
Ecoturismo e valorização de recursos naturais

3. O consumidor de ecoturismo

*Instituto Superior de Agronomia
Ano lectivo 2020/2021*

Ecoturismo e valorização de recursos naturais

3. O consumidor de ecoturismo

Sumário:

- ❖ Emergência de um novo paradigma ambiental
- ❖ Os ecoturistas: critérios socio-demográficos
- ❖ Os ecoturistas: motivações, atitudes e comportamentos
- ❖ Os ecoturistas: tipologias
- ❖ O mercado do ecoturismo: alguns factos e números

1.1. Emergência de um novo paradigma ambiental ?

Para os agentes promotores do ecoturismo

- é crucial saber se o desenvolvimento do ecoturismo faz parte
- ✓ de uma mudança de paradigma (um novo paradigma ambiental?)
- ✓ ou é uma moda passageira

➤ Paradigma – uma visão colectiva do mundo ou o conjunto das crenças, dos valores e das técnicas partilhados pelos membros de uma dada comunidade

(1) Paradigma ambiental ocidental dominante

= Percepção da relação entre os homens e o ambiente natural

- Crença antropocêntrica de que os humanos estão separados e são superiores ao ambiente natural, cujo estatuto é o de recurso ou mercadoria disponível para exploração através da tecnologia (não tem valor intrínseco)
 - Utopia tecnológica. O progresso é um processo linear contínuo e não há limites ao que pode ser conseguido e aos problemas que podem ser resolvidos através da aplicação do método científico e da tecnologia que lhe está associada.
-

(2) Contradições do paradigma ambiental ocidental dominante

➤ Problemas ambientais e económicos

Poluição, energia nuclear, alterações climáticas

Embargos petrolíferos (na segunda metade de 1970)

➤ Movimento ambiental

✓ Restrito a uma elite profissional e académica (Criação de parques naturais no final de 1800)

✓ A partir de 1960 – o movimento ambiental começa a expandir-se a um segmento substancial do público em geral

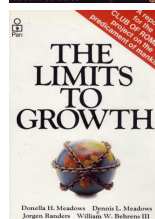
✓ O ambiente foi trazido para a agenda internacional – Cimeira da Terra, 1992, Rio de Janeiro



Construção e divulgação da questão ambiental

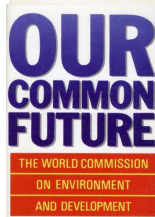
1962
Silent Spring
(Primavera Silenciosa)
Rachel Carson

Expõe os efeitos dos pesticidas nos ecossistemas naturais ...



1972
The limits to Growth
(Os limites do crescimento)
Donella e Dennis Meadows,
Jorgen Randers e William
Behrens

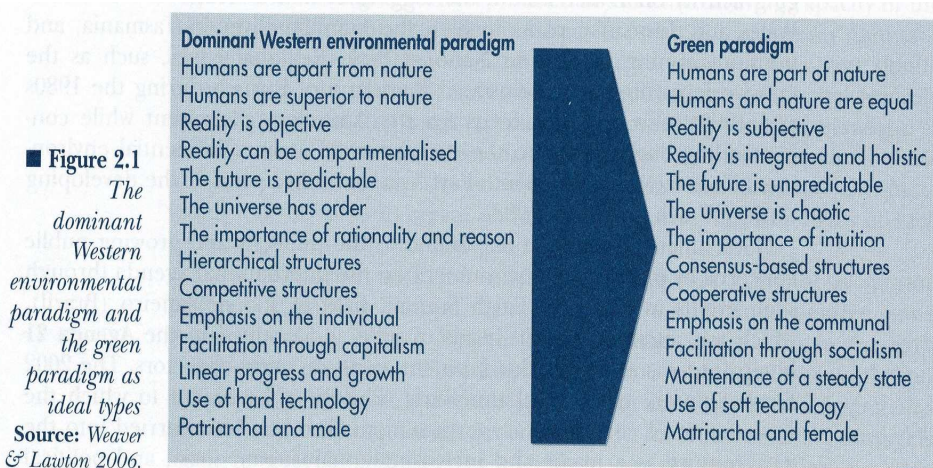
Desafia o paradigma dominante do crescimento ilimitado ...



1987
Our Common Future
(O nosso futuro comum)
ONU

Populariza a noção de desenvolvimento sustentável ...

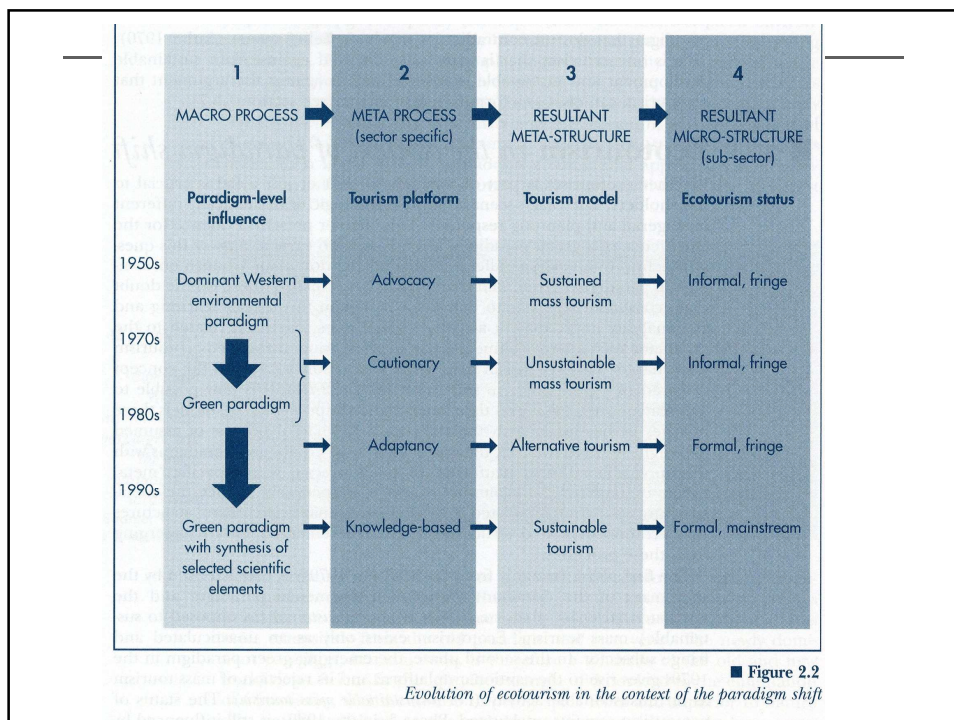
(3) Emergência de um novo paradigma ambiental (paradigma verde)?



(4) Evolução do ecoturismo no contexto da mudança de paradigma

Dos anos 1950 aos nossos dias

- ✓ Mudança de paradigma (do paradigma ambiental dominante a um novo paradigma ambiental)
- ✓ Fases ou plataformas do turismo (defesa, precaução, ajustamento, com base no conhecimento)
- ✓ Modelos de turismo (Turismo de massas sustentado; Turismo massas não sustentável; Turismo alternativo, Turismo sustentável)
- ✓ Estatuto do ecoturismo (Informal, marginal ou periférico; Formal, marginal; Formal, central)



(5) O consumidor verde

➤ O desenvolvimento do produto turístico e as estratégias de gestão devem basear-se em informação tangível acerca de tendências sociais relevantes como a emergência de mercados de consumo verde e de turismo verde

➤ Inquéritos às atitudes e comportamentos ambientais

✓ **Tendência verde** – o exemplo dos EUA

▪ Em 2006, numa amostra de adultos (n=1478)

73% considerava o aquecimento global um problema sério;

57% dava prioridade à melhoria do ambiente comparativamente ao crescimento económico (em caso de conflito entre ambos)

▪ Acréscimo do consumo de produtos de agricultura biológica (negligenciável em 1985; passou de 0,8 para 1,9% das vendas alimentares entre 1997 e 2003)

✓ **Inversão (oscilação) da tendência verde?**

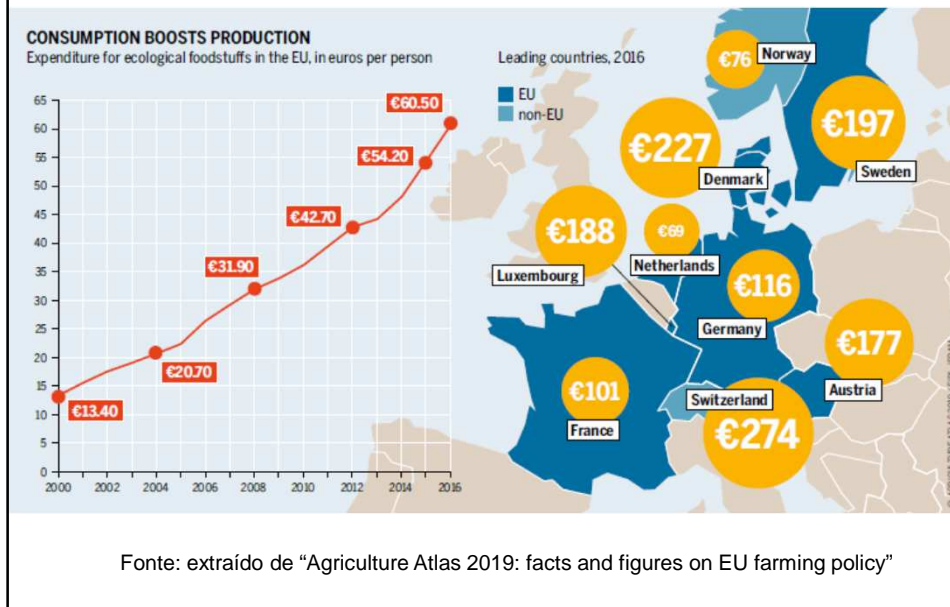
▪ % dos americanos que se descreviam como ambientalistas:

76% em 1989; 50% em 1999.

