

² Agenda 21 para as viagens e o turismo (1992). Ver: <https://www.gee.gov.pt/pt/documentos/estudos-e-seminarios/historico/documentos-de-trabalho/5224-agenda-21-para-a-industria-de-viagens-e-turismo-anexo-ao-dt-45/file>

medidas face à saturação (ex., aumento da capacidade de carga do local, limitação do número de visitantes, dispersão da pressão turística).

A maioria das definições académicas e técnicas do conceito de turismo sustentável, referem-se à sustentabilidade ecológica (que o turismo não cause danos irreversíveis no ambiente e nos ecossistemas), sustentabilidade social (capacidade de uma comunidade de aceitar o turismo), sustentabilidade cultural (respeito pela diversidade e diferença cultural), sustentabilidade económica (viabilidade económico-financeira dos projetos). Desse modo, o turismo sustentável nasce como alternativa ao turismo predador e extrativista³.

Já nos finais dos anos 1980, Jost Krippendorf questionou que se reduzisse o turismo à cultura do viajante e à metodologia dos destinos prediletos. Ele criticou a desumanização do quotidiano e o anti-quotidiano (ex., turismo) por serem uma armadilha, e apresentou 23 teses para a humanização do turismo. O seu livro não é um panfleto anti-indústria turística e reconhece a necessidade do lazer e do turismo para a reconstituição do ser humano, mas de uma forma sustentável e responsável. O problema deste conceito de turismo sustentável é o seu uso institucional impreciso, retórico e falsamente terapêutico. Isto é, há uma espécie de convencimento sobre a função terapêutica do turismo sustentável. Além do mais, o próprio conceito encerra uma potencial contradição, que é a ideia de que um crescimento ilimitado do turismo é possível se lhe colocarmos o adjetivo de sustentável. Esta palavra “mágica” ou novo mantra serviu e serve ainda hoje para legitimar e dar brilho a determinadas políticas e práticas do turismo, ainda que não precisamente ecológicas e sustentáveis (Krippendorf, 1984 e 2003).

Na mesma linha de pensamento, Richard Butler criticou o conceito de turismo sustentável (Butler, 1999), por ser impreciso, por juntar duas definições em conflito, e por confundir o turismo sustentável com produto e não entender este como o desenvolvimento do turismo, segundo os princípios do desenvolvimento sustentável. De acordo com este autor, há uma confusão na prática com capacidade de carga, com o controlo do desenvolvimento turístico e com o facto de ser diferente face ao turismo de massas. Ele representa um conceito convertido numa forma de ideologia, um conceito

³ Ver: 1995: Carta mundial de turismo sustentável. Ver: <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/11/Carta-del-Turismo-Sostenible-Lanzarote-Espan%C3%ADa-1995.pdf>
2015: Revisão da carta mundial de turismo sustentável. Ver: <https://www.biosphereturism.com/es/carta-mundialde-turismo-sostenible-20/25>

político e filosófico de um processo e um produto cujo adjetivo se propõe manter, prolongar e durar, ainda que seja negativo ou mau. Não há turismo sem efeitos e conceitos como o de turismo de natureza, turismo verde, turismo de pequena escala ou turismo alternativo não são automaticamente sustentáveis. Mas podem ser de localização sensível ou acumular efeitos negativos, diz-nos este autor (Butler, 1999) detentor de grande prestígio nos estudos turísticos. Além do mais, questiona-se como a componente humana é igualmente importante em comparação com o foco ambiental. Em jeito de sumário, o turismo sustentável é uma versão nova do conceito de conservação, com um novo rosto que apresenta uma diversidade de interpretações entre os diferentes agentes sociais, sintetizadas no quadro abaixo.

Indústria Turística	Que o desenvolvimento é adequado (marketing e competência de destinos)
Conservacionistas	Princípios de conservação aplicados ao turismo
Ambientalistas	Justificação para a preservação de meios ambientes significativos
Políticos	Oportunidade para utilizar palavras bonitas mais do que desenvolver ações
Turistas	Oportunidade para sentir-se bem com desfrute e com a consciência tranquila de que a sua prática turística é sustentável.

Fonte: Butler, 1999, p. 11.

Outra crítica do turismo sustentável realizada mais recentemente e de modo certeiro é feita por Hollenhorst et al. (2014, p. 306):

“Tourism hides its unsustainability behind a mask that is all the more beguiling because it appears so sustainable. We too easily imagine that tourism as the embodiment of sustainability, when in reality it may represent unrealized hopes and desires for the world we want to live in, the environments we want to inhabit, and economy we want to participate in. We therefore presume that tourism can be a solution, without facing the fact that tourism itself is a substantial part of the problem”.

