

Turismo de natureza: Comportamentos e perceção do impacto ambiental

Dissertação de Mestrado

Ana Paula Silva Sousa Medeiros

Mestrado em

Ciências Económicas e Empresariais



Turismo de natureza: Comportamentos e perceção do impacto ambiental

Dissertação de Mestrado

Ana Paula Silva Sousa Medeiros

Orientador

Prof. Doutor Fernando Rosa Rodrigues Lopes

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Ciências Económicas e Empresariais, com especialização em Economia e Políticas Públicas.



RESUMO

A estratégia do turismo regional define o destino Açores com base na natureza e apresenta a paisagem como pristina, o mar e os animais marinhos como únicos, criando uma imagem e expectativas centradas em ícones da paisagem e da vida selvagem açoriana.

Este trabalho estuda a procura turística regional em S. Miguel, mormente a percepção que os turistas têm dos impactos ambientais provocados pelas suas atividades, tendo em conta os seus valores e atitudes face às problemáticas ambientais, utilizando o quadro conceptual do New Environmental Paradigm (NEP).

Um inquérito realizado a 376 turistas caracterizou os seus valores, os seus comportamentos pré-visita, os motivos de escolha do destino e a sua percepção dos impactos potenciais provocados pela sua visita. A segmentação com base na NEP identificou que 63% da amostra, tem valores ambientais ecocêntricos ou amigos do ambiente. Dos quatro *clusters* identificados com recurso à escala NEP, dois destacam-se por terem valores amigos do ambiente. Em ambos se regista uma predominância de turistas jovens, respetivamente 63% e 43%, nacionais e do sul da Europa, que demonstram uma percepção dos impactos ambientais negativos elevada, em particular o excesso de visitantes, o lixo e a degradação da vegetação natural.

A introdução de zonamento nas áreas mais sensíveis, o reforço da informação ambiental, a introdução de regras e códigos de conduta para o grupo mais sensível a alterar os seus comportamentos pode aumentar a sustentabilidade da atividade.

Palavras-chave: Turismo de Natureza, atitudes pro-ambientais, NEP

ABSTRACT

The touristic strategy of this region defines the Azores destination with base on nature and presents the landscape as pristine, sea and marine animals as unique, creating an image centered on icons of landscape and Azorean wildlife.

The present work analyses the tourist demand in S. Miguel focusing on the perception of the impacts caused by their activities, their values and attitudes towards environmental problems, using the conceptual framework of New Environmental Paradigm (NEP).

A survey proposed to 376 tourists characterized their values, their pre-visit behavior, the reasons for choosing the destination and their perception of the potential impacts of their visit. Segmentation based on the NEP identified that 63% of the sample has ecocentric and environmentally friendly values. Of the four clusters identified with the NEP scale, two of them stand out as Environmentally Friendly Tourists. In both cases there is a predominance of young tourists, 63% and 43%, respectively, national and southern Europe, who show a high perception of negative environmental impacts, in particular the excess of visitors, litter and natural vegetation degradation.

Introduction of zoning in the most sensitive areas and reinforcing environmental information and introducing rules and codes of conduct for the group most sensitive to change their behavior will increase the sustainability of the tourism activity.

Keywords: Nature based tourism, pro-environmental attitudes, NEP

AGRADECIMENTOS

À minha família, pelo apoio incondicional;

Ao meu orientador, pela preciosa orientação e motivação;

Aos responsáveis e colaboradores da Fábrica do Chá da Gorreana, pelo apoio na
distribuição dos inquéritos;

A tantos desconhecidos, que generosamente se prontificaram a participar.

ÍNDICE

CAPÍTULO I. Turismo de natureza e impacto ambiental	8
Impactos económicos do turismo	14
Impactos políticos e sociais do turismo	15
Efeitos ambientais e ecológicos do turismo	17
Capítulo II. Âmbito e Metodologia	20
A amostra e administração do inquérito	20
A Amostra recolhida.....	22
Estrutura do questionário.....	23
Conhecimento das questões ambientais:	24
Atitudes amigas do ambiente.....	25
Comportamentos pré-visita:	29
Impactos do Turismo	32
O turista	37
CAPÍTULO III. Motivação de escolha de destino e caracterização dos turistas	40
Caracterização dos turistas	43
Caracterização da visita e escolha do destino.....	43
Conhecimento do Destino	46
CAPÍTULO IV. Segmentação de acordo com a atitude pro-ambiental.....	49
Análise socio-demográfica:	60
Análise segundo as características de viagem:	61
Análise dos clusters por motivo principal de visita:.....	64
Análise dos clusters por comportamentos pré-visita:	66
CAPÍTULO V. Perceção dos impactos da atividade turística:	71
CAPÍTULO VI. Discussão e Conclusões	77
Limitações metodológicas do trabalho:	82
Recomendação para a gestão	83
ANEXO I. Testes de Kolmogorof-Smirnoff	87
ANEXO II-Testes de Kruskall Wallis.....	89
ANEXO III - Questionario administrado:	93
Lista de referências.....	96

LISTA DE TABELAS

Tabela 1. Características da amostra base	21
Tabela 2. Questões sobre o conhecimento dos Açores:.....	25
Tabela 3. Escala NEP.	28
Tabela 4. Comportamentos pré-visita declarados.....	30
Tabela 5. Impactos positivos do Turismo.....	34
Tabela 6. Impactos negativos reconhecidos	37
Tabela 7. Tempo médio de visita.....	44
Tabela 8. Análise de components principais dos motivos de visita.	46
Tabela 9. Conhecimento sobre os Açores.	48
Tabela 10. Histórico de algumas atividades wildlife nos Açores.....	51
Tabela 11. Matriz de componentes principais – Análise factorial da Escala NEP.....	58
Tabela 12. Centros de Clusters obtidos.	59
Tabela 13. Caracterização sociodemográfica dos clusters.	60
Tabela 14. Características da Viagem	63
Tabela 15. Caracterização dos clusters por motivo de viagem.....	65
Tabela 16. Avaliação de Locus de Controlo por cluster.....	67
Tabela 17. Comportamentos pré-visita por cluster.....	68
Tabela 18. Impactos positivos reconhecidos pelos visitantes (por cluster).	73
Tabela 19. Impactos negativos reconhecidos (por cluster).....	74
Tabela 20. Quadro sumário das características diferenciadoras de cada cluster.	80
Tabela 21. Distribuição da amostra relativamente ao conhecimento.	87
Tabela 22. Distribuição da amostra relativamente á Escala NEP.....	88
Tabela 23. Distribuição da população face aos impactos negativos.....	88
Tabela 24. Teste de Kruskall Wallis ao conhecimento demonstrado sobre os Açores. .	89
Tabela 25. Teste de Kruskall Wallis aos comportamentos declarados fora de férias. ...	90
Tabela 26. Teste de Kruskall Wallis a questões socio-demográficas.....	90
Tabela 27. Testes de Kruskall Wallis as variáveis da Escala NEP.....	91
Tabela 28. Testes Kruskal Wallis aos impactos positivos reconhecidos.....	91
Tabela 29. Testes de Kruskall Wallis as variáveis efeitos negativos do turismo de natureza.....	92



CAPÍTULO I. Turismo de natureza e impacto ambiental

O turismo de natureza tem o potencial de associar os objetivos de desenvolvimento económico e de conservação da natureza aumentando as necessidades de gestão ambiental dos recursos que o sustentam (Ahn *et al.* 2002). Tem sido por isso um dos sectores recomendados pela Organização Mundial de Turismo como um segmento a desenvolver e a gerir numa estratégia de desenvolvimento sustentável.

Embora não exista uma definição standard de turismo de natureza, BOO (1990) define-o turismo como a atividade "*que consiste em viajar para espaços naturais relativamente imperturbados ou não contaminados, com o objetivo específico de estudar, admirar, aproveitar o cenário e as suas plantas e animais selvagens, bem como quaisquer manifestações culturais existentes naquelas áreas*".

As atividades de turismo de natureza desenvolvem-se numa variedade de ambientes terrestres e marinhos mas têm em comum a sua dependência de recursos naturais normalmente relativamente prístinos ou mesmo protegidos. Por isso, está muitas vezes associado à conservação e preservação da natureza, embora não se desenvolva unicamente em áreas sujeitas a regimes especiais de proteção da natureza.

Em termos regionais, os Açores têm vindo a apostar fortemente nos últimos anos na vertente turística como estratégia fundamental de desenvolvimento económico. Esta aposta estava já identificada no Plano de Ordenamento Turístico para a Região Autónoma dos Açores (POTRAA, 2008) que definiu aquele vetor como potenciador da



economia regional, tentando tirar partido da inegável beleza natural das ilhas açorianas, uma vantagem competitiva deste mercado regional face a mercados concorrentes.

Segundo dados da Associação Empresarial de Portugal (2008), a vertente específica de turismo de natureza representa cerca de 6% do total de turistas que se deslocam ao nosso país. Nos territórios insulares esta percentagem aumenta: 20% do total de turistas que escolhem a Madeira e 36% do total de turistas que têm como destino os Açores pretendem desfrutar do turismo de natureza.

Não admira por isso que a sustentabilidades do turismo de natureza seja alvo de amplo debate e estudo, a nível global mas também regional, tendo em conta todas as implicações positivas e negativas que a própria atividade pode ter no ambiente natural, mesmo para níveis de uso considerados baixos.

Com taxas de crescimento elevadas em atividades como os percursos pedestres, a observação de cetáceos ou o mergulho, os impactos tendem a ser maiores e podem contribuir para a degradação do recurso natural que sustenta esta atividade.

Na senda deste entendimento, vários autores argumentam que ao encorajar um maior uso de áreas naturais e um maior acesso a habitats sensíveis ou vulneráveis, o turismo de natureza pode mesmo degradar o ambiente natural (Butler,1990; Nelson,1994; Steele,1995; Wheeller,1993).

Por seu turno, Russell (1994) questiona o contributo para a preservação da natureza de atividades de ecoturismo/turismo de base natural argumentando que as experiências não são eficazes no aumento da consciência ambiental e que contribuem negativamente em termos ambientais, gerando lixo e degradando ou destruindo habitats. A sustentabilidade do turismo de natureza depende acima de tudo do comportamento que os turistas possam ter em ambiente natural (Budenau, 2007). Diversa literatura foca-se



na identificação do tipo de consumidor turístico que pelos seus valores e comportamentos durante a visita pode diminuir o impacto da atividade sobre os recursos naturais e inclusive promover a conservação da natureza (McNeely, 1998; Kollmuss e Agyeman, 2002; Dolnicar *et al.* 2008; Shamsub e Lebel, 2012; Lee *et al.*, 2013).

Nascem assim diversas nomenclaturas para este "tipo" de turista, conforme os autores os percebem e os definem. Algumas das designações mais comuns no turismo de natureza são os "*Environmental Friendly Tourists (EFT)*", os "*ecoturistas*" e os "*turistas sustentáveis*".

Para Dolnicar *et al.* (2008), o turismo de natureza vai para além da visita a espaços naturais e implica uma relação afetiva com a natureza e a preservação do ambiente. Pelo que, segundo estes autores, os turistas que se dedicam a esta atividade e demonstrem essa afetividade para com os ambientes naturais são designados de Environmental Friendly Tourists (EFT). Lee *et al.* (2013), por seu turno, expandem esta definição definindo os EFT como aqueles que agem para reduzir o dano que provoca num destino específico.

McNeely (1988) considera antes o conceito de ecoturista. A definição deste tipo de turista, para o autor, seria a do visitante que viaja para áreas protegidas para enveredar por atividades não consumptivas tais como atividades recreativas de carácter ascético, de cariz sociocultural, científico, educacional, espiritual ou ainda com a finalidade de conhecer a história do local.

Também o conceito de turismo sustentável, enquanto atividade "*...economicamente viável, mas que não destrói os recursos em que o turismo do futuro irá depender, nomeadamente o ambiente físico e o tecido social da comunidade recetora*" (Swarbrooke, 1999), se interliga ao conceito de "turista sustentável". Este turista seria o



que reconhece a necessidade de ter atitudes positivas relativamente ao turismo, e por isso opta por “...conscientemente minimizar os impactos negativos da sua ação no ambiente natural ou construído” (Kollmuss e Agyeman, 2002) nomeadamente através da escolha de pacotes turísticos sustentáveis (Chafe, 2005). Shamsub e Lebel (2012) também apresentam uma definição deste tipo de turista, reconhecendo que são aqueles que concordam em agir de acordo com os códigos de conduta recomendados para viagens a ambientes naturais e reconhecem que as suas atividades têm impactos no ambiente. Por isso ajustam as suas ações com o intuito de minimizar os seus impactos. Além disso, segundo estes últimos autores, os turistas sustentáveis gostam de contribuir para a economia local optando pela compra de produtos locais.

A realidade dos impactos negativos gerados pelas atividades turísticas em geral mantém-se, realçando assim a *décalage* existente entre as intenções e os comportamentos tanto na escolha do destino como durante a visita com diferenças importantes entre várias nacionalidades (Budeanu, 2007). A literatura sobre os impactos negativos e positivos do turismo tende a evidenciar noções como capacidade de carga (Getz (1983), O’Rilley (1986) ou McCool e Lime (2001), ou os limites de transformação aceitáveis para uma dada realidade turística (Shelby e Heberlein, 1986; Hammitt e Cole, 1987; ou Kuss et al., 1990) como conceitos operacionais que permitem quantificar a pressão sobre o destino.

O conceito de capacidade de carga refere-se ao ponto, medido por indicadores biofísicos ou pela percepção de *crowding* (Bentz et al. 2015), a partir do qual níveis mais altos de utilização ou desenvolvimento da atividade turística levam a uma inaceitável deterioração no ambiente físico e a uma menor satisfação na experiência do próprio turista. A noção de capacidade de carga tem também uma vertente “social”, denominada de “*perceived crowding*” (Shelby e Heberlein, 1986, Vaske e Shelby, 2008), definida



como a avaliação negativa que os turistas têm da experiência de encontros com outros turistas nos mesmos locais.

A este propósito, Bentz, *et al.* (2015) estudaram a problemática do *crowding* na experiência de Whale Watchers em algumas ilhas do arquipélago dos Açores durante as suas atividades. Concluíram que existe uma *condição mínima aceitável* para que aquela prática continue a ser agradável para todos os envolvidos. Para aqueles pesquisadores, a delimitação desta condição mínima aceitável poderá implicar a adoção por parte dos gestores ambientais de medidas como o zonamento espacial, o reforço da aplicabilidade dos regulamentos existentes, a melhoria dos níveis de educação ambiental e de programas de consciencialização, ou mesmo a limitação do número máximo de visitantes em locais sensíveis. Estes limites atuariam como forma de diminuir a degradação que a saturação dos locais visitados pode ter na experiência turística de cada visitante.

McCool e Lime (2001) reavaliam este conceito, sugerindo que os gestores turísticos deveriam olhar com particular atenção para as condições que seriam desejáveis e apropriadas para que um determinado destino consiga sustentar a atividade turística, pois que a manutenção destas condições desejáveis estará no centro das preocupações acerca dos impactos ou do nível de saturação da capacidade de carga.

Uma outra visão desta problemática sublinha que, admitindo que os impactos ambientais ocorrem necessariamente como consequência da utilização dos espaços naturais para fins recreativos, poderão existir limites “aceitáveis” dentro de um determinado limiar crítico. A determinação deste limiar envolverá avaliações quantitativas do ambiente, mudanças e julgamentos sociais sobre a aceitabilidade de tal mudança (Shelby e Heberlein, 1986; Hammitt e Cole, 1987; Kuss *et al.*, 1990).



A centralidade do conceito de capacidade de carga, focado na relação entre o visitante e o recurso visitado, não é, no entanto, isenta de críticas, seja pela dificuldade de quantificação (Buckley, 1999), seja pela “ilusão de controlo” por parte dos decisores apontada por McCool e Lime (2001).

Como visto acima, efetivamente, o impacto do turismo depende do volume e das características dos turistas (incluindo a duração da estadia, as atividades desenvolvidas, os meios de transporte utilizados, etc. (Smith (1977)).

Numa outra vertente, Mathieson e Wall, (1982) argumentam que as características dos recursos (incluindo as características naturais, nível de desenvolvimento, estrutura política e social), são igualmente importantes, porquanto determinam o grau de robustez da atividade turística e do seu nível de desenvolvimento. Para estes autores, se o cálculo dos impactos económicos é mais ou menos pacífico, o cálculo dos impactos ambientais e sociais, sendo mais complexo, abrange diversos fenómenos. Defendem por isso que devam ser distinguidos os eventos induzidos pelo turismo de outros agentes de mudança, e assegurar que os efeitos secundários e terciários são considerados na forma como as situações se apresentavam antes da exploração turística e depois do início daquela exploração.

Segundo estes autores, a dificuldade de quantificar os impactos ambientais e sociais determinam que o resultado líquido daquela atividade não seja facilmente apreciável. Havendo mesmo quem se questione se os mesmos não ultrapassarão os benefícios económicos da atividade (Lindberg *et al.* 2001).



Impactos económicos do turismo

Sendo os impactos mais facilmente reconhecíveis os de carácter económico, estes têm sido largamente documentados por diversos autores, como Archer (1977), Tisdell (2000), Vogel (2001) e muitos outros.

O turismo internacional é reconhecido como uma indústria exportadora por excelência, que cria uma corrente de moeda estrangeira no país de destino, contribuindo diretamente para o equilíbrio da balança de pagamentos. Tal como outras indústrias exportadoras, o influxo de rendimentos proporciona lucros às unidades de negócio, rendimentos aos proprietários, salários e impostos. No entanto, em anos recentes vários escritores têm apresentado reservas acerca do real benefício atribuído ao turismo demonstrando-se cétricos quanto às possibilidades desta atividade enquanto ferramenta para melhorar o bem-estar das populações indígenas ou dos residentes. Por exemplo, Tosun *et al.* (2003) concluíram, em estudo efetuado na Turquia, que apesar do aumento de desenvolvimento económico alcançado por via do turismo, a atividade provocou desigualdades entre regiões e classes sociais daquele país.

Theobald, W. (2005), concluiu no seu livro, sobre os benefícios económicos desta atividade particular, que se o turismo cria ou não benefícios líquidos para uma determinada sociedade em detrimento de outras formas de desenvolvimento, tal dependerá primeiramente da natureza do país em causa e das formas alternativas de desenvolvimento que seriam praticáveis. Outrossim, no interesse da diversificação, considera aquele autor que algumas vezes é desejável promover outras formas de desenvolvimento apesar de algumas delas poderem oferecer menores benefícios líquidos para um determinado local.