▪ % dos britânicos que retinha o ambiente como principal questão do país:

35% em 1989; 11% em 1992 e 3% em 1996.

Despesa per capita em produtos alimentares biológicos



(5) O consumidor verde

➤ A adesão ao paradigma verde está aproximadamente relacionada com o estágio de desenvolvimento económico

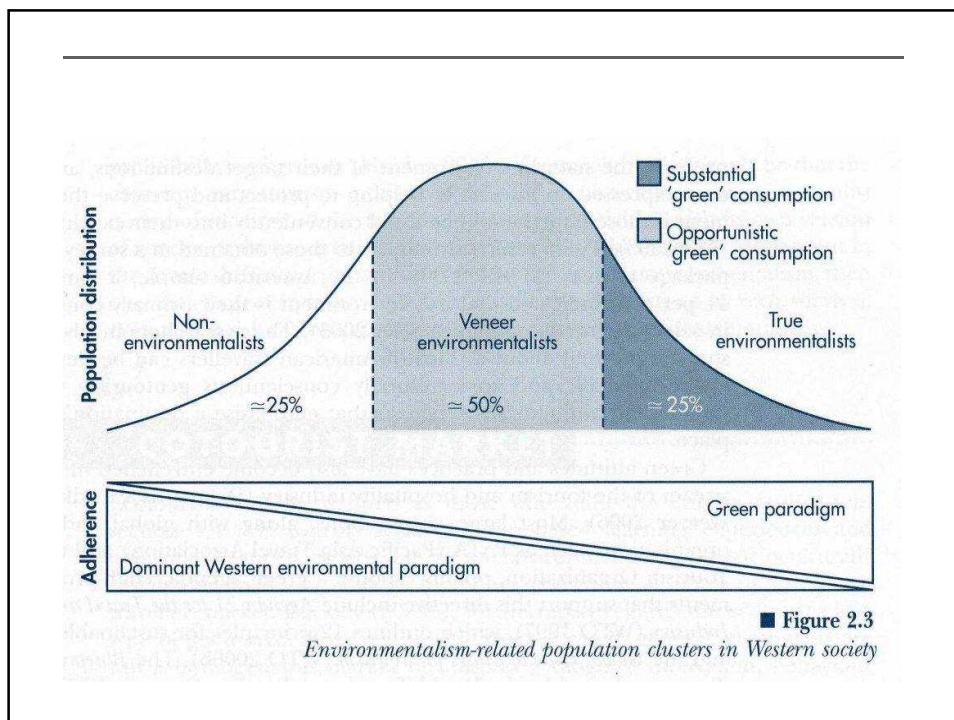
Maior consciência ambiental

- na Escandinávia e Alemanha comparativamente ao sul da Europa;
- na Califórnia comparativamente ao Mississípi;

(Consumo médio per capita /ano de produtos de agricultura biológica, em 2011, 2,2 euros em Portugal, contra 104 euros em países como Dinamarca, França, Suécia, Itália ou Holanda)

➤ Clusters de pessoas acordo com atitudes e comportamentos ambientais

- Verdadeiros ambientalistas
- Ambientalistas de fachada
- Não ambientalistas



Ratola (2012), Recursos piscatórios: análise das condicionantes do consumo e das percepções da sustentabilidade dos recursos

(...) os consumidores portugueses têm uma grande ligação aos produtos do mar na sua alimentação (...).

Apesar de consumirem com alguma frequência peixe de aquicultura, os inquiridos revelam ainda alguma desconfiança, principalmente quanto ao valor nutritivo e ao sabor do peixe de aquicultura.

(...) os inquiridos apresentam poucos conhecimentos sobre estado das populações de peixe e o que as pode afetar, apesar de, na generalidade, considerarem que a biodiversidade marinha tem vindo a reduzir.

(...) o público mais jovem e com mais escolaridade é o mais flexível para mudar o consumo e tem mais consciência dos principais fatores que afetam a sustentabilidade dos recursos piscatórios. No entanto, isto não se reflete nos critérios de compra de peixe.

(...)

Nesta perspetiva, o maior desafio de uma campanha que alerte os consumidores, será tentar chegar a um público mais velho, menos escolarizado e com menos empenho na mudança de consumo e na recetividade à informação, mas que é o decisor de compra (...).

(6) O turista verde

✓ Mais de 2/3 dos viajantes/turistas dos EUA e Austrália e 90% dos britânicos consideram a protecção activa do ambiente, e o suporte das comunidades locais, como parte da responsabilidade das unidades hoteleiras (TIES, 2006:2);

✓ Quase um terço (46 milhões) dos turistas dos EUA compram especificamente a empresas que doam parte dos seus proveitos a obras de solidariedade. Na Europa estes números são superiores (TIES, 2006:3).

✓ 74% de uma amostra de adultos americanos viajantes disseram ser importante que a sua viagem não danificasse o meio ambiente

(7) O turista verde e o negócio turístico

Numa amostra de adultos americanos viajantes/ turistas em 2003,

✓ 74% disseram ser importante que a sua viagem não danificasse o meio ambiente

✓ Só 38% pagaria mais por uma empresa turística que protegesse e preservasse o ambiente natural no destino

✓ Só 11% indicava ser o ambiente o seu principal critério ao escolher uma empresa turística

As atitudes e práticas verdes invadiram também o sector turístico já instalado

✓ WTO (World Tourism Organization) – Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry (1997), Global Code of Ethics for Tourism (2006)

✓ WTTC (World Travel and Tourism Council) – Blue print for new Tourism

1º Estudo de caso: Percepções dos turistas à cerca da sustentabilidade

Cottrell, S. Duim, R., Ankersmid, P. e Kelder, L. (2004)

Objectivo:

- ✓ Analisar a percepção e atitudes dos turistas à cerca da sustentabilidade em dois destinos turísticos;
- ✓ Com o propósito de avaliar se, no futuro, esta percepção pode influenciar a escolha dos turistas

Universo estudado:

turistas de resorts de natureza, praias e outras instalações turísticas em Manuel António (Costa Rica) e na Ilha de Texel (Holanda)

Sustentabilidade:

- ✓ Económica - melhorar a situação económica dos residentes locais;
- ✓ Ecológica - proteger a natureza e recursos naturais (como água e energia);
- ✓ Cultural / Social - manter a cultura e melhorar a qualidade de vida no destino turístico

Percepção da importância relativa das dimensões da sustentabilidade

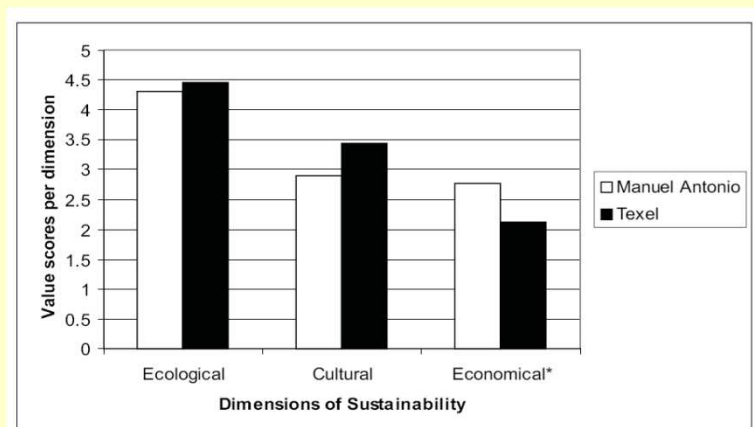


Figure 1 Importance rankings of sustainability dimensions: Manuel Antonio vs. Texel

*t-test result significant at 0.05 level

Results represent mean percentage of ten coins allocated per dimension

Atitudes em face da sustentabilidade – dimensão ecológica

Table 6 Ranking of sustainability aspects per dimension¹

<i>Manuel Antonio, Costa Rica</i>	<i>Value²</i>	<i>Texel, The Netherlands</i>	<i>Value²</i>
<i>Ecological aspects</i>			
Pollution of environment, water and air	1.00	Pollution of environment, water and air	1.00
Loss of rare plants and animals	0.78	Loss of various plants and animals	0.73
Loss of various plants and animals	0.63	Loss of rare plants and animals	0.71
Exhaustion of the water- and energy resources	0.39	Exhaustion of the water- and energy resources	0.35
Disturbance of the plants and animals	0.00	Disturbance of the plants and animals	0.00