No fundo destas e de outras críticas, o número de turistas cria mudanças em infraestruturas e paisagens e afirma a necessidade de definir certos limites face ao que alguns autores chamam de irresponsabilidade

do consumismo (Cheer et al., 2021). Também é certo que os números não são uma medida sempre satisfatória dos efeitos do turismo, mas ultrapassar estes pode ter consequências indesejáveis e insustentáveis. É por isso que a literatura científica recomenda que em todo projeto turístico sejam tidos em atenção os riscos de redução do capital natural dos destinos turísticos e os potenciais efeitos negativos destes.

E se questionamos a viragem do conceito de turismo sustentável para o de turismo responsável, temos que viajar até finais dos anos 1980. Numa conferência da *International Academy for the Study of Tourism* (AIST), celebrada em Zakopane (Polónia), em 1989, e noutro seminário da OMT que teve lugar na Argélia, também em 1989, os académicos começaram a preferir o termo turismo responsável em vez de turismo alternativo (cf. Smith e Eadington, 1992).

Talvez o momento decisivo para esta viragem tenha sido a conferência realizada na cidade do Cabo em 2002, *Responsible Tourism in Destinations Conference*, que procurou pela primeira vez definir o conceito cruzando ideias de sustentabilidade com o de envolvimento das comunidades locais dos destinos. O turismo responsável brota então da necessidade de dispersar o peso da responsabilidade da atividade além das instituições públicas e do setor privado, abarcando outros intervenientes.

Trata-se de um termo que acabaria por substituir o de turismo sustentável com o passar do tempo. Vejamos um indicador revelador⁴:

	Turismo sustentável	Turismo responsável
Inglês	863 476	738 999
Espanhol	63 704	54 094
Português	19 409	18 405

Fonte: Biblioteca *online* de Portugal, 02-04-2025; ver: <https://www.b-on.pt/>

⁴ Cf. Revista "Progress in Responsible Tourism" (editado por Harold Goodwin e Xavier Font) (2011-2016). Ver: <https://haroldgoodwin.info/publications/progress-in-responsible-tourism/> Revista "Journal of Responsible Tourism Management" (2021- ...). Ver: <https://jrtm.org/> Published by Sarawak Research Society, supported by Ministry of Tourism, Creative Industry and Performing Arts (MTCP) Sarawak, Responsible Borneo (REBORN), UCSI University (Faculty of Hospitality and Tourism Management), and Regional Centre of Expertise (RCE) Kuching. Ver também: entrevista com Joan Buades "La responsabilidad social corporativa en el sector turístico" (12'): <https://www.youtube.com/watch?v=Rt8U2KS0uIA>

Nos primeiros anos do seu uso alargado, o conceito de turismo responsável foi sobretudo usado em quatro sentidos (Bramwell et al., 2008):

- a) Investigações focadas no consumo ou na produção do turismo responsável e dos seus valores éticos, atitudes e comportamentos. Exemplo: estudos de consumidores ecológicos como agentes de mudança, responsabilidade social corporativa;
- b) Tipos de relações entre agentes sociais - consumidor-produtor, turismo-comunidade local, trabalhadores-empregadores. Exemplo: códigos de conduta para guiar mais responsávelmente os encontros turísticos;
- c) Responsabilidade moral individual ou coletiva e as suas respostas. Exemplo: valores, atitudes, movimentos sociais...
- d) Princípios políticos do turismo responsável, melhorias do turismo em escalas pequenas e dentro de uma sociedade capitalista; críticas radicais e desafios societais; críticas do ecoturismo como parte da expansão do neoliberalismo e da mercantilização da natureza; posições reformistas/radicais; desigualdades e justiça social no turismo.

Mas o turismo responsável também pode ser entendido de uma forma mais processual (Gascón, 2011), como: a) a tomada e consciência dos agentes turísticos de acordo com os critérios de conservação ambiental e justiça social; b) a crítica da maquilhagem e propaganda do modelo turístico dominante para ocultar a depredação ambiental, a exploração laboral e as comunidades receptoras; c) movimento social de procura de modelos mais sustentáveis adaptados a cada destino, e denunciando os efeitos negativos do turismo, ao mesmo tempo que se solidarizam com os afetados e dão visibilidade aos conflitos.