Impactos políticos e sociais do turismo

Apesar das muitas virtudes apregoadas pelo turismo como forma cordata do relacionamento entre nações (Litvin, 1998, Leitner, 1999), o incremento de viagens entre países desenvolvidos e em desenvolvimento põe em confronto muitas vezes pessoas com culturas muito diferentes, estilos de vida e rendimentos contrastantes.

Onde estas disparidades são muito grandes, as consequências políticas e sociais podem ser bastante severas. Em casos extremos, autores como Hall e Jenckins (1995), falam de um tipo de neocolonialismo, que consiste na tomada de poder económico por companhias multinacionais, que vão negociar apenas a nível nacional e esperar que os “problemas” sejam resolvidos ao mesmo nível. Neste tipo de investimentos, muitas vezes os empregos especializados são também tomados por estrangeiros, deixando o trabalho menos remunerado para as populações indígenas.

Theobald, W. (2005), por seu turno, aponta positivamente para o facto de o turismo doméstico poder agir para fortalecer o sentimento nacional, fortalecendo um sentido de orgulho na herança do país de origem dos viajantes e proporcionando um sentido de união nacional muito útil para prevenir a fragmentação regional. Segundo o mesmo, desde que as características individuais e identitárias das várias regiões não se percam, aquelas viagens podem beneficiar tanto os visitantes como os próprios locais visitados.

Buttler e Hinch (1996) destacam as diferenças culturais entre visitantes e visitados, evidenciando que nos países em desenvolvimento as singularidades culturais são mesmo o foco da indústria turística local. Porém, alertam também para o facto de que aquelas diferenças podem ser tão grandes que a compreensão mútua pode ser substituída pela antipatia.



Segundo aqueles autores, estes problemas são exacerbados porque os turistas são, por definição, estranhos num determinado destino, com códigos de conduta, de vestuário e de comportamento diferentes dos residentes, e às vezes, antagónicos. No ambiente descontraído e desinibido das férias, por vezes os turistas deixam vir à tona comportamentos desviantes como a consumo excessivo de álcool, prostituição, droga, jogo ou vandalismo. Por outro lado, os visitantes tornam-se vulneráveis ao roubo ou a crimes perpetrados por locais, que veem nesta atitude uma forma de “acertar contas”.

Haralambopoulos e Pizam (1996), num estudo realizado em Samos, Grécia, concluíram que, apesar do apoio dos residentes àquela atividade económica, os mesmos distinguiam com clareza uma quantidade de impactos negativos na sua área de residência, e além dos comportamentos desviantes acima descritos, ainda reconheciam alguma deterioração do seu nível de vida, pelo aumento generalizado dos preços dos bens nas suas áreas de residência.

Igualmente, Getz (1994), num estudo sobre as atitudes dos residentes face ao turismo realizado na Escócia, sublinhou que, à semelhança do sucedido na Grécia, apesar do apoio ao turismo, a percepção negativa dos residentes havia crescido face a um primeiro estudo efetuado anteriormente, em parte pela existência de crises económicas, mas também pelo reconhecimento do declínio dos recursos, da dificuldade desta atividade estar à altura de todos os benefícios apregoados, e ainda do reconhecimento da dependência económica que certas localidades desenvolvem relativamente a esta atividade.

Lindberg *et al* (2001) mapearam os ganhos e perdas sociais do turismo para as populações residentes, advogando que as atitudes dos residentes são bastante heterogéneas. Neste sentido, a própria diversidade de entendimentos é um desafio aos decisores locais que tentam alcançar consensos. O que, segundo Williams e Lawson



(2001), sugere que as opiniões dos locais sobre o turismo são mais ditadas pelos seus valores do que qualquer outra característica nacional.

Apesar disso, há uma constante tensão nos países, porquanto todos querem participar no movimento turístico global, ao mesmo tempo que tentam manter a sua autenticidade cultural (Brunet *et al*, 2001).

No entanto, não deixa de ser verdade que muitos dos problemas socioculturais associados com o turismo são relacionados com a intensidade de desenvolvimento daquela indústria em cada local. É que geralmente o fluxo turístico numa determinada região faz crescer a densidade populacional ao ponto de provocar o *overcrowding* simultaneamente reduzindo o valor da experiência turística ao mesmo tempo e um constrangimento para a população local, que muitas vezes se vê impedida de beneficiar das facilidades naturais da sua área de residência (Theobald, 2005).

Efeitos ambientais e ecológicos do turismo

Como já referido, a extensão e natureza dos danos ambientais e ecológicos gerados pelo turismo está diretamente relacionada com o estágio de desenvolvimento da indústria, o volume dos visitantes, a concentração e uso do espaço e do tempo de um determinado local, a natureza do ambiente em questão e o tipo de planeamento e práticas de gestão adotadas por cada região.

Theobald, (2005), na obra “*Global Tourism*”, defende que uma conceção de desenvolvimento turístico inadequada destrói ambientes naturais insubstituíveis, cujos reais benefícios de longo prazo podem não ter sido devidamente avaliados.

Mais, os próprios turistas são muitas vezes culpados de ajudar a destruir o ambiente envolvente – quanto mais popular um destino, mais o mesmo se degradará pela visita



massiva (Hillery *et al*, 2001). Em muitas áreas turísticas, às vezes por ignorância outras vezes deliberadamente, os próprios turistas provocam danos em culturas agrícolas e colheitas, assustam os animais e deitam lixo ao chão (como papeis ou garrafas de água, por exemplo).

No tocante, por exemplo ao turismo de vida selvagem, os impactos negativos incluem ainda a possibilidade de lesões nos animais, doenças, stress, disrupção de comportamentos naturais e de padrões de reprodução, a poluição ou a destruição de habitats ou mesmo a morte de espécies (Ballantyne e Hughes, 2006, Constantine e Bejder, 2007, Higginbottom, 2004; Newsome *et al.*, 2005).

Hillery *et al*, (2001) exemplificam ainda outro tipo de perturbações decorrentes do turismo, como a depredação de recifes de coral, severamente ameaçados e degradados pela recolha de “recordações”, ou alterações na fauna e flora, por exemplo, pela introdução de plantas invasoras em ecossistemas delicados, transportados em roupas, sapatos e bagagens dos viajantes, ou ainda de insetos, “trazidos” nas viagens de avião.

Como reverso da medalha, alguns autores referem que o turismo doméstico ou internacional tem também um lado positivo, podendo ajudar a promover a conservação natural nas regiões de férias, numa vertente económica, pelo aumento de rendimento de atividades de gestão e proteção da sustentabilidade da própria vida selvagem e dos seus habitats (Buckley, 2002; Fenell, 1999; Wells, 1997; Zeppel e Muloin, 2007), mas também uma vertente educacional, na medida em que é defendido por diversos pesquisadores que a participação em atividades de turismo de natureza encoraja os visitantes a realizar contribuições financeiras e não financeiras para causas ambientais (Powell e Ham, 2008), promovem incentivos socioeconómicos para a conservação dos recursos naturais (Higginbottom *et al*, 2001), e que podem influenciar os



comportamentos dos turistas durante a sua visita (Orams e Hill, 1998; Ballantyne e Packer, 2011).

Apontados os benefícios e os danos desta atividade, resta determinar formas de mitigar as desvantagens inumeradas. A mais eficaz passa por melhorar a qualidade de planeamento e gestão ambiental (Williams e Budke, 1999). Neste sentido, Nepal (2000) sublinha a necessidade de que a política nacional e as equipas de gestão que procuram a proteção de locais turísticos passem a integrar, numa linha, a vertente da investigação científica, e noutra, forjar parcerias entre as populações locais, a indústria em si e os profissionais da área, como forma de implementar e consolidar as boas práticas de gestão turística para promoção da qualidade e sustentabilidade ambiental.

A literatura revista permite concluir que o turismo de natureza tem o potencial de degradar o ambiente natural (Butler, 1990; Wheeler, 1993; Nelson, 1994; Steele, 1995, Gosling, 2002, Ballantyne e Hughes, 2006; Contantine e Bedjer, 2008) podendo, contudo, com políticas e medidas de gestão adequadas, promover a conservação da natureza (Weels, 1997; Fennel, 1999; Buckley, 2002; Zeppell e Mulion, 2007). A consciência dos impactos ambientais e os valores pró-ambientais dos turistas aumenta a probabilidade de comportamentos amigos do ambiente (Lee e Moscardo, 2005; Fairweather *et al.*, 2005; Crouch *et al.* 2005, Ballantyne, Packer e Falk, 2011). Assim a presente tese foca-se no estudo dos valores ambientais como precursores de comportamentos pró-ambientais e na percepção do impacto ambiental da atividade.



Capítulo II. Âmbito e Metodologia

É âmbito desta tese o estudo da percepção dos turistas sobre o impacto ambiental que as suas atividades podem ter no local visitado. E enquanto a maioria da literatura aborda a gestão do turismo de natureza do lado da oferta, seja pela definição de capacidades de carga, de regras de aproximação à vida selvagem, da restrição de acesso e zonamento de áreas que podem ser negativamente afetadas por atividades de lazer e turísticas ou mesmo por experiências de interpretação que visam educar o turista durante a visita, neste estudo a abordagem faz-se do lado da procura. Visamos por isso caracterizar os turistas de natureza e o seu comportamento pré-visita como um indicador avançado de possíveis comportamentos no destino, a sua visão da relação entre a humanidade e o ambiente, o seu conhecimento do destino e a consciência do potencial impacto ambiental da sua visita.

A amostra e administração do inquérito

Para operacionalizar esse objetivo o presente trabalho propôs-se realizar um inquérito a uma amostra de cerca de 400 turistas num local específico frequentemente visitado.

Assim, o trabalho de campo que visa a avaliação de conhecimentos, comportamentos e percepções dos turistas de natureza é feita a partir de um inquérito, previamente elaborado, à população geral de turistas na Fábrica do Chá da Coreana, no período compreendido entre Maio de 2016 e Março de 2017. Durante este primeiro



inquérito é solicitada a cooperação do turista para um segundo inquérito pós-visita, através do pedido de *e-mail* para envio de informação.

Tabela 1. Características da amostra base

	<i>Amostra</i>	<i>Inquérito à satisfação OTA (2016)</i>
% de mulheres	58.4%	49.6%
Idade média	37	n. det.
Ensino Universitário	83.9%	69.5%
Estadia média(dias)	8.8	4.43d
% Portugal	57.4%	48.2%
% Alemanha	7.7%	23.1%
% Espanha	7.2%	11.7%

(Fontes: Inquérito à satisfação 2016, Observatório de Turismo)

Segundo um estudo do SREA (2001) este tipo de inquérito, realizado num sítio específico de grande afluência de turismo, tem a vantagem de ser preciso, dado que a informação é obtida diretamente junto do turista, permite a recolha de informação detalhada e é versátil na sua aplicação. Outrossim, permite ainda a determinação do período de recolha e não há possibilidade de duplicação, porquanto cada viajante cai apenas uma vez na amostra, por se considerar que a mesma pessoa é um viajante diferente para cada viagem efetuada.

Ainda segundo aquela entidade, as desvantagens a apontar são relativas à utilização de entrevistadores, que podem encarecer bastante o procedimento, o tempo disponível para levar a cabo as entrevistas, que pode ser limitado, ou a entrega dos inquéritos para serem preenchidos pelos próprios visitantes, que pode levar a baixas taxas de resposta e pouca qualidade da informação.

No presente trabalho, sendo o método utilizado a entrega de questionários para preenchimento pelo próprio visitante, verificou-se de facto a inutilização de algumas observações por estarem insuficientemente preenchidas, por terem uma qualidade de



resposta questionável ou por as faixas etárias dos respondentes serem muito baixas (foram eliminadas as respostas de menores de 18 anos).

A Amostra recolhida

A recolha de dados foi dividida em duas fases: uma primeira a recolha do inquérito piloto, com 110 observações, a segunda com 392 observações. A taxa de não respostas ou respostas incompletas atingiu o valor de 14%, o que significa que a taxa de respostas se situou na ordem dos 86%.

O inquérito foi disponibilizado na Fábrica do Chá da Gorreana, tendo sido pedido a colaboração dos visitantes e explicitado o intuito do procedimento. A fase de testes determinou a necessidade de uma melhor adequação das perguntas do inquérito, o que se efetivou com a versão definitiva do mesmo.

Do total das observações validadas para o trabalho final, foi necessário ainda reajustar 16 observações por se tratarem de respondentes menores de 18 anos ou respondentes que se deslocavam á região por outras questões que não turísticas.

Pelo que a amostra final é composta por 376 observações, o que, segundo Comrey e Lee (1992) cai no alcance reconhecido como bom ou muito bom (de 300 a 500 observações) para a análise de fatores.

Não sendo objetivo principal deste trabalho a caracterização do “turista padrão” que visita a Região Autónoma, e mais especificamente a ilha de S. Miguel, essa caracterização é possível de determinar a partir de algumas das perguntas do inquérito.



Estrutura do questionário

O questionário elaborado apresenta um conjunto de 14 questões, algumas delas subdivididas em subgrupos de acordo com a finalidade pretendida.

As 14 questões podem agrupar-se em 5 grupos principais, a saber:

1. Questões relativas ao destino em si (conhecimento do local, duração da estada, influência do preço na escolha do alojamento e motivo da escolha;
2. Questões relativas à percepção dos inquiridos relativamente à problemática ambiental (comportamentos pré visita, grau de responsabilidade individual sentido e grau de concordância ou discordância com as questões padrão da escala NEP;
3. Questões relacionadas com o conhecimento do destino;
4. Questões relativas aos impactos ambientais reconhecidos pelos turistas derivados da própria atividade,
5. Questões genéricas sobre a caracterização dos visitantes (idade, sexo, país de origem e grau de escolaridade.

A caracterização dos turistas da natureza pelo lado da procura investiga quais os efeitos de determinadas variáveis estruturais do seu comportamento no destino. Foi por isso a estrutura do inquérito idealizada para responder às seguintes questões de pesquisa:

- 1 – Qual é o conhecimento do nível de qualidade ambiental existente?
 - 2 – Qual é a percepção de possíveis impactos ambientais das atividades turísticas?
 - 3 – Os turistas de natureza têm comportamentos amigos do ambiente que os diferenciam dos restantes turistas?
-



Como argumenta Dolnicar (2010) esta informação é útil para dirigir o esforço de marketing e venda para os segmentos que têm um maior potencial de adotar comportamentos amigos do ambiente. Uma estratégia centrada na procura pode complementar estratégias de gestão da oferta no contexto do turismo de natureza ou do turismo generalista (Ateljevic e Dorne, 2000; Crouch *et al.* 2005; Dolnicar, 2006; Dolnicar e Leish, 2008; Fairweather *et al.*, 2005).

Conhecimento das questões ambientais:

Para avaliar o nível de conhecimento da qualidade ambiental nos Açores um conjunto de 6 questões permite a autoavaliação dos visitantes num conjunto de áreas temáticas (Powell e Ham, 2008).

Segundo Ardoin *et al* (2015) o conceito de conhecimento de questões ambientais abrange o conhecimento de informação factual (Stamation *et al.*,2007), a compreensão de conceitos (Powell *et al*, 2008) e a auto classificação do visitante (Tisdell e Wilson, 2008). A experiência turística pode ter impactos positivos contribuindo para o aumento do conhecimento, de acordo com Ballantyne e Packer (2009), Lee e Moscardo (2005), Tisdell e Wilson (2005), Zeppel e Mulloin (2007), Powell e Ham (2008), e contribuir também para a satisfação do visitante. A avaliação do conhecimento ambiental dos turistas nos Açores a partir duma amostra de 385 turistas à saída da região por Queiroz, (2013) revela um conhecimento limitado das espécies endémicas, e um interesse também limitado a duas espécies exóticas: a hortênsia e o ananás. No que diz respeito às espécies animais revela ainda um conhecimento limitado de espécies carismáticas como as baleias ou os golfinhos.



As atitudes pro-ambientais têm sido definidas como a preferência por determinados locais (Coglhan *et al*, 2011) ou um conjunto de atitudes gerais em relação ao ambiente e à natureza (Ballantyne, Packer e Falk, 2011).

A hipótese de que as atitudes e comportamentos ambientais estão correlacionados com o nível de conhecimento enquadra-se na teoria do comportamento planejado ou racional (Ajzen e Fishbein, 1980). Contrariamente a Queiroz (2013) que coloca a questão do conhecimento de forma aberta, o presente questionário apresenta um conjunto de seis afirmações que o inquirido tem de identificar como verdadeiras ou falsas permitindo um maior controle e comparabilidade do nível de conhecimento pré-visita.

As questões colocadas foram as seguintes:

Tabela 2. Questões sobre o conhecimento dos Açores:

“Por favor, indique se concorda com as seguintes afirmações”

	<i>Verdadeiro</i>	<i>Falso</i>
1	Os golfinhos são a espécie de cetáceos mais vista nos Açores.	
2	As hortênsias são plantas nativas dos Açores.	
3	Só existem caldeiras de água quente nas Furnas.	
4	A Lagoa do Fogo é uma paisagem protegida.	
5	O milhafre é uma espécie protegida.	
6	A criptoméria é uma árvore da floresta Laurissilva.	

Atitudes amigas do ambiente

Já quanto à problemática ambiental, para avaliação das atitudes pró-ambientais será usado um questionário *standard* adaptado de instrumentos como o New Environmental



Paradigm (NEP) desenvolvido por Dunlap e Van Liere (1978), posteriormente revisto por Dunlap *et al.* (2000) e que tem hoje aplicação generalizada (Dunlap,2008).

O pressuposto será que consumidores com atitudes ambientais amigas do ambiente têm uma maior probabilidade de ter comportamentos pró-ambiente do que outros consumidores que só são expostos a práticas amigas do ambiente pelos operadores turísticos no destino (Lee e Moscardo, 2005).

Das várias escalas utilizadas para medir as atitudes ambientais a Ecological Social Paradigm Scale (ESP), a Environmental Concern Scale e a New Environmental Paradigm (NEP) têm sido as mais utilizadas de uma forma consistente (Hawcroft e Milfont, 2010). Não sendo isenta de críticas, como as de Stern (2000) que postula o NEP como um tipo folclórico de teoria ecológica a partir da qual podem ser deduzidas consequências adversas das alterações ambientais, a fiabilidade e a validade da NEP em distinguir atitudes pró-ambiente e não ambientalistas tem sido validada para uma variedade de países e de culturas (Johnson, Bowker e Cordell, 2004; Olli, Grensstad e Wellbaek, 2001; Milfont, Hawcroft e Fischer, 2008). A validade das suas asserções tem também sido testada em diversos trabalhos, como Arcury (1990), Arcuty *et al.*, (1986), Furman, (1998), Pierce *et al.*, (1992), Albrecht *et al* (1982), Geller e Lasley (1985), ou Noe e Snow (1990).