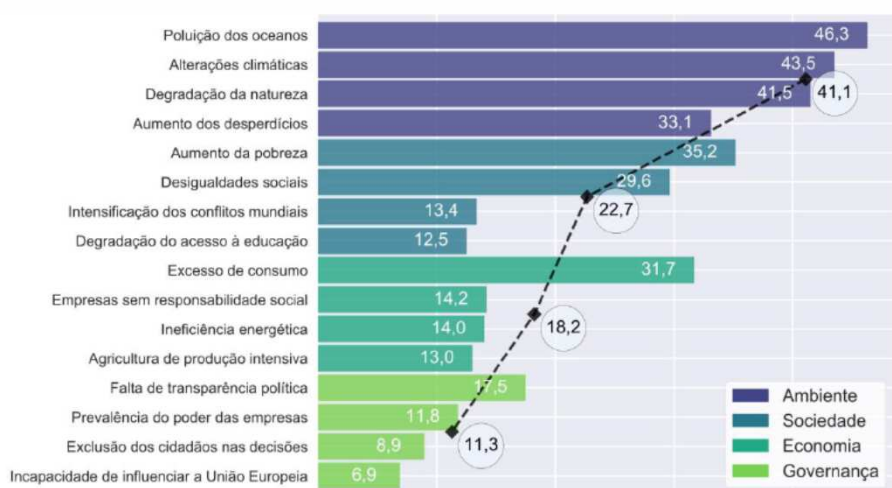
Atitudes em face da sustentabilidade – dimensão económica

<i>Economic aspects</i>			
Income from tourism should go less to the foreign investors and more to the local people	1.00	Income from tourism should go less to the foreign investors and more to the local people	1.00
More typical local products, from which not only tourists, but also local people benefit	0.67	More typical local products, from which not only tourists, but also local people benefit	0.89
Local people should not only get the lower-paid jobs, but also the higher-paid jobs in the tourist labour market	0.61	Local people should not only get the lower-paid jobs, but also the higher-paid jobs in the tourist labour market	0.33
Same chances for men and women in the tourist labour market	0.46	Same chances for men and women in the tourist labour market	0.13
The holding down of price-increases	0.00	The holding down of price-increases	0.00

Atitudes dos turistas acerca da sustentabilidade: conclusões

- Os turistas nos 2 locais pontuam como mais importante a dimensão ecológica da sustentabilidade e como menos importante a económica;
- a maior pobreza em MA poderá explicar o maior nível de importância dada a esta última vertente comparativamente a Texel
- Em ambos os locais, os aspectos mais negativos são:
 - a nível ecológico, “a poluição do ambiente, água e ar”,
 - a nível socio-cultural, “o crime, alcoolismo, vandalismo e drogas”;
 - a nível económico acentua-se a “necessidade do rendimento do turismo ir menos para os investidores externos e mais para a população local”
- Os turistas estão conscientes dos padrões de consumo e produção não sustentáveis do turismo, embora ainda falte a pressão do consumidor para o turismo sustentável

Figura 6 - Definições associadas à insustentabilidade (% de inquiridos)



Fonte: 2º Grande Inquérito à Sustentabilidade, 2018 Extraído de Truninger e Schmidt 2019

1.2. Ecoturistas: critérios sociodemográficos

(1) Origem geográfica

- Países desenvolvidos / países em desenvolvimento
 - ✓ A vasta maioria dos ecoturistas reside nos PD
 - ✓ Dominam o mercado de ecoturismo nos PED
- Países consumidores de ecoturismo por ordem de importância
 - ✓ EUA, Reino Unido, Alemanha, Canadá, França, Austrália, Holanda, Suécia, Áustria, Nova Zelândia, Noruega, Dinamarca
 - = Europa + novo mundo anglófono
 - ✓ Japão - em crescimento, mas motivações mais relacionadas com a apreciação estética do que com a compreensão ecológica da atracção natural

Ex: diferenciação do envolvimento de várias nacionalidades em actividades ecoturísticas na Nova Zelândia

(1) Origem geográfica

■ Table 2.1 Participation in ecotourism-related activity by New Zealand inbound markets, 2005

COUNTRY	TOTAL VISITORS	HALF-DAY BUSH WALK	GLACIER WALK	GLOW WORM CAVES	WHALE-WATCHING	PENGUIN-VIEWING
Germany	52 904	49.6% = 26 265	34.6% = 18 310	23.9% = 12 651	20.8% = 10 983	18.0% = 9 520
UK	279 952	24.4% = 56 292	22.3% = 68 809	18.5% = 51 972	11.8% = 36 079	8.8% = 22 516
Japan	145 953	23.7% = 34 570	4.9% = 7 137	31.3% = 45 635	3.8% = 5 531	2.6% = 3 781
USA	192 720	17.7% = 34 066	12.2% = 23 411	18.6% = 35 938	3.1% = 6 031	6.4% = 12 304
Australia	797 885	9.3% = 74 442	8.5% = 67 676	9.8% = 78 084	1.9% = 15 393	1.4% = 11 174
China	83 609	3.5% = 2 936	3.5% = 2 928	11.8% = 9 878	1.1% = 943	3.7% = 3 106

Source: adapted from International Visitor Survey 2005, Tourism Research Council New Zealand 2006.

(1) Origem geográfica

➤ Segmentação dentro de um mesmo país

A propensão para o envolvimento nas actividades turísticas varia dentro de um país

➤ Exemplo: rural / urbano

✓ Os residentes em áreas urbanas (e metropolitanas em particular) têm maior tendência que os residentes em áreas rurais para se envolverem em actividades de ecoturismo no campo

✓ Os residentes rurais, pelo contrário, têm maior probabilidade de participarem em actividades de caça e pesca em meio rural

(2) Género

Feminização crescente do consumo de ecoturismo

✓ No início de 1990, maior proporção de homens.

Ex: 55% dos ecoturistas canadianos na Costa Rica

✓ Mais recentemente, maior proporção de mulheres.

Ex: 57% dos turistas ocasionais e 54% dos frequentes no RU; 62% no Lamington National Park e 73% do cluster com > tendência biocêntrica; > % no ecoturismo nos EUA e Europa segundo a OMT.

Balço de género por actividades ecoturísticas

✓ Na Austrália, as mulheres têm > probabilidade de participar em passeios de menos de 2 horas, com ou sem guia; os homens têm > probabilidade em observação de baleias e passeios mais longos e sem guia.

✓ Outros estudos mostram maior representação masculina em actividades fisicamente exigentes ou certas formas de "birdwatching"

(3) Idade

Resultados variáveis (tal como relativamente ao género)

- ✓ Os ecoturistas ornitológicos (40,2 anos) e os ecoturistas gerais (37 anos) são + velhos que os turistas em geral (33,8) no Doi Inthanon.
- ✓ Austrália - cerca de metade dos visitantes entre 20-29 anos eram turistas de natureza; contra menos de 1/3 dos visitantes com > 50 anos

Quanto às actividades

- ✓ No Canadá, os adultos mais velhos dominam na observação de vida selvagem, enquanto os mais jovens dominam em actividades mais exigentes fisicamente como mergulho
- ✓ Os alojamentos ecoturísticos mais remotos tendem a atrair um segmento de mercado de adultos mais velhos (preços mais altos)

(4) Educação, rendimento e ocupação

Ecoturistas têm níveis de educação mais elevados que outros consumidores

Exemplo: 55% dos visitantes no Lamington National Park tinham formação universitária ou pós-universitária; 75% dos turistas ornitológicos no Doi Inthanon tinham no mínimo um grau universitário

Ecoturistas têm níveis de rendimento mais elevados que outros consumidores

Rendimentos mais elevados

são necessários para usufruir de destinos e produtos turísticos mais exóticos

Mas, também, refletem os maiores níveis de educação

2º Estudo de caso: Perfil do turista de Santo Antão, Cabo Verde

Rodrigues, Isabel Arcângela (2006)

Metodologia

- ✓ Foram realizados 80 inquéritos na ilha de Santo Antão (nos três concelhos, Ribeira Grande, Paul e Porto Novo), e na ilha de S. Vicente aos turistas que regressavam da primeira ilha.
- ✓ As entrevistas ocorreram entre Maio e Setembro de 2008. A amostra resultante é constituída por 80 inquiridos.

Perfil do turista

- ✓ maioritariamente feminino, com idade inferior a 50 anos, com alto nível de formação académico, com preferência por viajar em pequenos grupos de familiares ou de amigos, informado e amante da natureza.

Perfil do turista de Santo Antão, Cabo Verde (continuação)

Perfil do Turista					
Variáveis	N	%	Variáveis	N	%
Género			Principal objectivo S. Antão		
Masculino	32	40	Sim	32	40
Feminino	48	60	Não	48	60
Idade			Duração da estadia S. Antão	5	38
<25	6	9	Duração nas outras ilhas	8	62
25-50	51	63	Principal motivação a S. Antão		
≥50	23	28	Natureza	48	60
Nível de escolaridade			Natureza, praia, sol e mar	21	26
? Estudos secundário	19	24	Motivos gerais	11	14
Bacharelato e Licenciatura	28	35	Idioma		
Mestrado e Doutoramento	31	38	Potuguês	12	15
1ª Visita a S. Antão			Francês	49	61
sim	73	91	Inglês	19	24
não	7	9			

Perfil do turista de Santo Antão, Cabo Verde (continuação)

- Acompanhamento
71,3 %, viajavam na companhia de um amigo ou familiar,
12,5% viajavam em grupo de turistas organizado por uma agência,
11,3% viajavam em grupo de amigos e
5% viajavam sozinhos.