Harold Goodwin (cf. <http://haroldgoodwin.info/rt.html>), um dos grandes defensores e pensadores sobre turismo responsável, afirma que o turismo responsável é:

1. Reivindicar a responsabilidade de todos na criação de modelos turísticos sustentáveis;
2. O turismo responsável representa uma consciencialização dos agentes turísticos e dos turistas sobre a necessidade de articular critérios de conservação ambiental com justiça social, viabilidade económica e direitos culturais;

3. O turismo responsável é entendido como uma resposta ao desafio económico, social e ambiental de desenvolvimento sustentável, produzindo e praticando um turismo melhor e diferente. Para isso é necessário indicar os efeitos negativos do turismo, sublinhar os positivos e reduzir os negativos.

Todavia, um fenómeno mundial acabaria por forçar um alargamento do conceito e a sua aplicação nos discursos oficiais dos órgãos e instituições públicas. Referimo-nos naturalmente à pandemia COVID-19. Tremblay-huet e Lapointe (2021) mencionam a reapropriação do turismo responsável no discurso institucional dominante pela UNWTO (Nações Unidas - Organização Mundial do Turismo), de forma a incluir considerações sanitárias após o surgimento da COVID-19, especificamente a partir de 31 de janeiro de 2020. Esta reapropriação foi reforçada pelo Comité Mundial da Ética em Turismo (WCTE), em 2020, quando este determinou a importância do “princípio ético” na aplicação de medidas de saúde públicas no turismo. Um novo “mantra” (Mondal e Samaddar, 2021) que desde logo foi reconhecido como uma resposta concertada em tempos de crise (Ting et al., 2020).

Esta importância é entendida pelos autores como uma estratégia para a rápida recuperação da atividade turística após a pandemia: “This involves responsible tourism that is discursively transformed towards a sanitary core, immunizing the bodies and the destinations to support economy” (Tremblay-huet e Lapointe, 2021, p. 257).

No seguimento do padrão conceitual do turismo responsável, uma nova revisão do conceito foi feita em 2021; define que:

“Responsible tourism is related to but distinct from sustainable tourism in that it focuses on what individuals, organisations and governments do to maximise the positive economic, social and environmental impacts of tourism. It is about determining and prioritising the important issues locally and addressing those purposefully and collectively. It is also about stakeholders working together to create value and develop a better future.” (Journal Aims of Journal of Responsible Tourism Management - ver: <https://jrtm.org/>).

Definição esta que vai ao encontro das tendências de pesquisa do conceito e da sua relação embrionária com o de turismo responsável. A revisão bibliométrica de Mihalic et al. (2021) encontrou dez *clusters* na análise às citações em torno do turismo responsável e sustentável que corroboram estas tendências. Os *clusters* definidos foram: abordagem política, perspetiva

regional, indicadora chave, gestão de turismo responsável, responsabilidade social corporativa, convergência de turismo sustentável massificado, pesquisa sobre turismo responsável, percepção dos residentes, mobilidade em turismo sustentável, objetivos do desenvolvimento sustentável.

Dhama e Anil (2024), numa análise semelhante, estabeleceram a existência de 5 grandes temas de análise: a relação entre sustentabilidade e turismo responsável, práticas de turismo responsável pelo mundo, a relação entre turismo responsável e práticas e comportamentos, determinação e medida de sustentabilidade, e análises críticas e filosóficas (teóricas). Estas análise de revisão bibliométrica estabelecem a existência de grandes temas dominantes, mas também que a investigação se tem focado em estudos de caso ou em diferentes aspectos do turismo responsável sem uma articulação ou análise holística às diferentes variáveis em jogo.

Se é claro que o surgimento do turismo responsável é um resultado direto do desenvolvimento da investigação em torno do turismo sustentável (Mihalic et al., 2021), e que se diferencia pelo foco nos comportamentos individuais, atitudes e ações do turista (Saarinen, 2021; Ting et al., 2020), em particular na sua relação entre atitudes e ética de consumo e produção, um “marketing-driven ethos” centrado no consumidor (Saarinen, 2021: 8), não devemos ignorar que existe uma mudança gradual de estudos centrados na política turística para uma política turística para a sustentabilidade (Rafi et al., 2024), o que demonstra a contínua apropriação dos conceitos pelas instituições.

É também mais um exemplo de como a sua indefinição ou aplicação fluída permite uma aplicação manipulável, ideal para uma instrumentalização política e para o discurso neoliberal de crescimento ilimitado. Se é verdade que sem mercado não existe turismo responsável, também sem regulação não existe turismo sustentável (Saarinen, 2021).