A NEP, na sua versão original (Dunlap e Van Liere, 1978), mede numa escala de Likert de 4 pontos e para um conjunto de 15 itens cinco conjuntos de atitudes relativas ao ambiente:

- 1 - A capacidade da humanidade alterar o equilíbrio ambiental (3,8,13);
 - 2 - A existência de limites ao crescimento económico (1,6,11);
 - 3 - O direito da humanidade a governar/dominar a restante natureza (2, 7, 12);
-



4 - Rejeição do excepcionalismo (4, 9, 14);

5 - Possibilidade duma crise ambiental (5, 10, 15).

Elevados valores para o conjunto das 15 questões indiciam uma orientação ecocêntrica e um compromisso com a preservação da natureza, enquanto valores baixos indicam uma orientação antropocêntrica e a crença no direito da humanidade de explorar os recursos naturais. A obtenção das pontuações tem geralmente sido através da soma das pontuações individuais obtidas em cada questão, como Dunlap *et al* (2000), ou derivando analiticamente vários subfactores, como em Thapa (2001).

Esta escala foi usada para avaliar a variação das atitudes pró-ambientais relativamente às características dos turistas (como Formica e Uysal, 2001), a relação entre atitudes pró-ambiente e a obrigação moral de proteger o ambiente, como em Dolnicar e Leisch, (2007), para avaliar que informação é útil como indicador avançado de comportamentos em férias de turistas com uma pegada ecológica reduzida (Dolnicar, 2010), ou ainda para avaliar a alteração de atitudes antes e depois duma experiência num *resort* de ecoturismo (Lee e Moscardo, 2005).

No nosso trabalho é utilizada uma escala de NEP adaptada com 10 questões principais e 5 níveis de aceitação/rejeição das afirmações apresentadas. A adaptação decorre da exclusão de 5 itens da escala original NEP15 que em anteriores estudos empíricos, como de Dunlap *et al.* (2000); ou de Hawcroft e Milfont (2010) revelam um nível de correlação baixo com os comportamentos ecológicos.

A escala NEP utilizada apresenta as seguintes questões:



Tabela 3. Escala NEP.

“Qual a sua posição sobre os seguintes temas?”

	<i>Concordo completa- mente</i>	<i>Concordo</i>	<i>Não sei</i>	<i>Discordo</i>	<i>Discordo completa- mente</i>
1	Estamos a atingir o número limite de pessoas que a Terra suporta.				
2	A humanidade tem o direito de modificar o ambiente para satisfazer as suas necessidades.				
3	A intervenção humana na natureza geralmente provoca consequências negativas.				
4	A criatividade humana encarregar-se-á de não transformar a Terra num lugar inóspito.				
5	A humanidade tem maltratado seriamente o ambiente.				
6	A Terra possui abundantes recursos naturais desde que os saibamos explorar.				
7	As plantas e os animais têm o mesmo direito de existir que os seres humanos.				
8	O equilíbrio da natureza é suficientemente forte para resistir aos impactos da sociedade industrial.				
9	Apesar das suas capacidades únicas, a humanidade está sujeita às leis da natureza.				
10	A crise ambiental que a humanidade enfrenta é muito exagerada.				



Comportamentos pré-visita:

Esta secção do inquérito agrupa as questões relativas aos comportamentos pré-visita e o grau de responsabilidade individual bem como da capacidade de as ações individuais terem um impacto sobre o ambiente.

A literatura existente sugere que os indivíduos sentem uma obrigação moral em relação ao bem-estar de terceiros, que vai para além duma posição preventiva em relação ao possível efeito no bem-estar do próprio (Stern,2000). Cook *et al* (1992) afirmam que 85% dos turistas “verdes” estão conscientes que a sua visita pode efetivamente perturbar a natureza. Apesar disso, os seus comportamentos não são necessariamente alterados para alcançar benefícios ambientais, especialmente se estes comportamentos implicarem uma diminuição do prazer da atividade ou se for contra os seus objetivos iniciais.

Na mesma linha, Frietkau e Kessel (1981) usaram fatores sociológicos e psicológicos para explicar os comportamentos pró-ambientais, ou a falta deles. O seu modelo aponta cinco variáveis explicativas que influenciam direta ou indiretamente um comportamento amigo do ambiente, a saber: O comportamento pró-ambiental depende das possibilidades de atuar pró-ambientalmente, das atitudes e valores pó-ambientais, do conhecimento ambiental, das consequências percebidas do comportamento e ainda dos incentivos para aqueles comportamentos.

Segundo Dolnicar e Leich (2008), uma forma complementar de tentar reduzir a pegada ecológica provocada pelo aumento populacional decorrente desta atividade será a segmentação de mercado. Nesse sentido, atrair os consumidores que estão intrinsecamente interessados na preservação ambiental, e, conseqüentemente, a comportar-se de forma a provocar a menor pegada ecológica possível, é uma estratégia válida.



Estudos como os de Dolnicar (2004), Crouch *et al* (2005) e Fairweather *et al* (2005), concluíram que os turistas “amigos do ambiente” diferem significativamente nas suas características próprias que aqueles que têm menor preocupação ambiental.

Pelo que a técnica de segmentação de mercado mostra-se como uma técnica complementar das restantes técnicas de gestão, que se focam no turista no seu destino, e que muitas vezes não está necessariamente interessado na proteção do ambiente local que visita.

Dolnicar (2010) argumenta que é improvável que os turistas estejam dispostos a responder a uma bateria de 10 a 30 perguntas sobre comportamentos e, portanto, seria preferível utilizar uma única variável que permitisse capturar esta característica pessoal. Assim, neste inquérito selecionou-se para avaliar os "comportamentos amigos do ambiente" pré-visita o seguinte bloco de dez questões, tendo utilizado como variável sintética a soma dos valores obtidos:

Tabela 4. Comportamentos pré-visita declarados.

	<i>Sempre</i>	<i>Com</i>	<i>Às Vezes</i>	<i>Nunca</i>
		<i>frequência</i>		
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				



Herberlein (1972) argumenta que, como a qualidade ambiental é um bem público, os comportamentos são afetados/condicionados por motivações altruístas que podem ser testados com a seguinte questão:

As minhas ações podem melhorar o bem-estar de pessoas que não conheço.

Esta é, portanto, uma das questões do questionário que pretende testar o nível de locus de controlo que o turista reconhece na sua personalidade.

Na sequência da convicção geral de que o turismo de um modo geral está mais sensível às causas ambientais (Fairwather *et al.* (2005), nesta parte do estudo, tentamos determinar se os turistas que visitam os Açores têm percepção de que as suas atitudes, enquanto em férias, podem reduzir as consequências ambientais inevitáveis da sua presença.

É geralmente assumido que pessoas com valores antropocêntricos se sentem confortáveis ao utilizar a natureza para fins económicos ou em benefício social. Já pessoas com valores biocêntricos são mais cautelosas no uso da natureza e atribuem ao meio ambiente um valor intrínseco muitas vezes traduzido no reconhecimento da necessidade da sua preservação.

Blake (1999) reconhece o hiato entre o comportamento dos turistas e as suas atitudes denominando-o como o Hiato de Valores-Ações. Considera este autor que os modelos que estudam os comportamentos pró-ambientais são limitados, ao não considerar as limitações individuais, sociais e institucionais, e ao assumir apenas que os indivíduos são racionais e fazem uso sistemático da informação que possuem. Segundo aquele, a tentativa de alterar as atitudes segundo um esquema centrado no “interesse global” de todos falha porque as alterações ambientais não estão distribuídas equitativamente.



Blake (1999) como anteriormente Redclift e Benton (1994), consideram que os valores das pessoas são “negociados, transitórios e por vezes contraditórios”.

Blake identifica por isso 3 barreiras à ação: individualidade, responsabilidade e praticabilidade.

As barreiras individuais são internas à pessoa e relacionam-se com o temperamento e atitudes pessoais, tendo mais peso em indivíduos sem convicções ambientais.

O segundo conjunto de barreiras evidenciadas por Blake tem a ver com a responsabilidade. Estas barreiras são muito próximas à noção psicológica de lócus de controlo, interligando-se assim com a pergunta 9 do questionário proposto aos turistas. Teoricamente, as pessoas que não agem pró-ambientalmente sentem que não têm o poder de mudar as situações pelo que não têm de assumir responsabilidades sobre isso.

A terceira barreira é a praticabilidade. Esta é definida por Blake como as restrições sociais e institucionais que impedem as pessoas de agir pró-ambientalmente independentemente das suas intenções e atitudes. O autor lista então situações como a falta de tempo, a falta de dinheiro ou falta de informação.

Impactos do Turismo

Esta parte do inquérito destinou-se a obter a posição do turista relativamente a alguns impactos positivos e negativos da atividade turística junto dos locais visitados. Foi subdividida em duas partes, uma direcionada aos benefícios geralmente reconhecidos, e uma outra com enfoque nos impactos negativos. Em ambos os casos foi deixada uma questão de resposta em aberto onde cada interveniente pudesse descrever outros impactos que não os descritos inicialmente.



Uma questão crítica para a gestão do turismo de natureza, e em particular do que depende da vida selvagem e marinha, é a relação entre níveis de uso e impactos. Como visto acima, vários estudos têm avaliado a capacidade de carga para alguns sítios e identificado níveis de impacto aceitáveis. Contudo a investigação empírica também tem revelado que os turistas não compreendem e não reconhecem o impacto que a atividade e os seus comportamentos podem ter nos habitats e nas espécies que são o suporte da sua atividade (Dearden *et al.*, 2007). No reverso da medalha, o impacto positivo das atividades de turismo de natureza no conhecimento ambiental, na consciência dos problemas ambientais e no respeito pela natureza e vida selvagem tem sido identificado por Ballantyne *et al.* (2007), Ballantyne e Packer (2009), Lee e Moscardo (2005), Tisdell e Wilson (2008), ou ainda Zeppel e Mulloin (2007).

E se para os turistas, os impactos são maioritariamente positivos e incluem o aumento de consciência sobre matérias ambientais, apreciação e reconhecimento da natureza, rejuvenescimento pessoal e uma tomada de consciência da responsabilidade pessoal no estado do ambiente (Ballantyne *et al.*, 2007; Falk, 2009; Powell e Ham, 2008), para a contraparte, nomeadamente a vida animal ou vegetal, os impactos são tanto positivos como negativos.

Como impactos positivos mais evidentes aos olhos dos turistas destaca-se a vertente económica, pelo aumento de rendimento e de atividades de gestão e proteção da sustentabilidade da própria vida selvagem e dos seus habitats (Buckley, 2002; Fenell, 1999; Wells, 1997; Zeppel e Mulloin, 2007). É dito que a participação nestas atividades encorajam os visitantes a realizar contribuições financeiras e não financeiras para causas ambientais (Powell e Ham, 2008), que promove incentivos socioeconómicos para a conservação dos recursos naturais (Higgibottom *et al.*, 2001), e que influencia os comportamentos dos turistas durante a sua visita (Orams e Hill, 1998).



Neste sentido, foi criada uma questão que avalia estes aspetos com a seguinte configuração:

10. Na sua opinião, quais são os potenciais benefícios/efeitos negativos das atividades relacionadas com o Turismo de Natureza?

Tabela 5. Impactos positivos do Turismo.

10.1 - Benefícios

	<i>Concordo completamente</i>	<i>Concordo</i>	<i>Discordo</i>	<i>Discordo completamente</i>
1 É um incentivo à proteção de paisagens, habitats e/ou espécies ameaçadas.				
2 Promove o aumento da consciência ambiental.				
3 Potencia um maior envolvimento em ações de proteção ambiental.				
4 Promove o desenvolvimento económico local.				
5 Outro? (Indique por favor)				

Na contraparte, são estudados os impactos negativos.

Aliás, um dos paradoxos identificados na literatura é que quanto mais atrativo é um destino/lugar devido à sua riqueza natural, mais popular o mesmo se torna e maior é a probabilidade de que a sua qualidade diminua devido ao elevado número de visitantes.

Existem assim limites ao uso do recurso de natureza física, ecológica e mesmo perceptual. A ligação entre os limites ecológicos e a percepção desses limites tem sido pouco explorada, mas alguns estudos focando as percepções do impacto ambiental têm encontrado diferenças entre residentes e turistas. Os residentes têm uma maior



sensibilidade aos impactos ambientais negativos o que está associado ao seu melhor conhecimento e à ligação afetiva aos locais. Já os turistas são geralmente mais sensíveis a impactos diretos resultantes do lixo, do vandalismo ou até do excessivo número de visitantes (Hillery *et al.*, 2001).

Vários outros estudos documentam ainda impactos negativos em atividades marinhas como o mergulho livre, o mergulho com escafandro, *boating*, observação de cetáceos (Dearden *et al.*, 2007; Priskin, 2003; Stockin *et al.*, 2008; Thurstan *et al.*, 2012).

Archer e Ruhanen (1998), na sua participação na elaboração da obra “*Global Tourism*”, são bastante mais exaustivos ao elencarem os impactos negativos do turismo nas vertentes económica, política, socio cultural e ambiental. Destacam, por exemplo, a nível económico, e decorrente do crescimento turístico numa determinada região, a pressão sobre os recursos existentes e exemplificam os preços da terra em particular, que por ser bastante cobiçada tende a ver o seu preço subir. Chamam também a atenção para os grandes investimentos que os países e regiões têm de fazer para implementar uma estratégia turística, mormente em infraestruturas, que muitas vezes passam pela compra de bens importados, e por isso, sem benefício para as populações locais.

Já numa perspetiva sociocultural, Archer e Runahen (1998) referem ainda problemas como prostituição, droga, jogo e por vezes vandalismo. Ao mesmo tempo, os turistas tornam-se também vítimas fáceis de roubos ou outros crimes perpetrados pelos residentes locais.

O mesmo se passa, segundo aqueles autores quanto aos efeitos ecológicos. A extensão e natureza dos danos ambientais e ecológicos deixados pelo turismo está



diretamente relacionado com o estágio de desenvolvimento da indústria, volume dos visitantes, concentração e o uso temporal e espacial de um determinado local.

Um desenvolvimento turístico excessivo e mal planeado afeta o ambiente físico do próprio destino. Em muitas áreas, a exploração comercial não controlada do turismo produziu, por exemplo, acomodações turísticas com desenhos arquitetónicos desenquadrados do meio ambiente. Os efeitos destas construções não são, no entanto, apenas cénicos. Muitas vezes, o desperdício e os esgotos não processados poluem rios e mares de áreas turísticas.

Ainda segundo aqueles autores, o desenvolvimento da atividade turística mal planeado também contribui para a degradação de ambientes naturais insubstituíveis, muitas vezes pela subavaliação dos reais benefícios de longo prazo daqueles locais. Dão como exemplo, em certas geografias pântanos e florestas de mangues, que permitiam o controlo de cheias e ingredientes básicos para a pesca local, foram secos para criar marinas turísticas. Outrossim, cursos de água necessários para o abastecimento da agricultura local e de vilarejos são desviados para servir hotéis e campos de golfe. Nalgumas áreas montanhosas, florestas inteiras foram cortadas para criar estâncias de ski, com resultados evidentes de erosão de solos, cheias ou deslizamentos de terras, causadoras de danos materiais e perdas de vidas.

Mais, os próprios turistas são muitas vezes culpados de ajudar a destruir o ambiente envolvente, por ignorância ou deliberadamente, os próprios provocam danos em culturas agrícolas e colheitas, assustam os animais e deitam lixo ao chão. Noutras áreas os habitats são severamente perturbados, formas alienígenas de plantas são introduzidas em ecossistemas delicados ou transportados em roupas, sapatos e bagagens dos viajantes (Hillery *et al*, 2001).



Autores como Ballantyne e Hughes (2006), Constantine e Bejder (2008), Higgibottom (2001); ou Newsome *et al.* (2004), indicam que os impactos negativos para a vida animal incluem ainda a possibilidade de lesões, doenças, *stress*, disrupção de comportamentos naturais e de padrões de reprodução, desfechos como a poluição ou a destruição de habitats ou mesmo a morte de animais.

O quadro do inquérito subjacente a esta tese, relativo aos impactos negativos reconhecidos pelos turistas da sua atividade, tem a seguinte configuração:

Tabela 6. Impactos negativos reconhecidos

10.2 – Impactos negativos

	<i>Concordo completamente</i>	<i>Concordo</i>	<i>Discordo</i>	<i>Discordo completamente</i>
1 Mais lixo nos locais visitados.				
2 Número excessivo de visitantes/veículos nos locais visitados				
3 Degradação da vegetação natural endémica /Pisoteio de zonas sensíveis.				
4 Perturbação da avifauna/ zonas de nidificação de aves.				
5 Degradação dos fundos marinhos.				
6 Outro? (Indique por favor)				

O turista

O último estudo oficial sobre a caracterização do turista açoriano data de 2006. Aquele estudo, realizado através de inquéritos recolhidos nos aeroportos de entrada na Região, pretendia realizar uma caracterização do turista que visitava os Açores, quer em



termos pessoais (idade, sexo, país de proveniência, nível educacional,...), mas também as razões concretas da viagem, a sua duração ou o meio de transporte utilizado, bem como aspetos relacionados com os consumos dos próprios turistas.

Uma particularidade daquele inquérito, sendo realizado em território de vasta emigração, foi o facto de ter sido perguntado aos turistas se a sua ascendência era açoriana, na tentativa de perceber qual o volume de turismo regional era criado pela nossa própria emigração.

Os resultados demonstraram que o turista açoriano tinha uma idade média entre os 25 e os 54 anos, eram maioritariamente oriundos do mercado nacional (60%), dos quais 16,5% tinham ascendência açoriana.

Cerca de 39,4% dos turistas tinha formação superior e 34% do total de turistas dirigia-se ao arquipélago para lazer. 31,6% deslocava-se ao arquipélago em trabalho e para 48,6% esta teria sido a primeira visita.

A duração média da estada era de 9,1 dias (na Região), sendo que a estada em S. Miguel era ligeiramente inferior (6/7 dias).

Os principais mercados fornecedores, além do mercado interno (60%), seriam os países nórdicos (14%) EUA, com cerca de 7,6%, Canadá (com 6,6%), Alemanha (3,7%) e outros países europeus, com cerca de 6,19% do total dos turistas. De outras regiões havia apenas 2% de turistas.

De notar que o *boom* turístico ocorrido com a abertura do espaço aéreo regional, em 2015, veio alterar o panorama desta Região, porquanto as *low cost* vieram introduzir um novo elemento: as promoções dos destinos permitem uma maior notoriedade do destino e preços mais competitivos.