- Quanto às fontes de informação,
82,5% consultaram pelo menos uma fonte enquanto
17,5% não consultaram qualquer fonte. Contudo,
11,4% consultaram mais de uma fonte de informação.

- As fontes consultadas foram:
Internet, com 48,8%,
amigos ou parentes, 28,8%,
revistas turísticas de destino 18,8%,
guias de viagem, 15%, e
revistas de operadores turísticos, 7,5%.

1.3. Ecoturistas: motivações, atitudes e comportamentos

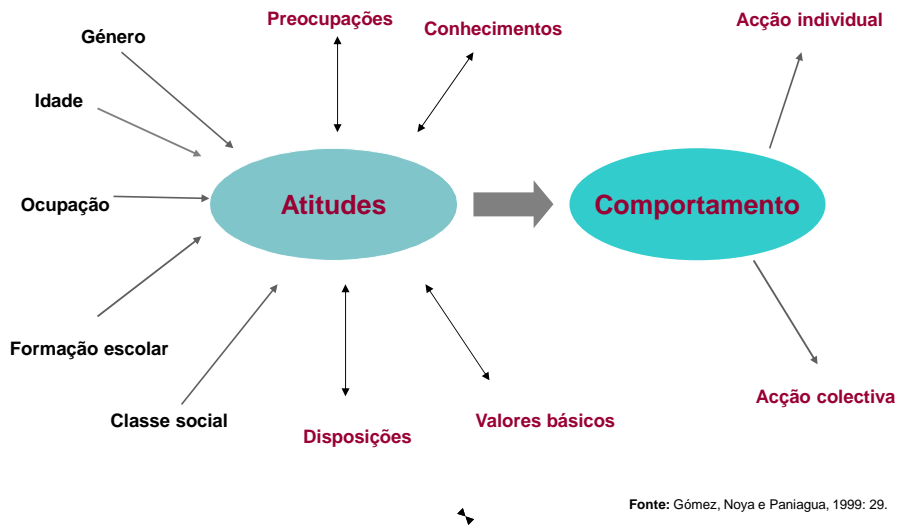
(1) O que pensam e o que fazem os ecoturistas

O que pensam	Motivações, atitudes, satisfação
O que fazem	Actividades, comportamentos, práticas

“Não é legítimo supor sistemáticas relações de coincidência entre o que se pensa e o que se faz”. Mas é inegável que as ideias são indicadores mais ou menos precisos dos comportamentos;

As ideias constituirão, até, indicadores de comportamentos futuros, antecipam práticas sociais e individuais que demorarão tempo e exigirão novas circunstâncias para se afirmarem claramente

Atitudes e comportamentos ambientais. Variáveis independentes e dependentes (em Gómez et al., 1999)



Dimensões das atitudes e comportamentos ambientais (segundo Gómez, Noya e Paniagua, 1999: 23-26).

- “No estudo das atitudes e respostas da população aos problemas ambientais utilizam-se como variáveis dependentes diversos aspectos e manifestações de um todo mais complexo a que chamamos **consciência ambiental**”. “[...] contemplamos seis dimensões”:

Sensibilidade ambiental

preocupação (“concern”) ou receptividade do sujeito aos problemas ambientais;

Conhecimento dos problemas ambientais:

“conhecimentos relacionados com o entendimento e a definição dos problemas ecológicos, posse de esquemas inteligíveis sobre as suas possíveis soluções e os seus responsáveis, assim como o interesse informativo sobre o tema”

Disposições

“a actuar pessoalmente com critérios ecológicos e aceitar intervenções governamentais em matéria de meio ambiente”.

Valores básicos

- esta dimensão tem um carácter mais totalizador e trataria de identificar o paradigma ou ponto de vista básico, fundamental, em que se situa o indivíduo a respeito do ambiente.
- Esta é a dimensão mais difícil de determinar o que geralmente se faz mediante a construção de escalas como a NEP (“New Environmental Paradigm”)

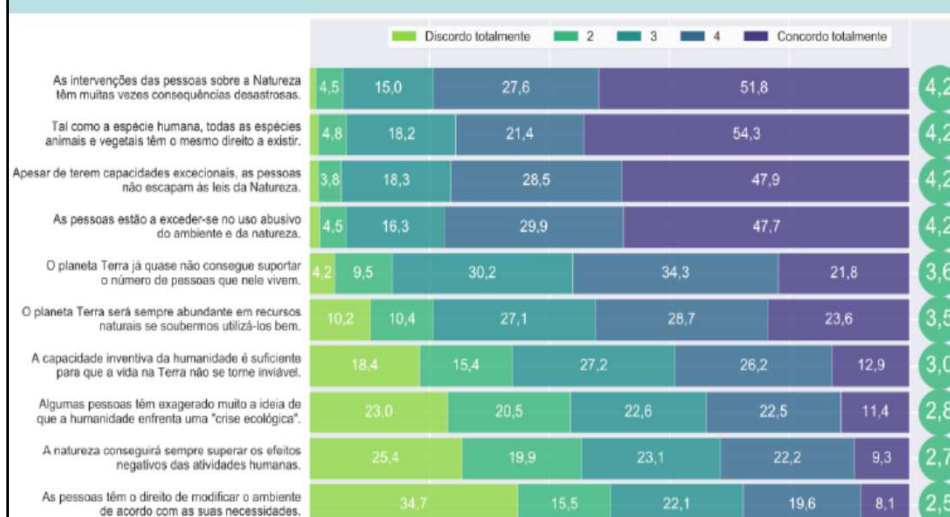
Acção individual

- compreende os comportamentos ambientais de carácter privado e quotidiano, como o consumo, a reciclagem, o uso de diferentes meios de transporte, etc.
- é mediada pelo custo pessoal da acção, os sentimentos de eficácia pessoal da acção e as normas sociais (que podem neutralizar a atitude pro-ambiental)

Acção colectiva

- compreende a participação em acções colectivas ocasionais e/ou a participação em organizações; é mediada pelos custos da acção colectiva (como os custos de transacção) e outras barreiras como o “free-riding”.

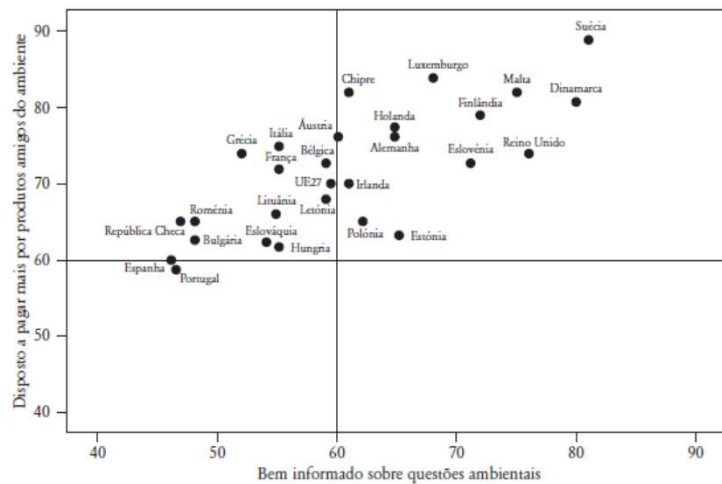
Figura 8 – Novo Paradigma Ambiental (% de inquiridos e média: 1: Discordo totalmente – 5: Concordo totalmente)



Fonte: 2º Grande Inquérito à Sustentabilidade, 2018

Extraído de Truninger e Schmidt 2019

Figura 1.14 – Relação entre estar bem informado sobre questões ambientais e a disponibilidade para pagar mais por produtos amigos do ambiente, 2011 (%)



Fonte: Valente e Ferreira (2014)

(2) Análise de motivações dos ecoturistas

O exemplo da observação de cetáceos

(M. Orams, 2000)

Para uma gestão sustentável é tão importante compreender as pessoas e o que elas fazem como compreender as baleias e a influência que a prática de observação turística tem nelas

A investigação sobre observação de cetáceos tem enfatizado o impacto nos cetáceos

Estratégias de gestão – estabelecimento de distâncias mínimas de aproximação

A regulação e o marketing assumem – que os observadores de baleias querem aproximar-se delas

O exemplo da observação de cetáceos

(M. Orams, 2000)

35% dos 704 observadores inquiridos voltaram satisfeitos mesmo quando não foram avistadas baleias

Comportamento mais espectacular (26%)

Mais baleias (25%)

Menor nº de passageiros (13%)

Menos enjojo a bordo (10%)

Tipo de barco (5%)

Maior duração do cruzeiro (4%)

Proximidade física às baleias (4%)

Factores que
contribuem para a
satisfação do
observador de
baleias

Permite às agência encarregues da regulação da observação de baleias passar de uma abordagem punitiva da transgressão a uma abordagem educativa pro-activa

(3) Análise de atitudes e comportamentos dos ecoturistas

O exemplo da
comparação de atitudes e comportamentos dos
ecoturistas e de outros grupos de turistas

As motivações e atitudes dos ecoturistas integram os critérios de definição do ecoturismo,
via componente aprendizagem e via componente sustentabilidade

É por isso relevante verificar se os estudos empíricos àcerca dos ecoturistas e turistas de natureza validam aqueles critérios (normativos)

3º Estudo de caso: Comparação das atitudes e comportamentos ambientais dos ecoturistas e outros turistas

Wurzinger, S. e Johansson, M. (2006)

Objectivo

- ✓ Saber se os ecoturistas têm atitudes mais pró-ambientais e comportamentos mais ecológicos que outros turistas;
- ✓ E qual o entendimento que os ecoturistas têm do conceito de ecoturismo.