E mais além da discussão conceitual e académica, e também dentro dela, consideramos que o turismo responsável está a seguir o mesmo caminho de deturpação e descaracterização por parte de alguns projetos, organizações e instituições. Estes encontram nele uma nova máscara para continuar a vender e diferenciar produtos e experiências turísticas. E igualmente para acalmar as preocupações, cada vez maiores, dos turistas em relação às suas experiências de consumo turístico. Este temor e constatação, nalguns casos, leva a que muitos abandonem também o conceito, substituindo-o pelos de turismo inclusivo, turismo ético e turismo regenerativo.

5.5. (In)conclusões

Bernardo e Pereiro (2020) já haviam sugerido que o turismo responsável é uma proposta que se deve centrar na articulação destes dois vértices com o pilar da sustentabilidade. Mondal e Samaddar (2021), inclusivamente, sugerem um modelo estrutural que indica que o turismo responsável é um intermediário fundamental para o sucesso do turismo sustentável, e o turismo responsável assenta em práticas sustentáveis de todos os intervenientes (Sunkar et al., 2023). Quer dizer, o turismo responsável deve ser entendido como um processo fluído que dialoga com os princípios do turismo sustentável, a responsabilização do mercado e o comportamento do consumidor (sustainability-accountability-behavior). Esta dinâmica assume que uma mudança gradual no turismo é viável e possível se todos os intervenientes participarem (Mondal and Samaddar, 2020): “*In a very simplistic way, responsible tourism is a vehicle for sustainability driven in a shared way by all its stakeholders*” (Bernardo e Pereiro, 2020, p. 36).

O turismo responsável pode até ter emergido de uma tentativa de redistribuir responsabilidades da atividade turística por todos os intervenientes (comunidades, consumidores, empresas e instituições públicas), mas esta proposta dificilmente resultará em prática enquanto continuar a perdurar a apropriação dos conceitos por parte das instituições públicas em função de objetivos exclusivamente políticos e económicos.

Hoje em dia, o sistema de produção industrial capitalista e a modernidade ideológica associada afastaram-nos da natureza e degradaram o ambiente, e as reações sociais críticas com os abusos e as desigualdades constituem uma revolução a caminho da criação de novos mundos e novas possibilidades de relação com a natureza, parte do nosso modo de viver e da nossa diversidade cultural. E, no campo do turismo, a transformação face a viagens turísticas mais sustentáveis e responsáveis, é um trilho que está a ser percorrido por cada vez mais gente. Para isso, tem contribuído a investigação social e antropológica do turismo (ex., os “Critical Tourism Studies”), produzindo indiretamente viagens mais conscientes e responsáveis e introduzindo nos debates das agendas científicas, técnicas e políticas o turismo regenerativo (Ateljevic, 2020). Este tipo de turismo responsável, o turismo regenerativo, procura oferecer produtos e experiências turísticas com base na justiça social, ambiental e territorial, deixando melhor o destino do que estava antes da nossa chegada e demonstrando um efeito positivo nas comunidades receptoras. E ele, já não é lento, pequeno e local. É já um movimento social global que obriga todos na construção de um mundo melhor e um melhor mundo.

Referências

- Ateljevic, I. (2020). Transforming the (tourism) world for good and (re)generating the potential new normal. *Tourism Geographies*, 22 (3), 467-475.
- Bernardo, E., & Pereiro, X. (2020). Responsible tourism: Cosmetics, utopia or reality? An analysis of the scientific literature. *International Journal of Tourism Anthropology*, 8(1), 8–39.
- Bramwell, B., Lane, B., McCabe, S., Mosedale, J., & Scarles, C. (2008). Research perspectives on responsible tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(3), 253–257.
- Buades, J. (2009). *Do not disturb Barceló. Viaje a las entrañas de un imperio turístico*. Barcelona: Icaria.
- Butler, R. W. (1999). Sustainable tourism: A state-of-the-art review. *Tourism Geographies*, 1(1), 7–25.
- Cheer, J. M., Ting, H., & Leong, C.-M. (2021). Responsible tourism: A new era of responsibility? *Journal of Responsible Tourism Management*, 1(1). <https://doi.org/10.47263/JRTM.01-01-01>
- Christin, R. (2018). *Manual del anti-turismo* (Obra original publicada em 2017). Beniterrer (Valencia): Fuera de Ruta.
- Dias, R. (2004). *Introdução ao turismo*. São Paulo: Atlas.
- Echaniz Barrondo, A. (2007). ¿Se puede ser un turista responsable? In Universidade de Deusto (Ed.), *Desafíos y compromisos del turismo: Hacia una visión más humana* (pp. 249–265). Bilbao: Universidad de Deusto.
- Dhama, N., & Anil, K. (2024). *Responsible and sustainable tourism (respo-sustainable tourism): A systemic literature review and future agenda*. <https://doi.org/10.1108/IJIS-02-2024-0046>
- Fuentes Vega, A. (2017). El latin lover español: ¿Un mito ibérico? Una investigación iconográfica sobre el papel del erotismo en los imaginarios del turismo en España (1950–1970). *Via Tourism Review*, 11–12. <https://doi.org/10.4000/viatourism.1678>
- Gascón, J. (2011). *O turismo responsável*. Conferência no campus da UTAD em Chaves, 25-05-2011.
- Haraway, D. (2016). *Staying with the trouble: Making kin in the Chthulucene*. Durham: Duke University Press.
- Hollenhorst, S. J., Houge-Mackenzie, S., & Ostergren, D. M. (2014). The trouble with tourism. *Tourism Recreation Research*, 39(3), 305–319. <https://doi.org/10.1080/02508281.2014.11087003>
- Krippendorf, J. (1984). *The holiday makers: Understanding the impact of leisure and travel*. London: Butterworth-Heinemann.