Neste trabalho não se pretende, como no estudo do SREA (2006), fazer uma caracterização sociodemográfica detalhada dos visitantes. No entanto, a última secção do inquérito foi desenhada para recolher informação sociodemográfica que anteriores estudos revelam estar associada aos comportamentos pró-ambientais dos visitantes incluindo sexo, nacionalidade, idade ou o nível de formação (Priskin, 2003).

No entanto, a revisão de estudos sobre ecoturismo e turismo de natureza (Dolnicar, 2010) identifica apenas uma variável, o nível de educação elevado, que consistentemente está associada a comportamentos pro-ambientais, não se verifica o mesmo para outras variáveis como o nível de rendimento, a idade e ou o género. Já os resultados obtidos para a variável idade são contraditórios: parte dos estudos empírico identificam que os turistas de natureza e ecoturistas são predominantemente de meia-idade, enquanto que a outra parte identifica uma associação positiva para os turistas mais jovens. A heterogeneidade dos resultados estará associada a diferenças nos métodos de pesquisa e a diferenças nas características dos destinos.



CAPÍTULO III. Motivação de escolha de destino e caracterização dos turistas

A escolha de um destino de férias é certamente um processo ponderado no seio familiar e em que muitas variáveis são tidas em consideração.

De acordo com a literatura amplamente produzida, as férias são um “produto composto” (Laws e Scott, 2003), com elementos tangíveis e intangíveis (Smith, 2004), existindo uma quantidade considerável de pesquisas que se dedica às motivações e desejos dos turistas, bem como aos seus procedimentos de planeamento.

A pesquisa empírica em torno da motivação dos turistas foi identificada por Fodness (1994) como uma área importante para o conhecimento desta realidade. Kozak (2001) reforça esta conclusão ao afirmar ser imperativo que o exame empírico das motivações dos turistas seja uma realidade, uma vez que o conhecimento destas é essencial para identificar que atributos locais deverão ser realçados para concretizar as expectativas dos turistas ou identificar os mercados em que dos desejos e motivações daqueles coincidem com os atributos existentes em cada destino.

O modelo “*push-pull*” de Crompton (1979) articula os motivos de ordem pessoal, as necessidades individuais, com os motivos relacionados com as características do destino. A ideia base deste modelo é a de que a escolha de um destino por parte de um turista pode ser decomposta em duas forças distintas, uma que “empurra” o turista para fora do seu ambiente normal e atenta à vontade de sair sem especificar necessariamente para onde isso possa ocorrer, enquanto que a segunda “puxa” o turista para um o local



que idealmente terá as características desejadas por aquele. Esta segunda força assenta em características e/ou atributos específicos que um determinado lugar tem e que se encontram relacionados com a atratividade percebida do destino escolhido.

No caso do turismo de natureza, as motivações intrínsecas que poderiam levar a alguém optar por esse tipo de atividade foram categorizadas por McIntosh e Goelder (1986), como sendo (1) motivadores físicos; (2) motivadores culturais; (3) motivadores interpessoais, e (4) *status* e motivadores de prestígio.

Numa outra perspetiva, Pearce *et al.* (1998) sublinharam 10 tendências importantes nas motivações turísticas, 4 delas relacionadas diretamente com o turismo natural: (1) experienciar o meio ambiente; (2) descansar e relaxar; (3) praticar habilidades especiais, como a pesca ou mergulho; e (4) saúde e *fitness* (Espinoza, n.d, como citado por Luo e Deng, 2008). Estes motivos, de natureza interna, pertencem à categoria “*push*”, como sumarizados por Uysal e Juroswki (1994), enquanto que outros, como a atratividade ou a percepção individual dos turistas acerca da imagem de cada de destino pertencem à categoria “*pull*”, e por isso, de natureza externa.

A questão da imagem do destino é definida por Oxenfeldt (1974), como a impressão geral do consumidor sobre um objeto específico. Lawson e Baud-Bovy (1977) produzem uma definição mais completa, enunciando que a imagem se define como a expressão de todo o conhecimento objetivo, impressões, preconceitos e pensamentos emocionais que um indivíduo ou grupo detém de um objeto ou local particular.

Alhemoud e Armstrong (1996) e Echtner e Ritchie (1991), defendem que a imagem de um destino afeta diretamente a inclusão de cada local no processo de decisão dos consumidores quando confrontados com a escolha do destino de férias.



Tapachai e Waryszak (2000) afirmam ainda que a imagem de um local turístico é baseada na avaliação, por parte dos consumidores, de 5 características benéficas, ou valores de consumo, a saber:

- *Características funcionais* (relacionadas com a utilidade percebida da decisão pela sua capacidade de ter propósitos funcionais e utilitários, como os baixos preços dos produtos ou a segurança do local de férias);

- *Valores sociais* (que identificam uma associação entre o consumidor e determinado grupo de referência);

- *Valores emocionais*, relacionados com a utilidade percebida de determinado destino oferecer estados sentimentais ou emocionais ao turista, como calma, conforto ou relaxamento;

- *Valores epistémicos*, relacionados com a capacidade do destino alimentar a curiosidade, promover a novidade e ou satisfazer o desejo de conhecimento dos turistas;
e,

- *Valores condicionais*, referentes á utilidade percebida de uma decisão alternativa como resultado da situação específica do decisor/consumidor, onde poderemos encontrar determinantes como a distância de um local relativamente a outro.

Com a decisão de ir de férias chega igualmente outro tipo de decisões, relacionadas com diferentes elementos do produto turístico, que além da localização, compreendem aspetos como transportes a utilizar, acomodação e condições de conforto a assegurar durante a estadia (Seddighi e Theocharous, 2002).



No nosso trabalho são estudados apenas motivadores de origem externa, relacionados com as atividades que os turistas elegem como os principais motivos de visita à Ilha de S. Miguel, evidenciados na questão 5 do inquérito.

Caracterização dos turistas

De acordo com a amostra recolhida, poderemos concluir que 58,4% dos inquiridos são mulheres e 41,6% dos homens, com uma média de idade de 37 anos. Do total de inquiridos que responderam a esta questão, 83,7% possuía habilitação superior. Oriundos do continente português eram 57,4% dos visitantes respondentes. O ranking dos 5 países que mais contribuem para a totalidade dos turistas envolvidos neste estudo, excepcionado o território nacional, que é responsável por mais de metade dos turistas, é liderado pela Alemanha, com 7,7% do total, seguida da Espanha, com 7,2% dos turistas inquiridos, os Estados Unidos da América, com 2,9%, o Reino Unido, com 2,4% e finalmente o Canadá, com 2,1% do total de turistas.

No entanto, o leque de nacionalidades é bastante vasto, havendo turistas de países relativamente próximos, como o Brasil, mas também outros de mercados com poucas ligações culturais ao nosso país, como a Polónia, Indonésia, Curdistão ou Lituânia. As suas percentagens efetivas são, no entanto, necessariamente baixas.

Caracterização da visita e escolha do destino

Quando se pretende estudar questões relacionadas com o destino em si, e analisando as questões relacionadas com o tempo de permanência ou se esta se trata de uma primeira visita ou um regresso, verifica-se que para cerca de três quartos dos visitantes esta é a primeira visita (75,5%), e que o tempo médio de estadia são 8,8 dias.

Tabela 7. Tempo médio de visita.

	<i>Duração da estadia</i>	<i>Numero viagens NBT</i>
Media	8.82	2.76
Percentil 25%	5.00	1.00
Percentil 50%	7.00	2.00
Percentil 75%	11.00	4.00

Foi ainda perguntado para cada respondente identificar o número de viagens de turismo natural realizadas no período temporal dos últimos dois anos. A média total é de 2,76 viagens.

No tocante aos motivos expressos para planear as férias em território regional, mormente na Ilha de S. Miguel, tendo as variáveis sido pontuadas com 3 as que foram escolhidas como motivo principal, as que apresentam maior contagem são necessariamente as que foram declaradas maior número de vezes como motivador principal. Assim, atividades como ver paisagens naturais e vulcânicas, visitar reservas naturais ou participar em passeios pedestres ou trilhos, são as mais pontuadas. Seguem-se depois atividades como banhos termais, visitas a jardins históricos, e atividades marítimas como *whalewatching* ou ver golfinhos. Atividades como *birdwatch*, *surf* ou a participação em excursões organizadas são apontadas como motivador principal para um número relativamente menor de visitantes. Por último encontram-se as atividades de *snorkeling* ou de mergulho.

Havendo diversos motivos possíveis de escolha deste destino específico, foi realizada uma análise fatorial das escolhas apresentados tentando determinar os motivadores subjacentes de cada escolha e a diminuição das variáveis principais em jogo na decisão de cada grupo de turistas.



O teste de KMO e Bartlett determinou a qualidade média do modelo com significância de 0,00 implicando a rejeição de H0, de que as variáveis estudadas estavam de facto correlacionadas.

As comunalidades do modelo também determinaram que todas as variáveis contribuíam para a variância das variáveis, que no conjunto das 3 componentes principais explicam 57% da variância total do modelo.

A matriz de componentes determinou 3 componentes principais, abaixo demonstradas (Tabela 8), em que se verifica o agrupamento dos motivos pelas suas características intrínsecas, nomeadamente as relativas às paisagens naturais, que agregam atividades como visitas a jardins e reservas naturais, ver paisagens vulcânicas e fazer passeios pedestres e trilhos.

Uma segunda componente agrega características ligadas ao mar, como o surf ou o mergulho e a terceira referem-se a atividades que foram relacionadas com a vida selvagem, como *whalewatching* ou ver golfinhos.

Tabela 8. Análise de componentes principais dos motivos de visita.

	<i>Componente</i>		
	<i>Paisagem</i>	<i>Mar</i>	<i>Wildlife</i>
Visitar reservas naturais	0.828		
Ver paisagens naturais/vulcânicas	0.704		
Passeios/Trilhos pedestres	0.579		
Visitar jardins históricos	0.575		
Praticar surf		0.749	
Participar numa excursão turística organizada		0.739	
Praticar mergulho		0.592	0.517
Ver baleias e golfinhos			0.817
Fazer banhos termais			0.608
Observação de aves			0.502
<i>Varição explicada</i>	<i>32.4 %</i>	<i>15.%</i>	<i>10%</i>
<i>Varição total explicada</i>			<i>57.4%</i>

Daí resulta, pois, que as motivações principais dos turistas que agem como fatores “*push*” do destino Açores se prendem com a sua paisagem única e a exploração dos ambientes marinho e de fauna natural.

Estes elementos poderão, por isso, fornecer indicadores para que os decisores determinem as técnicas de gestão adequadas a gestão do turismo regional tendo em conta os aspetos evidenciados, por forma a equacionar questões tão diversas como, por exemplo, o marketing necessário ou a determinação de regulamentação, tendo em conta as preferências evidenciadas e os possíveis impactos daí decorrentes.

Conhecimento do Destino

A decisão de compra de férias depende de múltiplas variáveis muitas das quais intangíveis. Além de questões práticas como a consideração dos valores envolvidos e do tempo disponível para férias e para a deslocação, como já referido variáveis pessoais e



emocionais desempenham também um papel importante. No entanto, desde que seja tomada a decisão de especificar um período para passar férias, o consumidor começa por estudar os locais possíveis que poderão satisfazer os seus desejos.

Para Milman e Pizam (1988) a imagem de um destino pode ser referida como a impressão mental ou visual de um lugar, de um produto ou uma experiência tida pelo público. Assim, para capturar certos segmentos de mercado, os operadores turísticos tentam desenvolver uma imagem favorável do seu produto, o “destino turístico”, para estimular a visita a estes lugares.

Já para a Organização Mundial do Turismo (1979), a imagem de um destino é definida como “*a aura, um ângulo, uma percepção subjetiva acompanhando as várias projeções da mesma mensagem transmitida*”. Esta Organização concluiu ainda naquele documento que a imagem de um destino existe apenas se houver pelo menos uma pequena percentagem de conhecimento sobre o mesmo.

Nesse sentido, para avaliar da existência de algum conhecimento prévio nos turistas sobre os Açores enquanto destino turístico, no inquérito que serve de base ao presente trabalho foi inserido um quadro com perguntas direcionadas à percepção do nível geral de conhecimento que os nossos visitantes pudessem ter sobre alguns aspetos da fauna e da flora de S. Miguel e ainda sobre alguns dos locais paisagísticos icónicos e de reconhecimento imediato, como a Lagoa do Fogo ou as Furnas. Formulou-se assim a oitava questão do inquérito:

“8. Por favor, indique se concorda com as seguintes afirmações?”



Tabela 9. Conhecimento sobre os Açores.

	<i>Verdadeiro</i>	<i>Falso</i>
1	Os golfinhos são a espécie de cetáceos mais vista nos Açores.	
2	As hortênsias são plantas nativas dos Açores.	
3	Só existem caldeiras de água quente nas Furnas.	
4	A Lagoa do Fogo é uma paisagem protegida.	
5	O milhafre é uma espécie protegida.	
6	A criptoméria é uma árvore da floresta Laurissilva.	

Nesta questão verifica-se que apenas uma pequena percentagem dos turistas inquiridos não obteve qualquer resposta certa (1,6%). Do mesmo modo, apenas uma percentagem reduzida de inquiridos conseguiu acertar em todas as respostas (7,45%). O maior número de turistas respondeu corretamente a 4 questões (31,12%).

Verifica-se por isso que existe algum reconhecimento dos Açores enquanto destino turístico, e provavelmente algum nível de ligação emocional e pessoal ao lugar.



CAPÍTULO IV. Segmentação de acordo com a atitude pro-ambiental

O turismo, como qualquer atividade humana, é caracterizado pela sua grande heterogeneidade, tendo em conta que cada indivíduo expressa diferentes desejos e vontades e têm diferentes noções do que serão para si as férias ideais.

Para diminuir a diversidade existente entre tantos fatores envolvidos e conseguir alguma homogeneidade, investigadores e operadores de mercado têm vindo a utilizar as técnicas de segmentação como forma de localizar pontos comuns entre eles, que possam ser utilizados para identificar as vantagens competitivas que cada mercado oferece e melhorar assim o seu posicionamento junto da procura turística.

Dolnicar (2008) define a segmentação do mercado como uma ferramenta estratégica para conseguir alguma homogeneidade entre os turistas, agrupando-os em segmentos que incluam membros similares entre si e dissemelhantes dos de outros grupos.

Assim, a última secção do inquérito foi desenhada para recolher informação sociodemográfica que anteriores estudos revelam estar associada aos comportamentos pro-ambientais dos visitantes incluindo sexo, nacionalidade, idade, nível de formação (conforme Priskin, 2003).

Sendo os Açores um destino de turismo de natureza que tem de procurar a sustentabilidade dessa atividade para melhorar as condições económicas dos seus



residentes (PEMTA, 2016)¹, a segmentação dos mercados que aposte nas características “*eco-friendly*” (Dolnicar, 2008) dos visitantes que nos procuram pode ser fundamental.

No plano de marketing elaborado pelo Instituto Português do Turismo (PEMTA, 2016), são destacadas as características físicas do território regional, sobretudo os seus recursos naturais e paisagísticos como tendo um potencial de aproveitamento para fins turísticos, reconhecidos também pela generalidade dos operadores turísticos regionais, que consideram os Açores como pontos atrativos ao investimento especialmente pela singularidade dos seus recursos e das suas características físicas.

Segundo Silva e Almeida (2013), regiões periféricas e com forte identidade cultural são as que mais devem apostar em modelos turísticos sustentáveis em nichos específicos, e os Açores podem afirmar-se como destinos alternativos (ver Wearing e Neil, 2009), direcionando a sua oferta para produtos estratégicos, nomeadamente o turismo de natureza, náutico, *touring* paisagístico e cultural e ainda para o turismo de bem-estar.

O que vem acontecendo, já que este é o mercado com maior expressão nacional de turistas que procuram a natureza e atividades naturais (36% dos turistas que nos visitam apresentam como motivações primárias as atividades de natureza, segundo o MEI, 2006).

Esta também é a imagem geralmente explorada em termos publicitários, em diversos suportes e fontes, com o claro objetivo de captar consumidores com interesse em atividades naturais (como em www.visitazores.com).

¹PEMTA Açores “*Missão: Atingir a verdadeira sustentabilidade através do Turismo, proporcionando aos nossos visitantes uma experiência de convidados especiais em ambiente natural, recebendo-os com carinho e cortesia genuínas, para que a experiência dos Açores lhes deixe saudade e os faça voltar. Assim assumimos o compromisso de trabalhar o nosso destino de modo próximo com as nossas comunidades para que, de forma integrada e inclusiva, consigamos atingir o equilíbrio social, económico, cultural e ambiental.*”



Numa perspetiva histórica segue-se tabela em que se tenta identificar o início de algumas atividades de turismo natural nos Açores, relacionando-as com os dados recolhidos no presente trabalho.

Tabela 10. Histórico de algumas atividades *wildlife* nos Açores.

	<i>Ano de Início</i>	<i>Destination choice</i>
Observação de cetáceos ²	1989	8%
Mergulho	1996	3,2%
Trilhos	1985	28,2%
<i>Birdwatching</i>	2000	4%

É geralmente aceite que há turistas mais sensíveis aos desafios ambientais que outros. Se esta assunção está correta (sendo a característica de respeito ambiental uma característica individual e pessoal, que leva a um comportamento “amigo do ambiente”), tornar este tipo de turista um “alvo” de marketing pode trazer vantagens a um destino de natureza como os Açores.

Neste sentido, as técnicas de segmentação ganham relevância, procedendo-se à “categorização” dos turistas, com base nas suas características principais. Os respondentes são assim agrupados segundo critérios prédefinidos de acordo com a direção que o pesquisador pretende empreender na sua análise.

Assim, existem estudos em que esta categorização ocorre por características demográficas, como em Juaneda e Sastre, (1999), por exemplo, com enfoque na idade e a origem dos turistas e nos seus interesses e expectativas.

² Bentz, Julia *et al.*(2016).- Managing marine wildlife tourism activities: Analysis of motivations and specialization levels of divers and whale watchers



Outros são baseados nas preferências declaradas de atividades, como Twynan e Robison, (1997), que para determinar as potencialidades turísticas da região norte de Ontário definiram a existência de turistas *Entusiastas, Aventureiros, Naturalistas* ou *Escapistas*).

Existem ainda trabalhos que procedem a segmentações baseadas nos comportamentos de ecoturistas (como em Weaver e Lawton, 2002, caracterizando os turistas de acordo com o seu compromisso com o ambiente em *Ecoturistas Estruturados, Harder, ou Softer*).

Blamey e Braithwaite, (1997), por seu turno, procederam à estratificação dos turistas com base nos seus valores sociais relativamente a um leque alargado de questões que versavam desde o desenvolvimento económico, ao domínio da natureza, a valores de cariz político como os relativos à cooperação internacional ou a igualdade, e ainda a uma dimensão de direitos básicos, como a liberdade, a dignidade humana ou o direito de viver em paz. As suas conclusões definiram os respondentes como *Dualistas, Libertários, Relativistas Morais e Ideologistas Verdes*.