Universo estudado

- ✓ **Ecoturistas** = participam em actividades oferecidas por empresas membro da *Nature's Best* (o rótulo de qualidade do ecoturismo sueco);
- ✓ **Turistas de natureza** = turistas que participam em visitas guiadas no Lago Takern (com informação acerca das aves);
- ✓ **Turistas de cidade** = visitam as cidades para aí frequentar as principais atracções ou spa.

Metodologia

- ✓ Crenças e atitudes ambientais gerais
 - Escala revista do Novo Paradigma Ambiental (NEP), versão com 15 itens; escala de Likert
- ✓ Atitudes dos turistas relativamente ao impacto do turismo na população local e na natureza
 - Quatro afirmações; escala de Likert
- ✓ Comportamento ambiental (auto-declarado)
 - versão de 26 itens da Escala Geral de Comportamento Ecológico (“General Ecological Behavior”),
 - resposta Sim / Não.
- ✓ Conhecimento do Ecoturismo:
 - questão aberta

Resultados - Síntese

Variable	Mean Value		
	Ecotourists	Nature Tourists	City Tourists
General environmental beliefs (Revised New Environmental Paradigm [NEP] Scale)	3.87 (a)	3.68 (b)	3.49 (ab)
Specific attitudes			
Too many tourists at one place can be harmful to nature.	4.35 (c)	3.83 (c)	3.92
It is important that tourists do not affect indigenous people.	4.63	4.37	4.17
Tourists cause negative impacts on people living at tourist destinations.	4.49 (d)	3.52 (de)	3.99 (e)
It is good to consume local products or local services at the tourist destination to support the people living there.	4.67 (f)	4.47 (g)	3.92 (fg)
General Ecological Behavior (GEB) Scale	16.05 (h)	17.24 (i)	13.65 (hi)
Knowledge of ecotourism	2.28 (jk)	1.52 (j)	1.61 (k)

Resultados – Atitudes ambientais gerais

TABLE 3
THE THREE GROUPS' MEAN VALUES FOR THE REVISED NEW ENVIRONMENTAL PARADIGM (NEP) SCALE

Scale	Ecotourists			Nature Tourists			City Tourists		
	M	Mdn	SD	M	Mdn	SD	M	Mdn	SD
Item (reversed items in italics)									
We are approaching the limit of the number of people the Earth can support.	3.05	2.00	1.41	2.93	3.00	1.28	2.78	3.00	1.18
<i>Humans have the right to modify the natural environment to suit their needs.</i>	4.23	4.00	0.92	4.14	4.00	0.90	4.07	4.00	0.96
When humans interfere with nature, it often produces disastrous consequences. (a)	3.44	4.00	1.30	3.35	4.00	1.25	2.70	2.00	1.08
<i>Human ingenuity will ensure that we do not make the Earth unlivable.</i>	3.88	4.00	1.14	3.38	3.00	1.19	3.24	3.00	1.17
Humans are severely abusing the environment.	3.84	4.00	1.25	3.78	4.00	1.23	3.45	4.00	1.26
<i>The Earth has plenty of natural resources if we just learn how to develop them.</i>	2.65	2.00	1.34	2.40	2.00	1.24	2.45	2.00	1.31
Plants and animals have as much right as humans to exist.	4.26	5.00	1.05	4.14	5.00	1.17	4.00	4.00	1.18
<i>The balance of nature is strong enough to cope with the impacts of modern industrial nations. (b)</i>	4.67	5.00	0.75	4.26	5.00	1.01	3.96	4.00	1.16
Despite our special abilities, humans are still subject to the laws of nature.	4.14	5.00	1.27	4.25	5.00	1.10	3.91	4.00	1.13
<i>The so-called ecological crisis facing humankind has been greatly exaggerated.</i>	4.21	5.00	1.06	3.94	4.00	1.10	4.01	4.00	1.06
The Earth is like a spaceship with very limited room and resources.	3.35	4.00	1.36	3.13	3.00	1.27	3.03	3.00	1.21
<i>Humans were meant to rule over the rest of nature.</i>	4.42	5.00	0.88	4.19	5.00	1.28	3.87	4.00	1.14
The balance of nature is very delicate and easily upset.	4.28	5.00	1.16	4.17	5.00	1.15	3.84	4.00	1.20
<i>Humans will eventually learn enough about how nature works to be able to control it.</i>	3.91	4.00	1.07	3.65	4.00	1.06	3.62	4.00	1.14
If things continue on their present course, we will soon experience a major ecological catastrophe.	3.79	4.00	1.37	3.48	4.00	1.31	3.47	3.50	1.19
Mean value for total scale	3.87	3.93	0.51	3.68	3.80	0.53	3.49	3.47	0.50

Note: The polarity of negative-formulated items has been reversed.

a. One-way ANOVA: $F(2, 240) = 8.21, p = .000$; test of linearity: $F(1, 240) = 13.37, p = .000$; Scheffé post hoc tests: ecotourists – city tourists $p = .006$; nature tourists – city tourists $p = .001$.

b. One-way ANOVA: $F(2, 240) = 6.76, p = .001$; test of linearity: $F(1, 240) = 13.33, p = .000$; Scheffé post hoc tests: ecotourists – city tourists $p = .001$.

Discussão de resultados (I)

- Esperava-se que:

Turistas de cidade << Turistas de natureza << Ecoturistas



Consciência ambiental

Validado

- Para as crenças e atitudes gerais
- Para 2 dos 4 itens de atitudes específicas:
 - Preocupação em não afectar negativamente as populações indígenas;
 - Preocupação em consumir produtos e serviços locais

Discussão de resultados (II)

Não Validado:

- Para os outros 2 itens de atitudes específicas:
 - Preocupação com o impacto do nº de turistas na natureza;
 - Preocupação com o impacto negativo dos turistas na população residente

Turistas de natureza < Turistas de cidade

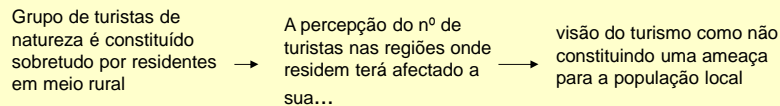
- Para o comportamento ecológico geral

Ecoturistas = Turistas de natureza > Turistas de cidade

Discussão de resultados (III)

Hipótese de explicação da não validação:

- Para os outros 2 itens de atitudes específicas:
 - enquanto os valores e as crenças ambientais são construções relativamente estáveis no tempo;
 - as atitudes específicas têm maior probabilidade de mudar no tempo com a experiência pessoal



- Para o comportamento ecológico geral:

a integração de observadores de pássaros no grupo de turistas de natureza, com probabilidade de serem membros ou contribuírem financeiramente para organizações ambientais (aspecto incluído na escala GEB)

1.4. Ecoturistas: tipologias

(1) Critérios e utilidade

Critérios utilizados

- características do destino turístico (elementos da atracção em causa...)
- características da viagem
- perfis sócio demográficos dos turistas
- actividades que realizam ou a que atribuem maior importância
- motivações, atitudes, comportamentos dos turistas

Utilidade das tipologias

- Permitir aos gestores dirigirem-se a diferentes motivações e experiências;
- Perceber a evolução provável do tipo de turistas numa dada área turística;
- Prever os impactes na conservação dos recursos naturais e o impacte socioeconómico local de diferentes tipos de turistas;

(2) Percurso das tipologias



Sem fundamentação empírica



Com fundamentação empírica:



Dependentes das observações e julgamentos dos cientistas quanto às actividades e sítios visitados



Dependentes das respostas dos inquiridos à cerca das suas actividades e motivações