Krippendorf, J. (2003). *Sociologia do turismo: Para uma nova compreensão do lazer e das viagens* (Obra original publicada em 1984). São Paulo: Aleph.

Lévi-Strauss, C. (1993). *Tristes trópicos* (Obra original publicada em 1955). Lisboa: Edições 70.

Mihalic, Y., Mohamadi, S., Abbasi, A., & Dávid, L. (2021). Mapping a sustainable and responsible tourism paradigm: A bibliometric and citation network analysis. *Sustainability*, 13, 853.

Michaud, Y. (2005, 26 de maio). Los turistas son unos invasores que pagan. *El País*. https://elpais.com/diario/2005/05/26/cultura/1117058406_850215.html

Mohamadi, S., Abbasi, A., Kordshouli, H., & Askarifar, K. (2022). Conceptualizing sustainable-responsible tourism indicators: An interpretive structural modeling approach. *Environment, Development and Sustainability*, 24, 399–425.

Mondal, S., & Samaddar, K. (2020). Issues and challenges in implementing sharing economy in tourism: A triangulation story. *Business, Economics Management of Environmental Quality: An International Journal*, 32(1), 64–81.

Mondal, S., & Samaddar, K. (2021). Responsible tourism towards sustainable development: Literature review and research agenda. *Asia Pacific Business Review*, 27(2), 229–266.

Nogués-Pedregal, A. M. (2015). *Etnografía bajo un espacio turístico: Sus procesos de configuración*. Tenerife: PASOS Edita. <https://www.pasosonline.org/es/colecciones/pasos-edita/48-numero-13-etnografia-bajo-un-espacio-turistico-sus-procesos-de-configuracion>

Nogués-Pedregal, A. M. (Ed.). (2012). *Culture and society in tourism contexts*. Bingley: Emerald.

Nogués-Pedregal, A. M. (Coord.). (2003). *Cultura y turismo*. Sevilla: Signatura Ediciones.

Nogués-Pedregal, A. M. (2020). El turismo como contexto. *Disparidades*, 75(1), 1–7. <https://doi.org/10.3989/dra.2020.001c>

Rafi, A., Rehman, A., Musu, A., Rather, R., & Kautish, P. (2024). Revisiting sustainable tourism research: Bibliometric insights and future research agenda. *An International Journal of Tourism and Hospitality Research*. <https://doi.org/10.1080/13032917.2024.2411988>

Saarinen, J. (2021). Is being responsible sustainable in tourism? Connections and critical differences. *Sustainability*, 13, 6599.

Smith, V. L., & Eadington, W. R. (1992). *Tourism alternative: Potentials and problems in the development of tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

Sunkar, A., Yusriini, L., Ting, H., & Tham, A. (2024). *The Third International Conference on Responsible Tourism and Hospitality*, 35(1), 198–201.

Ting, H., Lim, J., Leong, M., Cheah, J.-H., & Cheer, J. (2020). Editorial - Responsible tourism: A call to action for turbulent times. *Asian Journal of Business Research*, 10(2), I–XIII.

Tremblay-Huet, S., & Lapointe, D. (2021). The new responsible tourism paradigm: The UNWTO's discourse following the spread of COVID-19. *Tourism and Hospitality*, 2, 248–260.