Palacio e McCool (1997) classificaram os turistas com base nos benefícios reconhecidos por aqueles relativamente às atividades turísticas de base natural desenvolvidas em Belize. As suas conclusões determinaram uma estratificação em 4 grupos distintos: os *Naturalistas Confortáveis*, os *Passive Players*, *Escapistas de Natureza* e *Ecoturistas*.

Outros trabalhos, como este agora apresentado, assentam numa segmentação com base nas atitudes ambientais declaradas, em que a estratificação ocorre com base num conjunto pré-determinado de atitudes face às questões ambientais aferidas com recurso



à escala NEP, à semelhança de Dunlap e Van Liere, (1978), Formica e Uysal, (2001), ou Zografos e Allcroft, (2007).

Como acima referido, face à miríade de possibilidades de segmentação, e atendendo à heterogeneidade de comportamentos dos indivíduos, um destino de natureza, como é o caso dos Açores, deverá apostar em turistas sensíveis às questões ambientais, como forma de sedimentar a sua sustentabilidade.

Dolnicar (2004), Crouch *et al* (2005) e Fairweather *et al* (2005), concluíram que turistas com sensibilidade ambiental diferem significativamente nas suas características próprias daqueles que têm menor preocupação ambiental. Donilcar e Leich (2007), sobre a segmentação dos mercados de procura, obtiveram resultados que demonstraram que o grupo com menor pegada ecológica era constituído por pessoas de maior faixa etária, continha uma grande proporção de mulheres e tinha menores rendimentos. Eram também frequentemente reformados ou tinham tarefas domésticas.

Ainda segundo Dolnicar e Leish (2007), e relativamente às preferências para as férias, este grupo optava por ficar em locais de campismo e com amigos e menos frequentemente davam preferência a hotéis padrão. Este último grupo também dava maior importância a aspetos da viagem como o reconhecimento da criatividade, experienciar a natureza, manter os locais intactos, ter pouco trânsito no destino, usar o tempo de férias para saúde ou beleza, aprender sobre os habitantes locais, desfrutar de boa companhia e conhecer novas pessoas.

Numa abordagem subsequente, e ainda apenas de forma bastante superficial, podemos agrupar os respondentes ao inquérito deste estudo com base nas suas respostas à escala NEP, que utiliza as atitudes ambientais como preditor de comportamentos, neste caso, em tempo de férias.



Recorrendo àquela abordagem (NEP) é possível conseguir algum grau de segmentação, dividindo o total dos respondentes em 3 grupos distintos de acordo com as pontuações conseguidas, sendo as mais altas as de pessoas com atitudes ambientais mais elevadas e as mais baixas relativas a pessoas com uma visão mais egocêntrica do mundo. Os grupos são definidos como o de baixa pontuação NEP (*Low-NEP*), o grupo intermédio (*Medium-NEP*) e o grupo com mais elevada pontuação (*High-NEP*), usando os percentis 33,33% e 66,66% de acordo com Deng *et al* (2006) e Kim *et al* (2006).

Este conceito de interligação entre atitudes e comportamentos, subjacente à criação da Escala NEP, é geralmente aceite, como em Kaiser *et al* (1996), que concluíram pela forte relação entre as atitudes ambientais, enquanto construções da psicologia ambiental, como fortes preditores do comportamento ecológico, ou em Formica e Uysal (2001), quando afirmam que as atitudes ambientais de alguém podem ser utilizadas para prever os seus comportamentos em viagem e ajudar a identificar os segmentos existentes com características diferenciadoras.

No estudo em causa, os valores acumulados sugerem que, do total de observações, 107 se reportam a pessoas que caem na categoria L-NEP (com baixa pontuação obtida); 174 se situavam no grupo intermédio (M-NEP) e 95 respondentes tinham atingido os valores mais elevados de pontuação, ficando enquadrados no grupo H-NEP.

Nesse sentido, a avaliação NEP teria como objetivo determinar de alguma forma o tipo de crenças base e atitudes que cada respondente teria em relação a cada tema abordado. Esse tópico é importante porquanto a forma como os indivíduos se relacionam com o ambiente e com o bem-estar dos outros determina a sua disponibilidade para se envolver em atividades ambiental e socialmente responsáveis (Wearing e Neil, 2009).



Além disso, há um interesse crescente no estudo das atitudes ambientais como fatores de previsão para comportamentos futuros, neste caso determinados pela tomada de atitudes ambientais positivas, essencialmente pela grande inter-relação existente entre as atitudes e os comportamentos humanos, (Ajzen e Driver, 1991,1992).

Esta relação, entre comportamentos e valores, obteve validação em diversos trabalhos, concluindo-se que valores de grupo e individuais, escolhas e comportamentos de consumo estão intimamente relacionadas (Gruner *et al*, 1989; Gutman, 1991, Schwarts, 1992).

Na sequência desta linha de raciocínio, Higham e Carr (2002) num estudo efetuado na Nova Zelândia, tentaram perceber de que forma os valores dos respondentes se traduziam em comportamentos em espaços lúdicos. Concluíram então que os valores individuais influenciam as atitudes que os turistas têm numa situação específica e têm o potencial de condicionar o seu comportamento. Concluíram ainda pela emergência de 5 dimensões principais da experiência individual do turista, que incluía um foco alargado na totalidade da experiência; a valorização da interpretação ecológica, a consideração temporal dos impactos humanos na ecologia (em termos de passado, presente e futuro); o reforço conservacionista e a conscientização dos problemas ambientais.

Uma das formas de medir a relação entre as atitudes e o comportamento ocorre através da utilização da escala NEP (New Environmental Paradigm). Proposto por Dunlap e Van Liere (1978) este foi um sistema impulsionado pelo interesse geral e crescente, que tentou enquadrar as atitudes públicas relativas ao ambiente. Baseado na assunção de que “*implicitamente ao ambientalismo está o desafio ao nosso ponto de vista fundamental acerca da natureza e do relacionamento humano com a própria natureza*” (Dunlap e Liere, 1978), este sistema desenvolveu uma ordenação de itens avaliados através de escalas de Likert, direcionados para a validação de três domínios



do paradigma ambiental, a saber: as nossas crenças relativamente à nossa capacidade de resolver conflitos com o ambiente, os limites ao crescimento e ao papel do homem na natureza.

Desde a sua criação que a escala NEP tem sido exaustivamente usada para analisar o contraste ambiental entre diferentes grupos (Noe e Snow, 1990), Esta escala tem sido também utilizada para avaliar a relação entre as atitudes ambientais e o conhecimento sobre o meio ambiente (Arcury, 1990). Em 1992, esta escala sofreu uma atualização efetuada pelos seus autores no sentido de eliminar algumas afirmações redundantes, mas mantendo o seu formato original.

Outra nomenclatura interessante sobre a segmentação dos turistas é fornecida por Budeanu (2007) e Swarbrooke e Horner (2001), ao referirem que os turistas podem subdividir-se em três grupos distintos: os “verdes”, inclinados para agir de forma benéfica para os outros, um grupo “cinzento”, dos indivíduos que não têm particular interesse no bem-estar dos outros; e por último, os “castanhos”, que seriam os ambivalentes neste tópico.

Para um futuro sustentável do Turismo de Natureza é desejável que todos os turistas sejam verdes, apesar de, na realidade eles representarem uma pequena percentagem da população turística total (Budeanu, 2007). De facto, a maior parte da população é ambivalente ou não tem interesse nas questões ambientais (Fairweather *et al.* 2005). Esta conclusão, aliás, está em linha com os resultados deste estudo específico, que determinou através das pontuações NEP que 74,73% do total de inquiridos se situava nos dois escalões mais baixos de pontuação. Ainda assim, o grosso dos inquiridos situava-se no escalão intermédio, que sozinho tinha um peso de 46,28% da totalidade das observações.



Budeanu (2007) advoga por isso que para conseguir uma resposta positiva, as ofertas de produtos turísticos e serviços sustentáveis têm de ser orientados para os grupos que estão dispostos a ouvir estes argumentos (o grupo verde e o grupo castanho). Estratégias de marketing ganhadoras requerem por isso o conhecimento detalhado do perfil ambiental dos turistas e dos seus segmentos.

Os grupos verdes e castanhos equiparar-se-ão ao grupo H-NEP e M-NEP (com as percentagens intermédias e elevadas), porquanto são estes os que demonstram algum grau de preocupação ambiental, no caso dos turistas ambivalentes, ou elevada preocupação no grupo dos turistas “verdes”.

Isso significaria, no caso em estudo, que do total dos 376 respondentes 71,5% seriam aqueles para quem dirigir os esforços de marketing, o que, aliado a uma forte comunicação pró-ambiental, poderia traduzir-se em comportamentos ambientais mais responsáveis.

A metodologia utilizada neste trabalho segue a prática descrita por Formica e Uysal (2001), iniciando-se o estudo por uma análise fatorial das respostas às perguntas com a escala NEP. A escala de 15 itens, cobre 5 dimensões essenciais como referido em Dunlap *et. al* (2000), consubstanciadas na “realidade dos limites ao crescimento”, “anti antropocêntricos”, “fragilidade do equilíbrio natural”, “rejeição do conceito de isenção” e “possibilidade de eco crise”.

Uma escala individual com a pontuação de cada um dos participantes foi criada e posteriormente a escala NEP foi repartida em fatores utilizando a análise de componentes principais, com rotação varimax, para determinar os fatores subjacentes que permitem o agrupamento das respostas oferecidas. Este modelo devolveu os seguintes resultados:



Tabela 11. Matriz de componentes principais – Análise fatorial da Escala NEP

<i>Questão</i>	<i>Matriz de componentes principais</i>		
	<i>Limits to Growth</i>	<i>Componente</i>	
		<i>Antropocêntricos</i>	<i>Otimistas</i>
5 Os humanos abusam severamente do meio ambiente	0.708		
3 Quando os humanos interferem produzem condições desastrosas	0.681		
1 Aproximamo-nos o nº limite de pessoas que a Terra pode suportar	0.633		
7 Plantas e animais têm o mesmo direito de existir que os humanos	0.536		
8 O equilíbrio da natureza é forte e consegue suportar os impactos das nações industrializadas modernas		0.731	
4 A criatividade humana vai assegurar que não tornaremos a Terra inabitável		0.630	
10 A chamada crise ambiental tem sido exagerada		0.585	
2 A humanidade tem o direito de modificar o ambiente natural conforme as suas necessidades		0.529	
6 A Terra tem recursos suficientes se aprendermos a desenvolvê-los			0.756
9 Apesar das nossas capacidades, estamos sujeitos às leis da natureza			0.599
<i>Variância explicada</i>	<i>21,27%</i>	<i>14,78%</i>	<i>10,51%</i>

Método de Extração: Análise de Componente Principal.
Método de Rotação: Varimax com Normalização de Kaiser.
a. Rotação convergida em 5 iterações.

Segundo a literatura existente (Maroco, 2003), o teste efetuado apresenta uma qualidade razoável (0,0667 no teste de KMO). O teste de esfericidade de Bartlett que estudou a hipótese de as variáveis serem de facto relacionadas (H1) apresentou um valor de $sig = 0$, o que implicou aceitar que as variáveis estavam de facto correlacionadas e que a análise de componentes principais (ACP) foi adequada. A variância total explicada pelos 3 fatores extraídos situou-se nos 46,57%.

O segundo passo passou pelo agrupamento dos inquiridos em *clusters* de *K-means* dentro de cada fator principal decorrente da análise fatorial prévia enquanto variável dependente dos fatores do NEP. Neste sentido, foi feita uma análise exploratória que identificou 5 clusters pelo método hierárquico. No entanto, face ao reduzido número de casos num dos clusters, decidiu-se um agrupamento em 4 clusters utilizando método K-means utilizando as variáveis resultantes da análise fatorial prévia das variáveis qualitativas da escala NEP. Os clusters finais determinados são conforme quadro seguinte:

Tabela 12. Centros de Clusters obtidos.

	<i>Centros do cluster finais</i>			
	<i>Clusters</i>			
	1	2	3	4
Limits to growth	0.56809	-1.20872	0.34313	0.50828
Antropocentricos	-0.43700	0.09289	-0.73572	1.13680
Optimistas	-1.49372	-0.08777	0.67682	0.13901
Número de casos por cluster	56	96	121	103

O passo subsequente passou pela caracterização de cada *cluster* nos seus atributos principais, quanto à socio-demografia, às suas características de viagem e quanto à atividade principal que motivou a escolha do destino Açores.

Cada *cluster* foi analisado relativamente à percepção dos inquiridos dos impactos positivos e/ou negativos que a sua visita e que o turismo tem na economia, na sociedade e no ambiente dos Açores.

Estes aspetos são analisados de seguida:

Análise sociodemográfica:

A formação dos *clusters* segundo a sociodemografia determinou os seguintes resultados:

Tabela 13. Caracterização sociodemográfica dos *clusters*.

		<i>Percentagem por cluster</i>			
		<i>Cluster 1</i>	<i>Cluster 2</i>	<i>Cluster 3</i>	<i>Cluster 4</i>
		%	%	%	%
Sexo	Mulheres	65%	55%	58%	58%
	Homens	35%	45%	42%	42%
	<i>TOTAIS</i>	<i>15%</i>	<i>26%</i>	<i>32%</i>	<i>27%</i>
Grupo etário	Até 34	36%	39%	63%	43%
	35 a 59	57%	55%	33%	47%
	60 +	7%	6%	4%	11%
	<i>TOTAIS</i>	<i>15%</i>	<i>26%</i>	<i>32%</i>	<i>27%</i>
Habilitações Literárias (níveis de ensino)	Básico	0%	1%	0%	1%
	Secundário	15%	10%	13%	24%
	Superior	85%	89%	87%	75%
	<i>TOTAIS</i>	<i>15%</i>	<i>26%</i>	<i>32%</i>	<i>27%</i>



Em termos sociodemográficos, o *cluster* 1, sendo o de menor dimensão, correspondendo a apenas 15% do total da amostra, é constituído maioritariamente por mulheres (65%), na faixa etária dos 35 aos 59 anos (57%) e possuindo o ensino superior (85%).

O segundo *cluster*, por seu turno, ainda que sendo constituído maioritariamente por senhoras, o seu peso no grupo diminui para 55%. Também é constituído maioritariamente por pessoas na faixa etária dos 35 aos 59 anos, e tem a percentagem mais elevada de possuidores de grau de ensino de nível superior (89% do total de constituintes deste grupo possui licenciatura). Este *cluster* reúne 26% do total da população da amostra.

O terceiro *cluster* é o maior em dimensão (representa 32% do total da população), é também aquele que é constituído pela população mais jovem (63% cai na faixa etária abaixo dos 35 anos). Também a nível académico possui elevadas taxas de habilitações, sendo que 87% da amostra possui licenciatura. Igualmente a distribuição entre sexos é maior nas mulheres, com cerca de 58%.

O quarto *cluster*, também constituído principalmente por senhoras, tem a particularidade de possuir o maior número de pessoas com idade igual ou acima dos 60 anos (11%), ainda que a faixa etária predominante seja a dos 35 aos 59 anos (47%). Também a nível habilitacional, é maioritariamente constituído por indivíduos possuidores do ensino superior (75%).

Análise segundo as características de viagem:

A dispersão da variável duração de estadia é de facto bastante ampla. Como verificado no capítulo anterior, a média de dias de estadia ronda os 8,82. O percentil



médio situa-se nos 7 dias, pelo que se optou por estudar as estadas em períodos de tempo igual a semanas, utilizando o percentil médio conseguido. Assim criaram-se três intervalos de estadia com duração menor ou igual a 7 dias, de 7 a 14 dias e maiores de 14 dias. O número de viagens realizadas a destinos de natureza foi igualmente escalonado de acordo com os resultados estatísticos. Encontrando-se a média de viagens a destinos naturais nas 2,76 viagens, optou-se por determinar viajantes com até 3 viagens realizadas, de 4 a 6 viagens empreendidas nos últimos 2 anos, ou com mais de 6. A variável “*Local de Origem*”, por ser igualmente diversa, foi agregada em três classes: “Norte da Europa”, “Sul da Europa” e “Resto do Mundo”. A variável correspondente à pergunta 1, relacionada com o facto de ser ou não a primeira visita foi utilizada na sua configuração original.

Os resultados, conforme quadro 14, permitem confirmar que a maioria dos visitantes são de origem nacional em todos os *clusters* e por inquiridos originários do Sul da Europa, com um máximo de 71,8% no *cluster* quatro. De facto, o *cluster* com menor número de visitantes originários do Sul da Europa é o primeiro, em que ainda assim se atinge o valor de 57,1%. Os restantes apresentam valores superiores, sendo que o *cluster* que concentra maior número de pessoas originárias desta parte do mundo é o 4º, com 71,8% do total dos inquiridos.

O *cluster* 1 distingue-se por congregar o facto de obter a maior percentagem de inquiridos de fora da Europa (14,3%), com cerca de metade dos visitantes com estadias médias até 7 dias (53,6%). No entanto, este grupo tem a particularidade de ser também aquele que obtém melhores scores nas estadias longas, com cerca de 30% dos seus constituintes declarando ficar mais de 14 dias. Ao mesmo tempo é constituído por 80% de visitantes pela primeira vez. E embora 62,5% dos respondentes deste grupo se situe na média de visitas a destinos de natureza nos últimos 2 anos, este *cluster* também



atinge o maior percentual daqueles que realizaram acima de 4 viagens a destinos de natureza (28,6%).

Tabela 14. Características da Viagem

		<i>Número de caso de cluster</i>			
		<i>Cluster 1</i>	<i>Cluster 2</i>	<i>Cluster 3</i>	<i>Cluster 4</i>
		<i>% de N da coluna</i>	<i>% de N da coluna</i>	<i>% de N da coluna</i>	<i>% de N da coluna</i>
Local de Origem	Norte	28.6%	29.2%	21.5%	16.5%
	Europa				
	Sul Europa	57.1%	62.5%	70.2%	71.8%
	Resto do Mundo	14.3%	8.3%	8.3%	11.7%
Q1	Visitante de regresso	19.6%	27.1%	28.9%	23.3%
	1ª Visita	80.4%	72.9%	71.1%	76.7%
Duração da visita	Até 7 dias	53.6%	56.3%	57.0%	62.1%
	7 a 14 dias	16.1%	18.8%	29.8%	16.5%
	+ de 14 dias	30.4%	25.0%	13.2%	21.4%
Nº visitas NBT	Até 3 visitas	62.5%	74.0%	68.6%	73.8%
	4 a 6 visitas	28.6%	19.8%	22.3%	23.3%
	+ de 6 visitas	8.9%	6.3%	9.1%	2.9%

O segundo *cluster*, agrega a maior percentagem de respondentes do Norte da Europa (29,2%) e a segunda maior de visitantes que regressam aos Açores (27,1%). A maior parte dos visitantes fica até 7 dias (53,6%) e 74% do total deste *cluster* realizou até 3 viagens a destinos de natureza nos últimos 2 anos.