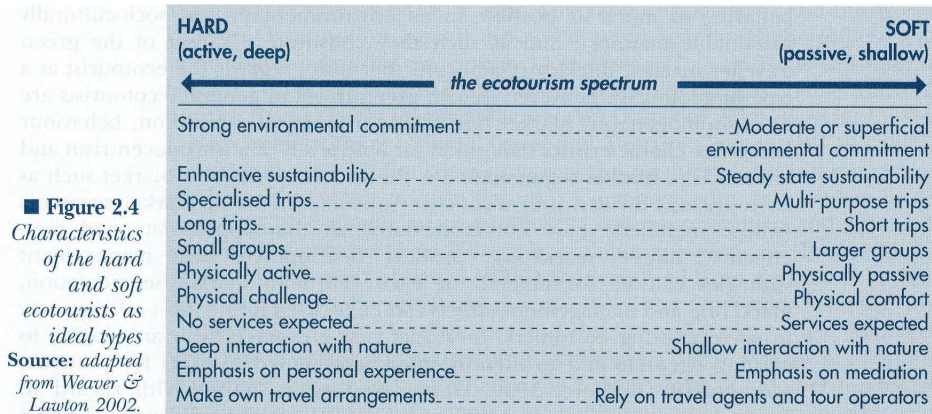
Source	Hard		Soft	
Conceptual	Hard		Soft	
Laarman & Durst (1987)	Hard		Soft	
Lindberg (1991)	Hard-core	Dedicated	Mainstream	Casual
Queensland (1997)	Self-reliant ecotourism		Small group ecotourism	Popular ecotourism
Empirical				
Pearce & Moscardo (1994)	Nature experience & appreciation 24%	Get away, relax with nature 66%	Novelty sun-seekers* 10%	
(based on a sample of 545 general travellers passing through Cardwell, northern Qld.)				
Chapman (1995)	Nature involvement 54%	Personal development 19%	Laid-back 19%	Social activity 8%
(based on a sample of 507 users of NSW state forests during time of participation)				
Palacio & McCool (1997)	Ecotourists 18%	Nature escapists 22%	Comfortable naturalists 33%	Passive players* 27%
(based on a sample of 207 travellers through Belize's international airport)				
Diamantis (1999b)	Frequent 60%		Occasional 40%	
(based on a sample of 1760 UK residents from databases of ecotourism-related tour operators and organisations)				
Weaver & Lawton (2001)	Harder 34%	Structured 40%	Softer 27%	
(based on a sample of 1180 overnight patrons of two ecolodges in Lamington National Park, southeastern Qld.)				

■ Figure 2.5 Ecotourist typologies

Source: adapted from Weaver & Lawton 2001.

* Many 'novelty sun-seekers' and 'passive players' fall outside the continuum.

(3) Ecoturismo soft e hard como tipos ideais



Confrontar a nova versão desta dualidade, mais à frente

(3) Ecoturismo soft e hard como tipos ideais

Critérios / dimensões envolvidas na sua definição

- Relativas a características da viagem ou visita:

Passei longo / passeio curto; Grandes grupos / pequenos grupos; Organização da viagem pelo próprio / Organização a cargo de agência de viagens ou operador turístico;

- Relativas a actividades ou a motivações para a prática turística:

Forte interacção com a natureza / interacção superficial com a natureza;
Desafio físico / conforto físico

Operacionalização destes critérios ou dimensões

as dualidades: Fisicamente activo / fisicamente passivo ou Desafio físico / conforto físico

→ podem ser medidas / avaliadas

pelas actividades praticadas ou pelas motivações expressas.

(4) Ecoturismo soft e hard como tipos reais?

Aderência destes tipos ideais à realidade? Os estudos de caso validam as associações propostas entre as diferentes dimensões?

- Weaver e Lawton (2002) obtiveram uma amostra aleatória de 1180 respostas válidas de uma população de “ecolodges” na proximidade do Lamington National Park.

- A análise de clusters permitiu distinguir três segmentos: “harder” 34% (401), “structured” 40% e “softer” 27%. “Structured are hard on the outside and soft on the inside”

- Dentro dos “harder” uma minoria de 88 indivíduos (7,5% da amostra) aproximam-se dos traços do ecoturista “hard” e dos 3 principais critérios do ecoturismo. A caracterização destes é aprofundada em Weaver (2002).

Table 1 Behavioural statement means by hard core and other ecotourists

<i>Statement</i>	<i>Hard-core</i>	<i>Other</i>	<i>Cat.</i>
I prefer to observe nature in a wild and unrestricted setting.	4.65	3.93	N
My idea of an ideal ecotourism destination is a wilderness setting.	4.40	3.65	N
I prefer ecotourism locations that are as remote as possible.	3.73	2.80	N
I want to learn as much as possible about the natural environment of the sites that I visit while I am there.	4.47	4.01	L
I try to find out as much about the natural environment of a destination as I can before I actually go there.	3.94	3.51	L
I like my ecotourism experiences to be mentally challenging.	3.90	3.16	L
I learn more about the natural environment on an escorted tour than through travelling on my (or our) own.	<u>3.65</u>	<u>3.74</u>	L
I prefer ecotourism sites in which the natural attractions are interpreted or explained to me.	<u>3.60</u>	<u>3.66</u>	L

Fonte: Weaver (2002)

I usually do what I can to leave the site or area in better condition than when I arrived.	4.55	3.96	S
The quality of a destination's natural environment is more important to me than the quality of the accommodation that I use.	4.52	3.51	S
My ecotourism participation has made me more environmentally conscientious.	4.52	3.95	S
I try to support the local economy of places that I visit.	4.43	3.87	S
I am willing to donate extra money to support ecotourism sites such as national parks.	4.00	3.45	S
I will only patronise accommodations and tour operators that have a proven track record of environmental sustainability.	3.94	3.35	S
I like to participate in volunteer work, such as trail maintenance, surveys, etc.	3.59	2.61	S
I do not go out of my way to pick up litter left behind by others.	1.64	2.46	S

Fonte: Weaver (2002)

I enjoy an element of risk in my ecotourism experiences.	3.48	2.68	O
I often take holidays on the spur of the moment.	3.44	2.67	O
National parks should provide adequate infrastructure and services to accommodate all those who want to go there.	3.39	3.72	O
I like to impress my friends/family with the ecotourism destinations that I have visited.	3.05	2.52	O
My ecotourism experiences are usually just one component of a multi-purpose trip.	2.98	3.47	O
Comfortable accommodations and services are a priority for me.	2.88	3.69	O
I like ecotourism but I also enjoy spending time at a beach resort.	2.86	3.57	O

Fonte: Weaver (2002)

Table 4 Motivation means by hard core and other ecotourists

<i>Motivation</i>	<i>Hard-core</i>	<i>Other</i>
Experiencing the peace and tranquility of the natural environment	4.91	4.46
Being close to nature	4.85	4.24
Seeing wildlife in its natural habitat	4.68	4.36
Escaping the urban environment	4.63	4.23
Learning about the natural environment	4.62	3.99
Absence of crowds	4.48	3.88
Having new experiences	4.18	3.83
Being physically active	4.16	3.78
Self-discovery	4.02	3.04
Positive previous experience	<u>3.94</u>	<u>3.79</u>
Rest and relaxation	<u>3.83</u>	<u>3.93</u>
Reputation (of the site)	<u>3.44</u>	<u>3.54</u>

Note: Underline indicates that this value is not significantly different from the value in the corresponding column for that statement.

Fonte: Weaver (2002)

(4) Ecoturismo soft e hard como tipos reais (conclusão)

➤ As características dos ecoturistas “hard” estão conformes aos tipos ideais, de um modo geral.

Mais evidente no que respeita ao seu elevado empenho ambiental e suporte pela melhoria da sustentabilidade.

➤ A principal não conformidade diz respeito à dualidade “ênfase na experiência pessoal” versus “ênfase na interpretação”.

Os ecoturistas “hard” não diferem dos restantes quanto à sua preferência pela interpretação e visitas guiadas (Weaver, 2002:23).

➤ Ambivalência das respostas. Não rejeitam categoricamente comportamentos habitualmente associados aos soft.

Ex: apoiam moderadamente a existência de infraestruturas e serviços nos parques nacionais

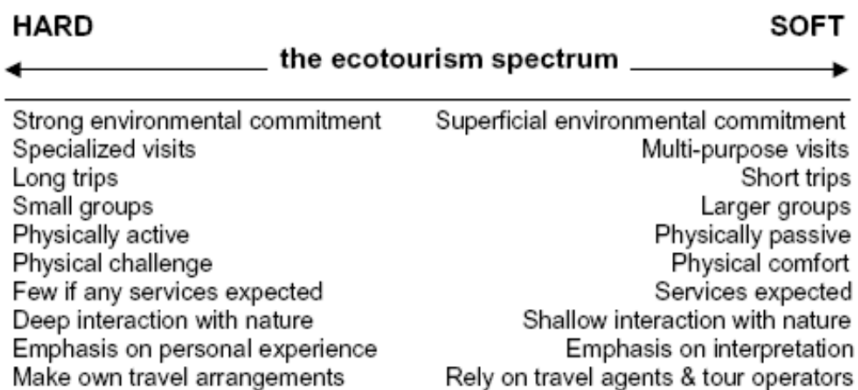
(5) Ecoturismo soft / hard e minimalista / compreensivo ?

- Dicotomia entre ecoturismo soft e hard,
 - ✓ utilizada desde os primeiros tempos do discurso em torno do ecoturismo; tem suporte teórico e empírico;
 - ✓ é alinhada com a escala da actividade ecoturística (hard=small-scale; soft=large-scale)

- Dualidade entre ecoturismo minimalista e compreensivo
 - ✓ atende à capacidade de obtenção de efeitos sustentáveis para a actividade ecoturística.

A dualidade entre modelos “compreensivo” e “minimalista” é paralela à distinção entre ecoturismo “hard” e “soft”?

(Ler o ponto “comprehensiveness with soft and hard dimensions” em Weaver (2005:448-450) para responder à questão)



Adapted from Weaver (2002)

Figure 1. Characteristics of Hard and Soft Ecotourism as Ideal Types

Fonte: Weaver (2005)

Table 1. Comprehensive and Minimalist Ideal Types

Variables	Comprehensive ecotourism	Minimalist ecotourism
Attractions	Holistic approach (nature-based, cultural)	Elemental (nature-based)
Learning	Deep understanding	Superficial (shallow) understanding
	Transformational	Non-transformational
Sustainability	Enhancement-based Global Environmental and sociocultural	Status quo-based Site-specific Environmental only
Concomitant objectives	Financial sustainability High levels of tourist satisfaction	

Fonte: Weaver (2005)

(6) “Hard” pode ser minimalista, “soft” pode ser compreensivo

“Hard ecotourism” – tradicionalmente encarado com o bom ecoturismo, contém potenciais desvantagens:

- os seus participantes, pouco numerosos, viajam durante longos períodos em espaços frágeis onde infestantes e outras espécies exóticas podem ser inadvertidamente introduzidas e difundidas; intromissão em culturas locais menos modernizadas.
- apesar das estadias mais prolongadas, os reduzidos números geralmente não geram fluxos de rendimento suficiente para induzir o “efeito de incentivo” (ou seja, a capacidade do sector para fornecer um incentivo económico à preservação dos habitats naturais, que de outro modo podem ter usos potencialmente menos benignos mas mais rentáveis como extracção de madeira);
- pode-se obter maior rendimento com o modelo de turismo elitista de tarifas muito elevadas para pequenos grupos, mas que levanta questões éticas e sociais.
- há ecoturismo *hard* e minimalista: o desejo de encontrar um pássaro ou um mamífero raro pode transcender ou substituir o desejo de aprender acerca da vida selvagem ou de a preservar;



(7) Conciliar “Soft” e “Hard”

“Soft ecotourism” pode com mais probabilidade fornecer aquele efeito de incentivo”, principalmente porque pequenos acréscimos nas tarifas de entrada, podem aumentar consideravelmente o rendimento total sem reduzir a procura;

A concentração espacial do “soft ecotourism” minimiza o espaço directamente afectado.

Os objectivos de sustentabilidade contidos no modelo compreensivo (inclusivo) são obtidos com a conciliação entre *hard* e *soft* ecoturismo, ou seja, entre pequena e grande escala de actividade.

Essa conciliação obtém-se através de várias estratégias de separação espacial e temporal

Exemplo: a maioria dos visitantes do Grand Canyon (95%) é constituída por ecoturistas “soft” que limitam a sua visita a uma pequena área do parque (5%) de sítios e corredores infraestruturados, a pequena minoria dos “hard” prefere visitar a restante área do parque “primitiva”; os fundos gerados na primeira são utilizados na gestão desta última (Weaver,2005:450).

(7) Conciliar “Soft” e “Hard”

Fonte: Weaver (2005)

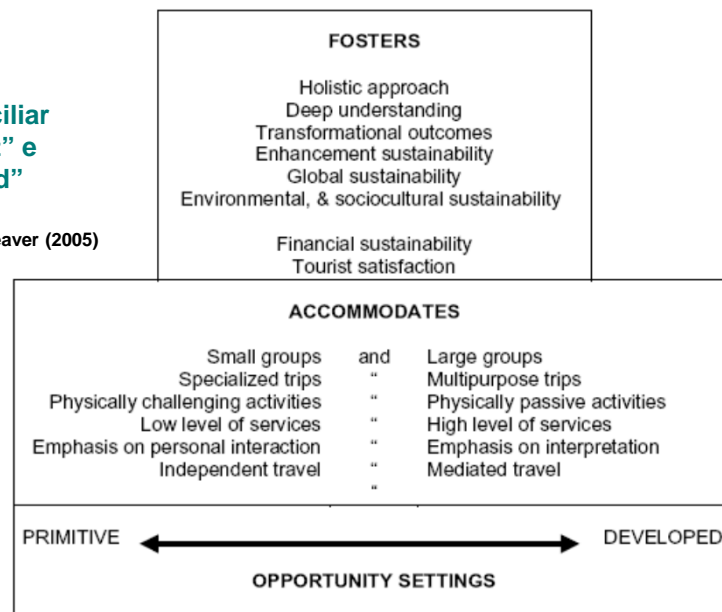


Figure 2. Modified Comprehensive Model

4º Estudo de caso. Actividades e motivações na segmentação dos turistas de natureza

Mehmetoglu (2007)

Ponto partida:

Assume-se na investigação em turismo que as motivações e as actividades dos turistas estão significativamente relacionadas

Objectivo:

desenvolver uma tipologia de turistas de natureza com base nas suas actividades e avaliar a relação dessa tipologia com as motivações dos turistas

Caso em estudo:

Duas atracções baseadas na natureza / "wilderness centre", na Noruega

Tipologia com base nas actividades

Table 3
Mean comparisons of trip activity factors by clusters

Trip activity factors	Clusters		
	Culture and pleasure activity oriented (<i>n</i> = 42)	Nature activity oriented (<i>n</i> = 26)	Low-activity oriented (<i>n</i> = 14)
Visiting historic/cultural activities	3.63	3.38	2.65
Challenging nature-based activities	1.18	2.10	1.19
Relaxing nature-based activities	1.92	3.36	1.61
Pleasure-based activities	3.29	2.72	2.04

Fonte: Mehmetoglu (2007)

Motivações consideradas

Table 1
Travel/trip motivations' principal component factor loadings

Travel/trip motives	Factor 1 Nature	Factor 2 Physical activities
To be close to nature	0.830	
To experience nature	0.825	
To visit natural attractions	0.591	
To engage in nature-based activities		0.706
To engage in non-challenging physical activities		0.776
To engage in challenging physical activities		0.810
To do/experience something new		
To visit new places		
To learn about new things/places/cultures		
To gain in experience/knowledge		
To mentally relax		
To have time for yourself		
To get away from everyday life		
To experience something adventurous		
To have fun		
To be with friends and relatives		
To have social contact		
To have experiences to talk about		
To improve your self-confidence		
To obtain a feeling of achievement		
Cronbach's alpha	0.76	0.79

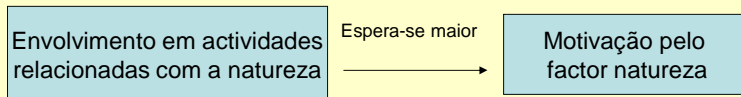
Fonte: Methmetoglu (2007)

Actividades, motivações, características demográficas e da viagem

Table 7
Profile of the three activity-based clusters

I. Culture and pleasure activity oriented	II. Nature activity oriented	III. Low-activity-oriented
<ul style="list-style-type: none"> ● 36% ● Interested in cultural and pleasure activities ● More likely to be motivated by "physical activity" to travel than cluster III ● More likely to be motivated by "novelty learning" to travel than cluster III ● More likely to be motivated by "mundane everyday" to travel than cluster III ● More likely to be motivated by "social contact" to travel than cluster III ● More likely to have an household income under €62.500 per year ● More likely to travel in a package/group tour 	<ul style="list-style-type: none"> ● 22% ● Interested in relaxing and challenging nature activities ● More likely to be motivated by "physical activity" to travel than the <i>other two clusters</i> ● More likely to be motivated by "novelty learning" to travel than cluster III ● More likely to be motivated by "mundane everyday" to travel than cluster III ● More likely to be motivated by "social contact" to travel than cluster III ● More likely to have an household income above €62.500 per year ● More likely to travel independently 	<ul style="list-style-type: none"> ● 42% ● Least interested in any of the activities ● More likely to have an household income under €62.500 per year ● More likely to travel independently

Discussão / Implicações



No entanto o cluster “actividades na natureza” não se distingue significativamente dos outros 2 quanto à motivação “natureza”

Motivações

- “nem todos os turistas que visitam atracções naturais ou que participam em actividades relacionadas com a natureza podem ser considerados turistas de natureza na perspectiva motivacional”
- definição com base nas motivações é mais apropriada para fins académicos

Actividades

- as definições / classificações com base nas actividades servem melhor as necessidades da indústria turística por abrangerem todos os que participam nas actividades, dirigindo-se por isso ao mercado do turismo de natureza.

Tende-se a tratar como segmentos completamente distintos

Turistas de natureza

Turistas de cultura ou de lazer

No entanto, os 2 clusters diferem quanto a rendimento; viagem independente ou organizada; não diferem quanto a:

- motivações (ambos valorizam os aspectos culturais e naturais)
- características demográficas (género, idade)
- e características da viagem (duração da viagem, gastos em viagem,)

Em alternativa propõe a distinção

Turistas activos
“orientação cultura e lazer”
“orientação natureza”

Turistas passivos
“orientação pouca actividade”

Dado que estes tipos já se distinguem pelas motivações:

- os primeiros estão mais motivados por “actividades físicas”, “novidade / aprendizagem”, “fuga à rotina diária”, “contactos sociais”

1.4. O mercado do ecoturismo: alguns factos e números

(1) O crescimento do turismo em geral

O turismo a nível mundial continua a crescer

- ✓ riqueza criada: 10% do PIB mundial;
- ✓ o número de chegadas de turistas internacionais ultrapassou os 700 milhões em 2002 e os 800 milhões em 2005

Esse crescimento é maior nos países em desenvolvimento

- ✓ O turismo internacional cresce a uma taxa de 9,5% ao ano nos países em desenvolvimento contra 4,6% a nível mundial;
- ✓ O turismo é o mais importante sector exportador na maioria dos países em desenvolvimento.