O terceiro *cluster*, por seu turno, agrega a maior percentagem de visitantes que já visitaram os Açores (perto de 30%) e igualmente a maior percentagem (29,8%) de turistas com estadias médias (de 7 a 14 dias). No restante, apresenta características semelhantes aos outros *clusters*, sendo formados maioritariamente por respondentes do sul da Europa, em primeira visita, com 57% de estadias médias até 7 dias.

O 4º *cluster* agrega a maior percentagem de residentes do Sul da Europa (71,8%), sendo igualmente constituído pelo segundo maior grupo de residentes fora da Europa (11%). 76,7% visita os Açores pela primeira vez, e as estadias médias são de até 7 dias (62,1%). Também neste grupo, a média de até 3 viagens a destinos de natureza dos últimos 2 anos foi de 73,8%.

Análise dos *clusters* por motivo principal de visita:

Este procedimento teve por base as respostas à sexta pergunta do questionário que apresenta várias hipóteses de motivações para a escolha do destino Açores enquanto destino de férias. Estas escolhas abrangiam formas de turismo mais “*soft*”, como ver paisagens ou visitar jardins históricos, bem como outras formas de turismo designadas de “*hard*”, por implicarem um envolvimento direto com o ambiente natural, animais e plantas. Estes últimos referem-se, por exemplo, ao mergulho, ver baleias ou golfinhos, ou fazer trilhos e passeios pedestres.

Uma vez que os respondentes eram livres de indicar mais do que um motivo principal, a soma total por item indicia o interesse geral de cada atividade. No entanto, tendo em conta esta especificidade, a análise dos resultados parciais por *clusters* não são necessariamente coincidentes com os resultados gerais por atividade. Apesar disso, julgamos ser de todo o interesse perceber o perfil de cada visitante por *clusters* relativamente ao tipo de atividades com as quais cada um se identifica.



Os resultados apresentados no quadro 15 permitem destacar os seguintes factos:

Os respondentes pertencentes ao quarto *cluster* dão particular preponderância a atividades aquáticas, com 50% dos inquiridos a declarar que o motivo principal da visita é a prática de mergulho. Seguem-se as atividades de observação de cetáceos e golfinhos, com 46,7% do total de registos e ainda o surf, com 42,9% de respostas positivas.

Tabela 15. Caracterização dos *clusters* por motivo de viagem.

	<i>Média da amostra</i>	<i>Cluster 1 % de N Da linha</i>	<i>Cluster 2 % de N da linha</i>	<i>Cluster 3 % de N da linha</i>	<i>Cluster 4 % de N da linha</i>
Ver baleias e golfinhos	8%	13.3%	13.3%	26.7%	46.7%
Fazer banhos termais	22,9%	16.3%	19.8%	29.1%	34.9%
Observação de aves	4%	13.3%	0.0%	53.3%	33.3%
Passeios/Trilhos pedestres	28,2%	21.7%	20.8%	32.1%	25.5%
Praticar mergulho	3,2%	33.3%	0.0%	16.7%	50.0%
Visitar reservas naturais	37%	15.1%	16.5%	34.5%	33.8%
Visitar jardins históricos	17,8%	14.9%	20.9%	25.4%	38.8%
Ver paisagens naturais/vulcânicas	56,1%	16.1%	19.0%	32.2%	32.7%
Praticar surf	3,7%	7.1%	14.3%	35.7%	42.9%
Participar numa excursão turística organizada	3,5%	0.0%	23.1%	46.2%	30.8%

O *cluster* 3, por seu turno, agrega o maior nº de visitantes que indica como motivo principal da visita a realização de excursões organizadas (46,2%), concentrando também o maior nº de respondentes que pretendem praticar a observação de aves. Este *cluster* também parece indiciar as atividades de turismo “*soft*” como motivos de eleição, tal



como ver reservas paisagens vulcânicas (32,2%), visitar reservas naturais (34,5%), realizar passeios/trilhos pedestres (32,1%) ou ir a banhos termais (29,1%).

No *cluster* 2, nem todas as atividades conseguem pontuação. O mergulho, ou a observação de aves não são indicados por nenhum dos respondentes como motivo principal da visita. Outras atividades, apontadas como principais, são por exemplo, a participação em atividades organizadas (23,1%), visitar jardins históricos (20,9%) ou realizar passeios pedestres (20,8%).

Por último, os visitantes do *cluster* 1 indicam a sua preferência por praticar mergulho (33,3%), não participam em excursões organizadas, e também declaram apreciar, enquanto segunda preferência, fazer passeios e trilhos pedestres (21,7%).

Análise dos *clusters* por comportamentos pré-visita:

Como parte do estudo das percepções dos turistas relativamente aos impactos da sua atividade sobre os ambientes naturais, foi também escolhida para análise a questão 9, em que se pretende perceber se os respondentes se consideram responsáveis pelo bem-estar do próximo. Perceber se os respondentes se sentem responsáveis pelo bem-estar dos outros poderá ser um indicador do seu grau de comprometimento com a sociedade, e por isso, ser um indicador avançado da sua propensão para agir ambientalmente. Segundo Eisenberg e Miller (1987) estes comportamentos resultam de atitudes altruístas e de empatia. Segundo aqueles pesquisadores, o comportamento altruísta é definido como “*o comportamento intencional voluntário que resulta em benefícios para o outro: as razões [do comportamento] não são específicas e podem ser positivas, negativas ou ambos*”.



Na senda deste princípio, Borden e Francis (1978) coligiram 2 hipóteses, que consistem resumidamente em que, por um lado, pessoas com forte orientação competitiva e egocêntrica têm menos probabilidade de agir ambientalmente. Por outro lado, pessoas com as suas necessidades pessoais satisfeitas teriam maior probabilidade de agir ecologicamente porque têm mais recursos (tempo, dinheiro e energia) para se preocupar com questões mais sociais e ter atitudes pró-ambientais.

Tabela 16. Avaliação de Locus de Controlo por *cluster*.

<i>As minhas ações podem melhorar o bem estar de pessoas que não conheço</i>	<i>Número de caso de cluster</i>			
	<i>Cluster 1 % N total da coluna</i>	<i>Cluster 2 % N total da coluna</i>	<i>Cluster 3 % N total da coluna</i>	<i>Cluster 4 % N total da coluna</i>
Concordo	47.3%	42.7%	21.5%	36.9%
Concordo completamente	43.6%	53.1%	75.2%	54.4%
<i>Total parcial</i>	<i>91%</i>	<i>96%</i>	<i>97%</i>	<i>91%</i>

Como se pode verificar no quadro 16, em todos os *clusters* a percentagem total de respondentes que concorda ou concorda completamente com a afirmação de que as suas atividades podem ter influência positiva no bem estar de pessoas que não conhecem é sempre superior a 90%, sendo no 3º *cluster* que esta percentagem é a mais elevada, atingindo 97% do total de respondentes. Isso poderá indicar portanto, que pelo menos a disponibilidade dos respondentes para tomar ações ambientalmente responsáveis é elevada.



Em consequência, o seguimento lógico deste raciocínio seria estudar os comportamentos pré-visita dos respondentes a questões ambientais. Os resultados percentuais são reportados na tabela 17, sendo que, para facilidade de estudo, se optou por apresentar apenas os resultados para os comportamentos relatados como frequentemente ou sempre realizados.

Tabela 17. Comportamentos pré-visita por *cluster*.

		<i>Cluster 1</i>	<i>Cluster 2</i>	<i>Cluster 3</i>	<i>Cluster 4</i>
Desligo a luz quando saio de casa	Frequentemente	9%	8,5%	2,4%	5,8%
	Sempre	91 %	90,5%	95,8%	90,2%
<i>Total de respostas das linhas</i>		<i>100,0%</i>	<i>99%</i>	<i>98,2%</i>	<i>96%</i>
Isolei janelas e portas para evitar perdas de calor	Frequentemente	35,1%	25%	17,5%	23,7%
	Sempre	50%	50%	45%	54,4%
<i>Total de respostas das linhas</i>		<i>85,1%</i>	<i>75,0%</i>	<i>62,5%</i>	<i>78,1%</i>
Compro produtos que protegem o ambiente	Frequentemente	45%	42,1%	49,5%	39,2%
	Sempre	27,2%	8,4%	15,7%	28,4%
<i>Total de respostas das linhas</i>		<i>72,2%</i>	<i>50,5%</i>	<i>65,2%</i>	<i>67,6%</i>
Pratico caminhadas ao ar livre	Frequentemente	45,5%	37,5%	45%	39,2%
	Sempre	25,5%	25%	35,3%	29,4%
<i>Total de respostas das linhas</i>		<i>71%</i>	<i>62,5%</i>	<i>80,3%</i>	<i>68,6%</i>
Apanho o lixo dos outros e deposito no lugar certo	Frequentemente	20%	24,2%	30,5%	24%
	Sempre	18,1%	18,9%	16,5%	24%
<i>Total de respostas da linha</i>		<i>38,1%</i>	<i>43,1%</i>	<i>47%</i>	<i>48%</i>
Separo o lixo para reciclar	Frequentemente	18,2%	16,6%	16,5%	23,5%
	Sempre	69%	64,5%	60,3%	61,7%
<i>Total de respostas das linhas</i>		<i>87,2%</i>	<i>81,1%</i>	<i>76,8%</i>	<i>85,2%</i>
Uso sacos reutilizáveis quando vou ao supermercado	Frequentemente	40%	35,4%	35,5%	31,4%
	Sempre	49%	52%	52,8%	52,9%
<i>Total de respostas das linhas</i>		<i>89%</i>	<i>87,4%</i>	<i>88,3%</i>	<i>84,3%</i>
Ando a pé em vez de andar de carro	Frequentemente	34,5%	36,4%	36,4%	36,3%
	Sempre	14,5%	14,5%	16,5%	14,7%
<i>Total de respostas das linhas</i>		<i>49%</i>	<i>50,9%</i>	<i>52,9%</i>	<i>51%</i>
Reduzo a velocidade do carro para poupar combustível	Frequentemente	27,3%	27,9%	31,3%	36,3%
	Sempre	18,2%	9,6%	18,6%	16,1%
<i>Total de respostas das linhas</i>		<i>45,5%</i>	<i>37,5%</i>	<i>49,7%</i>	<i>52,4%</i>
Fecho a torneira quando lavo os dentes	Frequentemente	27,3%	19,8%	23,1%	16,7%
	Sempre	54,5%	60,4%	65,2%	70,5%
<i>Total de respostas das linhas</i>		<i>81,8%</i>	<i>80,2%</i>	<i>88,3%</i>	<i>87,2%</i>



As conclusões da organização de respostas por *clusters* permite reconhecer que existem um conjunto de respostas, usualmente as que implicam um menor envolvimento dos respondentes em termos de redução de conforto e/ou menor custo financeiro, em que os comportamentos são geralmente referidos pelos respondentes de todos os *clusters*. É o caso de questões como “*desligo a luz quando saio de casa*” (percentagens acima de 96% em todos os *clusters*), “*separo o lixo para reciclar*”, com percentagens gerais acima de 77%, “*uso sacos recicláveis quando vou ao supermercado*” (percentagens superiores a 84%), e ainda “*fecho a torneira quando lavo os dentes*” (valores acima de 80%).

Já noutra tipo de respostas, em que o compromisso ambiental é maior, começam a desenhar-se algumas diferenças. É o caso de perguntas como “*isolei janelas e portas para evitar perdas de calor*”, “*compro produtos que protegem o ambiente*” ou “*faço passeios a pé*”. Neste tipo de questões, os *clusters* 1 e 4 destacam-se com os *scores* mais elevados. A única exceção é a questão dos passeios a pé, cuja pontuação mais elevada é atingida pelo *cluster* 3, curiosamente aquele que agrega a população mais jovem.

As questões que são ainda mais exigentes e requerem um maior envolvimento pessoal, como “*recolho o lixo dos outros*”, “*vou a pé em vez de andar de carro*” ou “*reduzo a velocidade para poupar combustível*”, claramente mais rigorosas em termos de compromisso, foram por isso consideradas as mais definidoras de cada perfil de *cluster*.

Assim, para a questão “*recolho o lixo dos outros e deposito no lugar certo*”, os *clusters* 3 e 4 destacam-se com 47% e 48% dos inquiridos a responder que o fazem sempre ou pelo menos frequentemente, quando no *cluster* 1 apenas 38% dos inquiridos



tem o mesmo tipo de comportamento. O segundo *cluster*, neste item, obteve a percentagem de 43%.

Relativamente à questão “*vou a pé em vez de andar de carro*” a mesma é relativamente consensual, onde todos os *clusters* não apresentam variações significativas, e em que cerca de 50% do total dos arguidos declara que o faz pelo menos frequentemente.

Também quanto à questão sobre a redução da velocidade do carro para poupar combustível, verifica-se que o quarto *cluster* é o que admite fazê-lo com maior frequência (52%), seguido do 3º *cluster*, com cerca de 50%. Neste item o segundo *cluster* é o que obtém um pior desempenho, com apenas 37,5% dos inquiridos a admitir fazê-lo frequentemente.



CAPÍTULO V. Percepção dos impactos da atividade turística:

O aumento e disseminação das viagens turísticas a áreas relativamente remotas do planeta veio acentuar a característica paradoxal do turismo de base natural. De facto, quanto mais atrativo um determinado destino (usualmente devido à sua biologia rica e ou às suas características culturais), mais popular ele poderá vir a tornar-se, o que em contrapartida aumenta a probabilidade do mesmo se degradar, face ao incremento do número de visitantes. Em consequência, como já evidenciado, o aumento de turistas poderá vir a diminuir a qualidade da experiência turística de cada visitante.

O que leva à discussão sobre os limites à utilização turística de determinado destino nomeadamente pela sua capacidade de carga. Goldsmith (1974), identificou quatro categorias principais limitantes da atividade turística: capacidade física, ecológica, económica e perceptual. Martin e Uysal (1990) estudaram estas categorias nos diversos estágios do turismo e determinaram os aspetos considerados principais em cada um daqueles estágios. De acordo com estes, uma determinada área nos estágios iniciais do turismo pode ser limitada pela sua capacidade de carga física, enquanto que aspetos ecológicos e perceptuais ganham importância na fase de maturação e prevenção do declínio.

Segundo Hillery *et al* (2001), apesar da importância da capacidade ambiental e perceptual, as pesquisas muitas vezes focam-se nestes dois aspetos separadamente, tornando difícil avaliar até que ponto os turistas têm consciência da real extensão dos impactos ambientais por si provocados.



Estudos como o de Lucas e Ittner (1979), Marion e Lime (1986), Hamitt *et al* (1994) focados nas percepções dos turistas, concluíram que estes geralmente têm uma percepção limitada do desgaste natural a que os ambientes estão sujeitos, estando no entanto sensíveis aos impactos mais diretos como o lixo, desperdício, vandalismo, etc. Ainda assim, no estudo de Hammitt *et al* (1996), sendo mais recente, observou-se também que os turistas têm vindo a tomar maior consciência de outros tipos de impactos, alguns dos quais menos diretos, como por exemplo a erosão causada em trilhos pedestres.

No nosso estudo, a última vertente da análise de *clusters* efetuada relacionou-se exatamente com a percepção dos turistas face aos impactos provocados pela atividade turística nos locais visitados. Os resultados são apresentados seguidamente em duas tabelas distintas. A primeira, onde se agrupam as respostas dos turistas relativamente aos benefícios geralmente reconhecidos da atividade turística, e a segunda, em contraposição, onde se espelha a sua opinião sobre alguns dos impactos negativos reconhecidos daquela atividade.

O quadro 18 apresenta as respostas relativamente aos impactos positivos reconhecidos.

Como se poderá verificar naquele quadro, todos os *clusters* são unânimes em reconhecer benefícios da atividade turística. De facto, as percentagens de concordância com os aspetos positivos dessa atividade são superiores a 90% em todos eles. Embora alguns sejam veementemente apoiantes da existência de grandes benefícios (concordando sem reservas com as afirmações produzidas no inquérito, em todos os *clusters* a maioria apenas concorda com as afirmações, não as suportando a 100%.



Tabela 18. Impactos positivos reconhecidos pelos visitantes (por cluster).

		<i>Cluster 1</i>	<i>Cluster 2</i>	<i>Cluster 3</i>	<i>Cluster 4</i>
		%	%	%	%
É incentivo à proteção de paisagens, habitats e espécies	Discordo completamente	0,0%	1,1%	0,8%	0,0%
	Discordo	0,0%	4,3%	8,3%	2,0%
	Concordo	52,9%	60,9%	48,8%	52,5%
	Concordo completamente	47,1%	33,7%	42,1%	45,5%
Promove aumento de consciência ambiental	Discordo completamente	0,0%	0,0%	0,8%	0,0%
	Discordo	1,9%	2,1%	5,8%	1,0%
	Concordo	49,1%	69,1%	42,5%	52,5%
	Concordo completamente	49,1%	28,7%	50,8%	46,5%
Potencia envolvimento em ações de proteção ambiental	Discordo completamente	0,0%	0,0%	0,8%	0,0%
	Discordo	7,5%	4,3%	7,6%	7,0%
	Concordo	60,4%	71,0%	53,8%	55,0%
	Concordo completamente	32,1%	24,7%	37,8%	38,0%
Promove desenvolvimento económico local	Discordo completamente	0,0%	1,1%	0,0%	0,0%
	Discordo	1,9%	0,0%	0,8%	2,0%
	Concordo	60,4%	71,3%	50,4%	53,5%
	Concordo completamente	37,7%	27,7%	48,7%	44,6%

A discordância ocorre em níveis muito reduzidos, manifestando-se mais intensamente no terceiro *cluster*, onde em algumas afirmações aquela atinge valores próximos dos 10%, como ocorre com a afirmação de que esta é uma atividade que incentiva a proteção de habitats e animais selvagens (9%), ou na questão em que se avalia a possibilidade de o turismo potenciar o envolvimento em ações de proteção ambiental (8%). Em segundo lugar no ranking de discordâncias encontra-se o *cluster 1*, que atinge uma percentagem de discordância ligeiramente inferior ao *cluster 3* (na ordem dos 8%).