Ainda que a maioria do turismo contemporâneo se encontre nos países desenvolvidos

(TIES, 2006)

Razões para o acréscimo do turismo internacional e sua expansão para destinos cada vez mais longínquos (Azaria, 2004: ...)

- ✓ redução do custo do transporte aéreo;
- ✓ aumento dos rendimentos disponíveis e do nº de dias férias/ ano nos países ocidentais;
- ✓ aumento do sentimento de compressão tempo-espaco pela recente revolução das comunicações;
- ✓ familiaridade crescente dos ocidentais com o seu país e outros países do ocidente significa que esses lugares já não respondem à sua busca pelo outro;
- ✓ a procura do exótico e do remoto já não é só feita por aventureiros mas por um nº crescente de cidadãos (da classe média)

(2) O crescimento do ecoturismo

O ecoturismo/turismo de natureza cresce (três vezes) mais que o turismo em geral

- ✓ a expansão faz parte da diferenciação crescente do turismo moderno (Azarya, 2005);
- ✓ em conjugação com a crescente consciência ambiental e social dos consumidores (TIES, 2006);
- ✓ O ecoturismo / turismo de natureza abarca 20% das viagens turísticas internacionais (Cousins, 2007);
- ✓ a maior parte da expansão do turismo está a ocorrer nas e à volta das áreas naturais remanescentes a nível mundial (TIES, 2006);
- ✓ mas a grande maioria do turismo de natureza encontra-se nos países desenvolvidos

Evolução do número de hóspedes e dormidas em Portugal, Continente (em milhares)

	Número de hóspedes			Número de dormidas			Dormidas por hóspede	
	2012	2018	variação %	2012	2018	variação %	2012	2018
Empreendimentos turísticos	11820	19291	63	31886	49296	55	2,70	2,56
Hotelaria	11427	18504	62	31041	47743	54	2,72	2,58
TER	323	677	110	705	1350	91	2,18	1,99
Agroturismo	53	132	149	115	262	128	2,17	1,98
Casas de campo	129	320	148	286	684	139	2,22	2,14
Hotéis rurais	94	198	111	182	351	93	1,94	1,77
Outros TER	47	27	-43	122	53	-57	2,60	1,96
Turismo de habitação	70	110	57	140	203	45	2,00	1,85
TER + turismo de habitação	393	787	100	845	1553	84	2,15	1,97
Alojamento local	1541	3636	136	3221	7898	145	2,09	2,17
Total alojamentos	13361	22927	72	35107	57194	63	2,63	2,49

Fonte da informação: INE, Estatísticas do Turismo

Figura 1.17 – Indicadores da procura turística nos estabelecimentos de TER e Alojamento Local da Madeira

TIPOLOGIA	INDICADOR	2012	2013	2014	2015	VAR (12/15)	TCMA
Alojamento Local	Hóspedes	19 296	27 210	41 241	68 094	227%	48%
	Dormidas	102 291	142 815	206 076	818 290	206%	45%
	Estada média	5,30	5,25	5,00	4,97	-6,8%	-2,2%
	Taxa ocupação cama	18%	20%	22%	28%		
TER	Hóspedes	9 716	18 770	15 745	18 091	86%	28%
	Dormidas	48 712	60 055	68 004	78 581	80%	22%
	Estada média	4,50	4,86	4,82	4,84	-8,5%	-1,2%
	Taxa ocupação cama	20%	26%	34%	34%		

Fonte: DREM (2016); análise IPDT

Fonte: extraído de Região Autónoma da Madeira, Estratégia para o Turismo da Madeira 2017-2021

Figura 2 – Evolução do número de dormidas na Madeira (milhares) por país de origem, de acordo com os dados do Instituto Nacional de Estatística e da Secretaria Regional do Plano e Finanças da Madeira

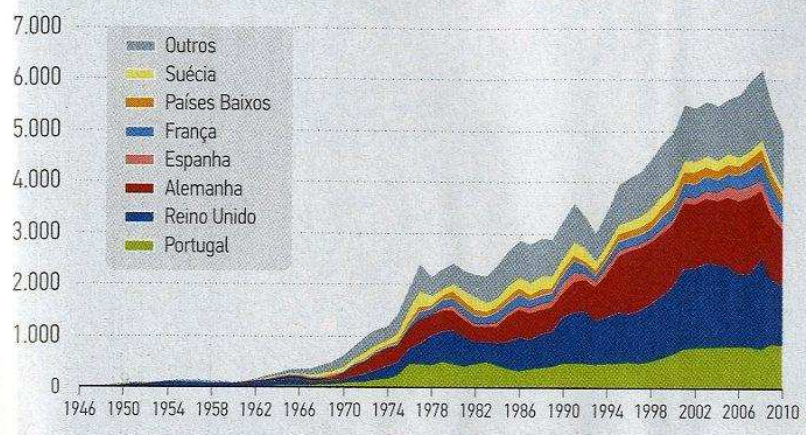
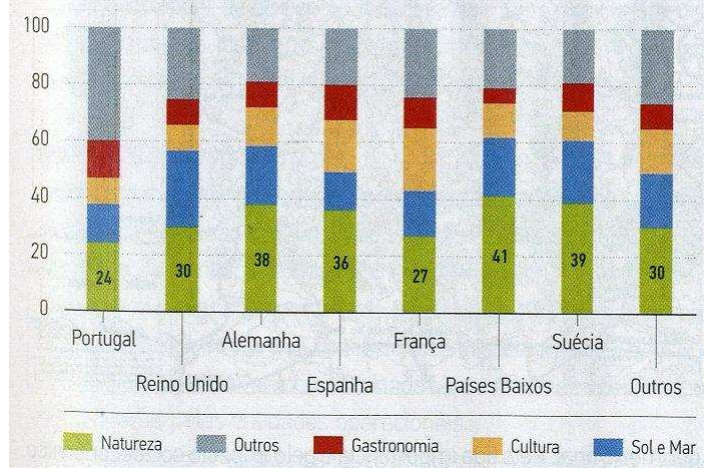


Figura 3 – Razões justificativas da visita à Madeira num estudo sobre o gasto turístico realizado em 2009-2010 pela ECAM para a Secretaria Regional de Turismo



Bibliografia:

- Cottrell, S. Duim, R., Ankersmid, P. e Kelder, L. (2004), Measuring the sustainability of tourism in Manuel Antonio and Texel: a tourist perspective, *Journal of Sustainable Tourism* 12 (5): 409-431.
- Gómez, Cristóbal; Noya, Francisco e Paniagua, Angel (1999), Actitudes y Comportamientos Hacia el Medioambiente en España, Madrid, *Centro de Investigaciones Sociológicas, Opiniones y Actitudes* Nº 25.
- Guimarães, H., Nunes, L, Madureira, L., Santos, J., Boski, T. e Dentinho, T. (2015), Measuring birdwatchers preferences: a case for using online networks and mixed-mode surveys, *Tourism Management* 46, 102-113.
- Hvenegaard, G. (2002), Using tourist typologies for ecotourism research, *Journal of Ecotourism* 1(1): 7-18.
- Mehmetoglu, M. (2007), Typologising nature-based tourists by activity: theoretical and practical implications, *Tourism Management* 28: 651-660.
- Orams, Mark (2000), Tourists getting close to whales, is it what whale-watching is all about?, *Tourism Management* 21: 561-569.
- Ratola, Diana, Novais, Ana e Canadas, Maria João (2014), Consumidores, Atitudes e Percepções da Sustentabilidade dos Recursos Piscatórios, *Revista de Cultura do Alto Minho*, II série, n.º 8, Janeiro, 111-128.
- Rodrigues, Isabel-Arcângela (2008), Tipos de Turistas e Percepções de Sustentabilidade. O Caso da Ilha de Santo Antão/Cabo Verde, Lisboa, ISA.

-
- TIES (2006), Fact Sheet: Global Ecotourism, in www.ecotourism.org
 - Tisdell, C. e Wilson, C. (2005), Perceived impacts of ecotourism on environmental learning and conservation: turtle watching as a case study, *Environment, Development and Sustainability* 7: 291-302.
 - ThinkTur (2007), Programa de visitação e comunicação na rede nacional de áreas protegidas, ICNB.
 - Truninger M. e Schmidt L. (coord.) (2019), Segundo inquérito sobre sustentabilidade: sumário executivo, Lisboa, ICS/Observa.
 - Valente S. e Ferreira J. (2014), Ambiente: das preocupações às práticas, in Schmidt e Delicado (org.), *Ambiente, alterações climáticas, alimentação e energia: a opinião doas portugueses*, Lisboa, ICS.
 - Vaz, Sofia (edit.) (2012), *Environment: why read the classics?*, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian / Greenleaf Publishing.
 - Weaver, David (2002), Hard-core ecotourists in Lamington Nacional Park, Australia, *Journal of Ecotourism* 1(1): 19-35.
 - Weaver, David (2005), Comprehensive and minimalist dimensions of ecotourism, *Annals of Tourism Research* 32(2): 439-455.
 - Wurzinger, S. e Johansson, M. (2006), Environmental concern and knowledge of ecotourism among three groups of Swedish tourists, *Journal of Travel Research* 45: 217-226.