A questão que obtém maior unanimidade em todos os *clusters* é a relativa à economia, que atinge em todos percentagens de aceitação superiores a 98%.

O estudo dos impactos negativos, por seu turno, revelou os seguintes resultados em termos percentuais:

Tabela 19. Impactos negativos reconhecidos (por cluster).

		<i>Cluster 1</i>	<i>Cluster 2</i>	<i>Cluster 3</i>	<i>Cluster 4</i>
		%	%	%	%
Mais lixo nos locais visitados	Discordo completamente	2,0%	3,2%	1,7%	2,0%
	Discordo	15,7%	22,6%	19,7%	16,8%
	Concordo	51,0%	60,2%	53,0%	49,5%
	Concordo completamente	31,4%	14,0%	25,6%	31,7%
Nº excessivo de visitantes/veículos nos locais visitados	Discordo completamente	1,9%	2,1%	1,7%	1,0%
	Discordo	13,5%	23,4%	10,8%	11,9%
	Concordo	53,8%	63,8%	51,7%	54,5%
	Concordo completamente	30,8%	10,6%	35,8%	32,7%
Degradação da vegetação natural endémica/Pisoteio de zonas sensíveis	Discordo completamente	0,0%	2,1%	0,8%	1,0%
	Discordo	19,6%	36,2%	19,8%	20,2%
	Concordo	52,9%	55,3%	57,9%	49,5%
	Concordo completamente	27,5%	6,4%	21,5%	29,3%
Perturbação da avifauna/zonas de nidificação de aves	Discordo completamente	0,0%	1,1%	1,7%	1,0%
	Discordo	13,7%	37,6%	16,8%	15,0%
	Concordo	49,0%	53,8%	57,1%	59,0%
	Concordo completamente	37,3%	7,5%	24,4%	25,0%
Degradação dos fundos marinhos	Discordo completamente	2,0%	3,5%	2,5%	1,1%
	Discordo	25,5%	44,2%	26,3%	23,9%
	Concordo	43,1%	46,5%	56,8%	48,9%
	Concordo completamente	29,4%	5,8%	14,4%	26,1%



Como se pode verificar, os níveis de discordância com as questões apresentadas são bastante superiores aos percecionados quando perguntados sobre os benefícios da atividade turística. Poder-se-á por isso concluir que a percepção dos turistas sobre os aspetos negativos da sua atividade é menor, quando comparada com os aspetos positivos reconhecidos ao turismo.

De facto, todos os *clusters* reconhecem a existência de mais lixo nos locais visitados. No primeiro *cluster* esse valor atinge 82% dos respondentes, que concordam e concordam completamente com esse problema.

Já no segundo *cluster*, o valor desce para 74%, com 60% de respostas concordantes e 14% de respostas muito concordantes. No terceiro *cluster* o total de respondentes que aceitam a afirmação da existência de mais lixo é de 79% e no quarto, esse valor atinge os 81%.

Quando perguntados sobre a existência de um número excessivo de visitantes ou de veículos nos locais visitados, os *clusters* que se mostraram mais sensíveis foram o terceiro e o quarto (88% e 87% respetivamente). Os restantes *clusters* apresentaram percentagens de concordância inferiores, sendo o segundo *cluster* o mais tolerante a esta realidade (74% concordam que o turismo produza situações de *overcrowding*, o que significa necessariamente que 26% não concorda que o turismo provoque constrangimentos a esse nível).

Indagados sobre a degradação da vegetação natural e endémica, os *clusters* 1, 3 e 4 são mais sensíveis, apresentando percentagens maiores de concordância com a problemática (cerca de 80% dos respondentes concordam ou concordam completamente com a existência deste problema), sendo que, em contrapartida, o segundo *cluster* apresenta o percentual mais baixo de concordância (na ordem dos 61%).



Em moldes idênticos à pergunta sobre a degradação da vegetação natural e endêmica, as percentagens de concordância sobre os níveis de perturbação na população de aves ou zonas de nidificação desses animais, novamente o segundo *cluster* é o menos sensível às perturbações ambientais (38,7% discorda da existência deste problema). Nos restantes *clusters*, a percentagem de discordância é menor, indo de um percentual de 13,7% no primeiro *cluster* a 18,5% no terceiro *cluster*, passando pelo valor de 16% no quarto.

Uma outra questão colocada no inquérito produzido versava sobre a degradação dos fundos marinhos provocada pela atividade turística. Esta questão foi a que foi mais desvalorizada por todos os *clusters*, com níveis de discordância variando dos 25% aos 28,8% nos clusters 1, 3 e 4, sendo novamente o segundo *cluster* o mais complacente com esse problema, com 47,7% dos inquiridos daquele *cluster* a discordar ou a discordar fortemente da existência deste problema.

A análise deste último quadro é, pois, a mais clarificadora quanto a diferenças entre os quatro *clusters*. Nessa perspetiva, destaca-se o segundo *cluster*. Este reconhece maiores benefícios da atividade turística, agrega o menor número de senhoras, e os seus integrantes são predominantemente pertencentes à faixa etária dos 35 aos 59 anos. Tem igualmente o maior número de pessoas com educação de nível superior, e agrega o maior número de residentes no Norte da Europa (29,2%). Possui também a mais alta taxa de regressos. Este *cluster* representa 26% do total da amostra. No entanto, é também este o *cluster* com maior tolerância aos impactos negativos gerados pela atividade turística.



CAPÍTULO VI. Discussão e Conclusões

O objetivo central desta tese é o estudo da percepção do impacto ambiental que as atividades e ações desenvolvidas pelos turistas têm nos recursos naturais que suportam aquelas atividades. Este objetivo enquadra-se nas preocupações com a sustentabilidade económica e ambiental expressas nos documentos oficiais que definem a estratégia de desenvolvimento regional do turismo (PEMTA, 2016).

O destino Açores é geralmente apresentado como um destino de natureza, com recurso à utilização de imagens icónicas de referência das paisagens açorianas, lagoas e animais como as baleias e golfinhos. Como discutido nos capítulos anteriores a avaliação foi feita do lado da procura visando distinguir entre os turistas que apenas escolhem um destino de natureza e aqueles que pelos seus valores e atitudes são turistas amigos do ambiente, como definidos por Dolnicar (2008).

A caracterização dos turistas de natureza foi estruturada com base nas questões definidas no início deste trabalho:

1. Qual o nível de conhecimento ambiental demonstrado pelos turistas que escolheram o destino Açores para as suas férias?
 2. Os turistas de natureza têm atitudes amigas do ambiente que os diferenciam dos restantes turistas?
 3. Que percepção demonstram os respondentes sobre os impactos ambientais das suas atividades turísticas?
-



A análise de *clusters* com base nos valores e atitudes da escala New Environmental Paradigm, e das suas três dimensões identificadas através da análise fatorial das respostas dos turistas inquiridos, permitiu identificar grupos homogéneos de visitantes. A caracterização sociodemográfica de cada um deles e dos motivos principais da escolha do destino permitiu traçar um perfil base por segmento.

Os testes de Kolmogorov-Smirnoff da distribuição das variáveis relativas ao conhecimento ambiental, escala NEP e percepção dos efeitos do turismo de natureza permite-nos rejeitar a hipótese nula de uma distribuição normal (Anexo I Testes Estatísticos).

A inspeção da distribuição de frequências das respostas dos inquiridos já tinha revelado um enviesamento à esquerda das respostas como verificado em anteriores estudos que utilizam variáveis qualitativas codificadas numa escala Likert (King e Bruner, 2000; Legget *et al*, 2003). A identificação das variáveis que diferenciam cada *cluster* é feita através do teste não paramétrico de Kruskal-Wallis para as seguintes hipóteses e para cada um dos seis itens sobre conhecimento dos Açores, da escala NEP e dos impactos reconhecidos ao turismo:

H0: os clusters são estatisticamente iguais...

H1: existe pelo menos um cluster estatisticamente diferente...

A primeira questão sobre o nível de conhecimento ambiental dos Açores foi avaliada através dum conjunto de seis perguntas sobre a fauna e flora emblemática da ilha de S. Miguel, com as respostas possíveis de verdadeiro ou falso.

O estudo anterior das respostas obtidas determinou que a média de respostas certas foi de 3,65, potenciada pelo facto de cerca de 58,8% dos inquiridos ter obtido um total de 3 ou de 4 respostas certas.



O estudo desta variável qualitativa através do teste de Kruskal-Wallis à igualdade das distribuições nos 4 grupos definidos pelo ACP determinou que os mesmos não são estatisticamente diferentes quanto a este fator (veja-se quadro 24 no anexo II).

O que nos leva à questão essencial para a sustentabilidade do turismo enquanto atividade económica e do ambiente natural onde o mesmo se desenvolve: existe realmente alguma diferença entre as atitudes dos turistas de natureza e a dos restantes turistas?

A validação desta hipótese assenta no estudo da escala NEP, onde se analisaram os valores de cada inquirido face à problemática ambiental.

Os resultados apontam para que os *clusters* sejam estatisticamente diferentes em todas as questões da escala NEP e igualmente na pontuação final obtida pela soma dos valores associados a cada item valorativo. O quadro de estatísticas e o nível de significância para cada variável é apresentado em anexo (Tabela 22).

No tocante à percepção dos impactos ambientais que os turistas têm dos seus comportamentos, os resultados são idênticos com exceção da questão que relaciona o turismo com o aumento do nível de consciência ambiental, onde se verifica que pelo menos um dos *clusters* não tem a mesma opinião dos restantes. Relativamente aos impactos negativos, a hipótese nula é rejeitada verificando-se que relativamente a todas as questões colocadas existe pelo menos um *cluster* que se diferencia na sua percepção dos impactos ambientais causados pelo turismo, sendo idênticos apenas na questão da existência de maior quantidade de lixo nos locais visitados (Tabela 29).

Os resultados obtidos permitiram identificar os aspetos relevantes que diferenciam cada um dos *clusters* identificados, estruturando essas diferenças em torno das questões



centrais investigadas. O quadro abaixo sumariza as variáveis que se revelaram estatisticamente diferentes após a aplicação dos testes de Kruskal-Wallis:

Tabela 20. Quadro sumário das características diferenciadoras de cada *cluster*.

		<i>Adultos Ativos</i>	<i>Antropo-cêntricos</i>	<i>EFT-Jovens</i>	<i>EFT-Sulistas</i>
Características Sociodemográficas	Mulheres	65%	55%	58%	58%
	Idade: 35-59	57%	55%	33%	47%
	< 34	36%	39%	63%	43%
	Norte Europa	28,6%	29,2%	21,5%	16,5%
	Sul Europa	57,1%	62,5%	70,2%	71,8%
	Resto Mundo	14,3%	8,3%	8,3%	11,7%
	% Regressos	19,6%	27,1%	28,9%	23,3%
NEP	Média pontuação	33,05	32,98	35,04	39,40
NEP (percentagem de respostas por classificação)	<i>High</i> NEP	1,8%	3,1%	14,0%	71,8%
	Méd NEP	26,8%	27,1%	46,3%	28,2%
	<i>Low</i> NEP	71,4%	69,8%	39,7%	0,0%
Comportamentos em casa	Média pontuação	30,66	29,85	30,45	30,73
	Compro prods “verdes	2,98	2,59	2,8	2,91
Impactos negativos reconhecidos	Excesso de visitantes	2,91	2,77	3,19	3,12
	Degradação da Vegetação Natural	2,8	2,6	3	2,95
	Perturbação de aves	2,94	2,59	2,99	2,99
	Degradação de Fundos marinhos	2,73	2,28	2,76	2,67

Da análise do quadro 20 resultam as seguintes conclusões:

1. Os clusters designados de adultos ativos e antropocêntricos, *cluster* 1 e 2 respetivamente, são semelhantes relativamente às questões NEP. De facto, em cada um deles, as percentagens nos três grupos de respostas são relativamente semelhantes: muito baixa percentagem de respondentes com scores elevados nas



respostas NEP e elevada percentagem de indivíduos com baixa pontuação (71,4% no primeiro cluster e 69,8% no segundo).

Curiosamente, ainda que constituídos maioritariamente por residentes no Sul da Europa, são os dois *clusters* que apresentam maior concentração de turistas residentes no Norte Europeu. Neste contexto, realça-se o facto de ser o *cluster* dos Adultos Ativos que declara em maior percentagem adquirir produtos ambientais, apesar de demonstrarem pouca preocupação ambiental.

2. O *cluster* designado de Antropocêntrico (*cluster 2*) é ainda aquele que tem menor média na pontuação geral da NEP, ao mesmo tempo que é também aquele com menor média de pontuação nos impactos reconhecidos, apontando para que seja este o *cluster* com a maior concentração de turistas antropocêntricos.
 3. O *clusters* Jovens EFT (*Cluster 3*), por seu turno, sendo aquele que tem menor média de idades (63% dos seus componentes são jovens), apresenta resultados nas classificações da NEP variadas, no sentido em que, apesar de já possuir algum grau de respondentes com pontuações elevadas (14%), tem ainda bastantes respondentes com baixa pontuação nos valores identificados na escala NEP (39,7%). Ainda assim, é o grupo que reconhece em maior grau os impactos do turismo na natureza. Concomitantemente, apesar de demonstrarem elevada consciência dos impactos ambientais, não demonstra essa preocupação em termos de comportamentos declarados (a média de pontuação obtida por este *cluster* à resposta sobre a compra de produtos ambientais é próxima de 3, que corresponde à expressão “com frequência”).
 4. O *cluster* designado de EFT-Sulistas (*cluster 4*) destaca-se claramente na determinação dos valores ambientais. De facto, este *cluster* não agrega qualquer respondente com baixa pontuação NEP e 71,8% do total de respondentes
-



apresenta elevada pontuação nesta escala. Os cerca de 23% dos restantes respondentes apresentam *scores* médios.

Ainda assim, em termos de impactos ambientais reconhecidos, são mais permeáveis à atividade turística que o *cluster* Jovens EFT, e em termos de comportamentos pré-visita, apresentam a segunda média mais elevada na questão de compra de produtos ambientais, logo atrás do primeiro *cluster*. Este *cluster* composto maioritariamente por mulheres (58%) tem uma grande concentração de respondentes jovens (43%) e também tem a maior percentagem de respondentes acima dos 60 anos (cerca de 11%). Dentre os quatro grupos, representando 27% do total da amostra, é aquele que pode ser classificado como ecocêntrico.

Limitações metodológicas do trabalho:

Limitações nos recursos implicaram algumas especificidades no trabalho, nomeadamente pela administração livre do inquérito.

Este facto influenciou, por exemplo, a representatividade da amostra por sexo. A média de turistas apresentada pelo estudo do INE³ relativamente a 2015 apresenta uma discriminação por sexos diversa da deste trabalho, que tem uma maior percentagem de mulheres (58,4%) quando na estatística nacional a percentagem se situa na ordem dos 52,6%.

Outrossim, o método de entrega e preenchimento livre de inquéritos poderá distorcer a amostra no sentido de, havendo um acompanhamento mais reduzido do inquirido, o mesmo pode sentir-se mais à vontade para responder aleatoriamente.

³ Estatísticas do Turismo, 2015



Neste, como em outros estudos verifica-se uma predominância de respostas socialmente aceitáveis sobretudo no grupo de perguntas relativamente aos comportamentos em casa, enviesando também por essa via os resultados obtidos (Legget *et al.* 2003).

Recomendação para a gestão

Budeanu, no seu trabalho de 2007, resume as políticas de gestão que podem ser utilizadas para alterar os comportamentos dos turistas:

1. Introdução de incentivos e/ou taxas que discriminem positivamente comportamentos sustentáveis ou penalizem comportamentos poluentes;
2. Introdução de ferramentas *eco-labels*;
3. Ferramentas de aumento da consciência ambiental; e,
4. Desenvolvimento de estratégias de comunicação eficazes;

No entanto, e independentemente das ferramentas que possam ser utilizadas pela gestão, a forma como os indivíduos se relacionam com o ambiente e com o bem-estar dos outros determinará em larga medida a sua disponibilidade para se envolver em atividades ambientalmente e socialmente responsáveis (Wearing e Neil, 2009).

Budeanu (2007) lembra o trabalho de Swarbrooke e Horner (2001), em que os mesmos defendem que os turistas podem subdividir-se em três grupos distintos: os “verdes”, inclinados para agir de forma benéfica para os outros, um grupo “cinzento”, dos indivíduos que não têm particular interesse no bem-estar dos outros; e por último, os “castanhos”, que seriam os ambivalentes neste tópico.

A consolidação de novos destinos, como é o caso dos Açores, deverá concentrar-se na satisfação das necessidades dos turistas, ao mesmo tempo que apresenta preços



competitivos, uma vez que a capacidade limitativa dos custos na escolha é genericamente reconhecida, especialmente em destinos de turismo de massas (Swarbrooke e Horner, 2001, Font, 2000).

Como concluímos nesse estudo, o facto de os turistas apresentarem como motivo para a sua visita aos Açores a preferência pela paisagem e natureza das ilhas, a vida selvagem e o mar, não implica necessariamente que os mesmos tenham um real interesse conservacionista (Budeanu, A., 2007). Pelo que, tal como no artigo citado, e noutros (como Chafe, 2005, Grankvist, 2002, Yan *et al*, 2006), a correlação entre as atitudes positivas demonstradas (neste estudo através da NEP) nem sempre são consequentes com comportamentos ambientalmente benignos nos locais turísticos visitados. Adicionalmente, na literatura, as atitudes ambientais têm-se demonstrado menos importantes do que os hábitos de estilo de vida normal (Garvill *et al*, 2003, Bargeman *et al*, 2006). Uma melhor caracterização dos comportamentos ambientais dos dois *clusters* com valores pró-ambientais, os *environmentaly friendly tourists*, seria por isso conveniente para identificar barreiras à adoção de comportamentos adequados quando em férias.

Segundo Budeanu (2007), para conseguir uma resposta positiva nesta valência, as ofertas de produtos turísticos e serviços sustentáveis terão de ser orientados para os grupos que estão dispostos a ouvir os argumentos ecológicos (o grupo verde e o grupo castanho). Pelo que estratégias de marketing ganhadoras requerem também o conhecimento detalhado do perfil ambiental dos turistas e dos seus segmentos.

No nosso trabalho, concluindo-se pela existência de um grupo particularmente atento à problemática ambiental com uma expressão razoável (*cluster* 4), e um outro que demonstra alguma abertura, ou pelo menos elevada consciência dos impactos das atividades turísticas nos locais visitados (*cluster* 3, com 32% de respondentes), os



responsáveis pela gestão ambiental e turística dos Açores poderão utilizar esta informação para desenvolver estratégias orientadas para a conservação dos locais visitados.

De acordo com Lee e Moscardo (2005), Fairweather *et al.* (2005) e Crouch *et al.* (2005) a confirmação de uma consciência ambiental e de atitudes pro-ambientais nestes dois grupos permitirá concentrar a estratégia de comunicação e a divulgação de códigos de conduta amigos do ambiente, aumentando a sua eficácia e potenciando a modificação de comportamentos.

Pelo que os responsáveis pela gestão dos ambientes naturais do arquipélago deverão adotar políticas distintas, operacionalizadas em instrumentos que podem incluir, além dos acima descritos, o zonamento para controlo do acesso de turistas a áreas mais sensíveis, a disseminação de códigos de conduta, a imposição de taxas e impostos para disciplinar consumos (energia, água,...) ou a produção de resíduos, incentivos à poupança de recursos escassos e o controle de tráfego para redução de problemas de congestionamento ou *overcrowding* e para a diminuição da poluição nas áreas turísticas.

Segundo Budeanu (2007), a materialização destas medidas deverá passar por uma boa estratégia de comunicação que assegure que o que quer que venha a ser pedido aos turistas seja explicado consistentemente, formulado numa linguagem clara e que se relacione com eles. Deverão por isso ser usados um misto de argumentos racionais, como o preço, a saúde, ou a segurança, conjuntamente com argumentos hedónicos, e enfatizando a experiência turística na sua vertente ecológica.

Isso tenderá a reduzir a resistência natural que os indivíduos possam demonstrar ao que eles poderão considerar como uma diminuição do seu bem-estar (Shove, 2004), assegurando uma melhor assimilação dos comportamentos pretendidos. Afinal, a



questão crítica dum destino de natureza em que os fatores diferenciadores são a paisagem, a natureza pristina e vida selvagem é a preservação desses fatores, como forma de garantir a sustentabilidade ecológica e permitir o desenvolvimento económico e social do turismo.



Tabela 22. Distribuição da amostra relativamente á Escala NEP.

	Estamos a atingir o nº limite de pessoas na Terra	A humanidade de tem o direito de modificar o ambiente	A intervenção humana na natureza tem consequências negativas	A criatividade e humana encarregar-se-á de não transformar a Terra num local inhóspito	A humanidade de tem maltratado seriamente o ambiente	A Terra possui recursos abundantes desde que os saibamos explorar	As plantas e os animais têm o mesmo direito de existir que os seres humanos	O equilíbrio da natureza é forte para resistir aos impactos da sociedade industrial	Apesar das suas capacidades únicas, a humanidade de está sujeita às leis da natureza	A crise ambiental que a humanidade enfrenta é muito exagerada	Somatório das respostas NEP	
N	376	376	376	376	376	376	376	376	376	376	376	
Parâmetros normais ^{a,b}	Média	3,77	2,43	3,99	3,11	4,34	4,16	4,51	2,24	4,20	2,65	35,41
	Desvio Padrão	1,045	1,171	0,938	1,003	0,808	0,920	0,752	1,095	0,836	1,252	3,73
Diferenças Mais Extremas	Absoluto	0,222	0,311	0,321	0,198	0,279	0,294	0,369	0,283	0,254	0,215	0,089
	Positivo	0,135	0,311	0,195	0,169	0,208	0,180	0,259	0,283	0,187	0,215	0,089
	Negativo	-0,222	-0,160	-0,321	-0,198	-0,279	-0,294	-0,369	-0,154	-0,254	-0,141	-0,078
Estatística do teste		0,222	0,311	0,321	0,198	0,279	0,294	0,369	0,283	0,254	0,215	0,089
Significância (Bilateral)	Assint.	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c

Tabela 23. Distribuição da população face aos impactos negativos.

	Mais lixo nos locais visitados	Nº excessivo de visitantes/veículos nos locais visitados	Degradação da vegetação natural endémica/Pisoteio de zonas sensíveis	Perturbação da avifauna/zonas de nidificação de aves	Degradação dos fundos marinhos
N	362	367	365	363	347
Parâmetros normais ^{a,b}	Média	3,02	3,10	2,94	2,83
	Desvio Padrão	0,729	0,694	0,699	0,735
Diferenças Mais Extremas	Absoluto	0,278	0,280	0,281	0,269
	Positivo	0,258	0,278	0,262	0,233
	Negativo	-0,278	-0,280	-0,281	-0,269
Estatística do teste		0,278	0,280	0,281	0,269
Significância (Bilateral)	Assint.	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c

ANEXO II-Testes de Kruskal Wallis

Os resultados evidenciados nos testes Kolmogorof-Smirnoff implicaram a utilização de testes Kruskal-Wallis para estudo da variância entre as amostras independentes constituídas a partir de cada um dos 4 *clusters*. Os testes realizados constam nos quadros seguintes:

Tabela 24. Teste de Kruskal Wallis ao conhecimento demonstrado sobre os Açores.

	Os golfinhos são a espécie de cetáceos mais vista nos Açores	As hortências são plantas nativas dos Açores	Só existem caldeias de água quente nas Furnas	A Lagoa do Fogo é uma paisagem protegida	O milhafre é uma espécie protegida	A criptoméria é uma árvore da floresta Laurissilva	Nº de respostas corretas obtidas			
Qui-quadrado	2,767	7,168	3,496	3,577	0,314	0,574	1,330			
Gl	3	3	3	3	3	3	3			
Significância Assint.	0,429	0,067	0,321	0,311	0,957	0,902	0,722			
Sig.	,426 ^c	,070 ^c	,319 ^c	,308 ^c	,964 ^c	,904 ^c	,723 ^c			
Sig. Monte Carlo	Intervalo de Confiança 99%	Lim. Inf.	Lim. Sup.	0,413	0,063	0,307	0,296	0,959	0,896	0,711
				0,439	0,076	0,331	0,319	0,968	0,911	0,734

a. Teste Kruskal Wallis

b. Variável de Agrupamento: Número de caso de *cluster*

c. Baseado em 10000 tabelas de amostra com a semente inicial 2009616798.



Tabela 25. Teste de Kruskall Wallis aos comportamentos declarados fora de férias.

	Desligo a luz quando saio de casa	Isolei janelas e portas para evitar perdas de calor	Compro prods. que protegem o ambiente	Pratico caminha das ao ar livre	Apanho lixo dos outros e deposito no lugar certo	Separo o lixo para reciclar	Uso sacos reutilizáveis quando vou ao supermercado	Ando a pé em vez de andar de carro	Reduzo a velocidade do carro para poupar combustível	Fecho a torneira quando lavo os dentes			
Qui-quadrado	3,562	5,615	15,410	1,737	1,194	1,603	0,293	0,883	6,508	3,400			
G1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3			
Significância Assint.	0,313	0,132	0,001	0,629	0,754	0,659	0,961	0,830	0,089	0,334			
Sig. Sig.	,319 ^c	,133 ^c	,001 ^c	,634 ^c	,757 ^c	,658 ^c	,962 ^c	,826 ^c	,084 ^c	,335 ^c			
Monte e Carlo	Intervalo de Confiança 99%	Limite inferior	Limite superior	0,306	0,124	0,000	0,621	0,746	0,646	0,957	0,816	0,077	0,323
				0,331	0,141	0,002	0,646	0,768	0,670	0,967	0,836	0,091	0,347

Tabela 26. Teste de Kruskall Wallis a questões sociodemográficas.

	Local de Origem	1ª visita?	Duração visita	Nº visitas NBT			
Qui-quadrado	4,272	2,140	2,187	3,441			
G1	3	3	3	3			
Significância Assint.	0,234	0,544	0,535	0,328			
Sig. Sig.	,238 ^c	,559 ^c	,544 ^c	,335 ^c			
Monte Carlo	Intervalo de Confiança 99%	Limite inferior	Limite superior	0,227	0,546	0,531	0,322
				0,249	0,572	0,557	0,347



Tabela 27. Testes de Kruskal Wallis as variáveis da Escala NEP

	Aproxima- mo-nos do nº limite de pessoas na Terra	A humanidade tem direito de modificar o ambiente para satisfazer as suas necessidad es	A intervenção humana na natureza tem muitas vezes consequê ncias negativas	A criatividade humana encarregar -se-á de não transforma r a Terra num lugar inóspito	A humanida de tem maltratado severame nte o ambiente	A Terra possui abunda ntes recursos naturais, desde que os saibamo s utilizar	As plantas e os animais têm o mesmo direito de existir que os humano s	O equilíbrio da natureza é suficientem ente forte para resistir aos impactos da sociedade industrial	Apesar das suas capacidades únicas, os humanos estão sujeitos às leis da natureza	A crise ambiental que a humanidad e enfrenta é manifesta mente exagerada	Soma total das respostas obtidas
Qui-quadrado	73,027	77,599	86,683	68,873	116,534	94,707	89,876	124,415	58,738	75,219	195,573
Gl	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Significância Assint.	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Sig. Monte Carlo	Sig. ,000 ^c	Sig. ,000 ^c	Sig. ,000 ^c	Sig. ,000 ^c	Sig. ,000 ^c	Sig. ,000 ^c	Sig. ,000 ^c	Sig. ,000 ^c	Sig. ,000 ^c	Sig. ,000 ^c	Sig. ,000 ^c
	Interva- lo Confiança 99%	Lim. inf.	Lim. sup.								
		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000

a. Teste Kruskal Wallis

b. Variável de Agrupamento: Número de caso de cluster

c. Baseado em 10000 tabelas de amostra com a semente inicial 1451419960.

Tabela 28. Testes Kruskal Wallis aos impactos positivos reconhecidos

	É incentivo à proteção de paisagens, habitats e espécies	Promove aumento de consciência ambiental	Potencia envolvimento em ações de proteção ambiental	Promove desenvolv imento económ o local
Qui-quadrado	4,799	9,553	2,697	10,134
Gl	3	3	3	3
Significância Assint.	0,187	0,023	0,441	0,017
Sig. Monte Carlo	Sig. ,183 ^c	Sig. ,023 ^c	Sig. ,440 ^c	Sig. ,019 ^c
	Limite inf.	Limite inf.		
	0,173	0,019	0,427	0,016
	Limite sup.			
	0,193	0,027	0,452	0,023



Tabela 29. Testes de Kruskall Wallis as variáveis efeitos negativos do turismo de natureza.

	Mais lixo nos locais visitados	Nº excessivo de visitantes locais visitados	Degradação da vegetação natural endémica	Perturbação da avifauna	Degradação dos fundos marinhos
Qui-quadrado	7,980	21,197	21,366	29,068	20,397
Gl	3	3	3	3	3
Significância Assint.	0,046	0,000	0,000	0,000	0,000
Sig. Sig.	,051 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c
Mon Intervalo Limite	0,045	0,000	0,000	0,000	0,000
te Confiança inf.					
Carl 99% Limite	0,057	0,000	0,000	0,000	0,000
o sup					



ANEXO III - Questionário administrado:

Universidade dos Açores

IMPORTANTE: ESTE INQUÉRITO É ANÓNIMO E CONFIDENCIAL

Este inquérito avalia os impactos potenciais da atividade turística no ambiente

1. É a sua primeira visita aos Açores? Sim (___) Não (___)
2. Qual a duração prevista da sua estadia? _____
3. Na escolha do alojamento, o principal factor foi o preço? Sim (___) Não (___)
4. Nos últimos dois anos, quantas viagens realizou a destinos com atividades ligadas à natureza? ___
5. Por favor identifique quais das seguintes actividades é a razão principal da sua viagem ou se foi uma combinação entre elas que motivou a sua escolha.

	Motivo da visita	Principal	Um de vários
	Ver baleias e golfinhos		
	Fazer banhos termais		
	Observação de aves		
	Passeios/Trilhos pedestres		
	Praticar mergulho		
	Visitar reservas naturais		
	Visitar jardins históricos		
	Ver paisagens naturais/vulcânicas		
	Praticar Surf		
	Participar numa excursão turística organizada		
	Outro. Qual?		

6. Por favor, indique se tem algum destes comportamentos quando não está em férias.

		Sempre	Com frequência	Às Vezes	Nunca
1	Desligo a luz quando saio de casa.				
2	Isolei as janelas e portas para evitar perdas de calor.				
3	Compro produtos que protegem o ambiente.				
4	Pratico caminhadas ao ar livre.				
5	Apanho o lixo dos outros e deposito no lugar certo.				
6	Separo o lixo para reciclar.				
7	Uso sacos reutilizáveis quando vou ao supermercado.				
8	Ando a pé em vez de andar de carro.				
9	Reduzo a velocidade do carro para poupar combustível.				
10	Fecho a torneira enquanto lavo os dentes.				



7. Qual a sua posição sobre os seguintes temas?

		Concordo completamente	Concordo	Não sei	Discordo	Discordo completamente
1	Estamos a atingir o número limite de pessoas que a Terra suporta.					
2	A humanidade tem o direito de modificar o ambiente para satisfazer as suas necessidades.					
3	A intervenção humana na natureza geralmente provoca consequências negativas.					
4	A criatividade humana encarregar-se-á de não transformar a Terra num lugar inóspito.					
5	A humanidade tem maltratado seriamente o ambiente.					
6	A Terra possui abundantes recursos naturais desde que os saibamos explorar.					
7	As plantas e os animais têm o mesmo direito de existir que os seres humanos.					
8	O equilíbrio da natureza é suficientemente forte para resistir aos impactos da sociedade industrial.					
9	Apesar das suas capacidades únicas, a humanidade está sujeita às leis da natureza.					
10	A crise ambiental que a humanidade enfrenta é muito exagerada.					

8. Por favor, indique se concorda com as seguintes afirmações?

		Verdadeiro	Falso
1	Os golfinhos são a espécie de cetáceos mais vista nos Açores.		
2	As hortênsias são plantas nativas dos Açores.		
3	Só existem caldeiras de água quente nas Furnas.		
4	A Lagoa do Fogo é uma paisagem protegida.		
5	O milhafre é uma espécie protegida.		
6	A criptoméria é uma árvore da floresta Laurissilva.		

9. Qual a sua posição sobre a seguinte afirmação?

	Concordo completamente	Concordo	Não sei	Discordo	Discordo completamente
As minhas ações podem melhorar o bem estar de pessoas que não conheço.					



10. Na sua opinião, quais são os potenciais benefícios/efeitos negativos das atividades relacionadas com o Turismo de Natureza?

10.1 Benefícios

		Concordo completamente	Concordo	Discordo	Discordo completamente
1	É um incentivo à proteção de paisagens, habitats e/ou espécies ameaçadas.				
2	Promove o aumento da consciência ambiental.				
3	Potencia um maior envolvimento em ações de proteção ambiental.				
4	Promove o desenvolvimento económico local.				
5	Outro? (Indique por favor)				

10.2. Efeitos negativos

		Concordo completamente	Concordo	Discordo	Discordo completamente
1	Mais lixo nos locais visitados.				
2	Número excessivo de visitantes/veículos nos locais visitados				
3	Degradação da vegetação natural endémica /Pisoteio de zonas sensíveis.				
4	Perturbação da avifauna/ zonas de nidificação de aves.				
5	Degradação dos fundos marinhos.				
6	Outro? (Indique por favor)				

11. Idade _____

12. Sexo: Masculino (___) Feminino (___)

13. País de Origem _____

14. Qual o seu nível de Escolaridade: Básico _____ Secundário _____ Universitário _____

Uma vez que o presente estudo pretende acompanhar a percepção do visitante relativamente à sua visita e conhecer se o destino "Açores" esteve à altura das expectativas iniciais, gostaríamos de voltar a contactá-lo após o seu regresso.

Caso não se oponha ao nosso contacto, solicitamos que indique um e-mail para este fim.

Agradecemos a sua disponibilidade!



Lista de referências

Ahn, B., Lee, B., e Shafer, C. S. (2002). Operationalizing sustainability in regional tourism planning: an application of the limits of acceptable change framework. *Tourism Management*, 23(1), 1-15.

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.

Ajzen, I., e Driver, B. L. (1992). Application of the theory of planned behavior to leisure choice. *Journal of leisure research*, 24(3), 207.

Ajzen, I., e Fishbein, M. (1980). Understanding attitudes and predicting social behaviour.

Albrecht, D., Bultena, G., Hoiberg, E., e Nowak, P. (1982). Measuring environmental concern: The new environmental paradigm scale. *The Journal of Environmental Education*, 13(3), 39-43.

Alhemoud, A. M., e Armstrong, E. G. (1996). Image of tourism attractions in Kuwait. *Journal of travel research*, 34(4), 76-80.

Archer, B., Cooper, C., e Ruhanen, L. (1998). 5 The positive and negative impacts of tourism. *Global tourism*, 63.

Archer, B. (1977). *Tourism multipliers: the state of the art* (Vol. 11). University of Wales Press.

Arcury, T. (1990). Environmental attitude and environmental knowledge. *Human organization*, 49(4), 300-304.

Arcury, T. A., Johnson, T. P., e Scollay, S. J. (1986). Ecological worldview and environmental knowledge: The "new environmental paradigm". *The Journal of Environmental Education*, 17(4), 35-40.

Ardoin, N. M., Wheaton, M., Bowers, A. W., Hunt, C. a., e Durham, W. H. (2015). Nature-based tourism's impact on environmental knowledge, attitudes, and behavior: a review and analysis of the literature and potential future research. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(April), 1-21.

Ateljevic, I., e Doorne, S. (2000). 'Staying within the fence': Lifestyle entrepreneurship in tourism. *Journal of sustainable tourism*, 8(5), 378-392.

Ballantyne, R., e Hughes, K. (2006). Using front-end and formative evaluation to design



and test persuasive bird feeding warning signs. *Tourism Management*, 27(2), 235-246.

Ballantyne, R., & Packer, J. (2009). Introducing a fifth pedagogy: Experience based strategies for facilitating learning in natural environments. *Environmental Education Research*, 15(2), 243-262.

Ballantyne, R., e Packer, J. (2011). Using tourism free-choice learning experiences to promote environmentally sustainable behavior: The role of post-visit “action resources”. *Environmental Education Research*, 17(2), 201-215.

Ballantyne, R., Packer, J. e Hughes, K. (2009). Tourists' support for conservation messages and sustainable management practices in wildlife tourism experiences. *Tourism Management*, 30, 658-664.

Ballantyne, R., Packer, J., e Falk, J. (2011). Visitors’ learning for environmental sustainability: Testing short- and long-term impacts of wildlife tourism experiences using structural equation modelling. *Tourism Management*, 32(6), 1243–1252.

Ballantyne, R., Packer, J., e Sutherland, L. A. (2011). Visitors’ memories of wildlife tourism: Implications for the design of powerful interpretive experiences. *Tourism Management*, 32(4), 770-779.

Ballantyne, R., Packer, J., Hughes, K. and Dierking, L. (2007). Conservation learning in wildlife tourism settings: lessons from research in zoos and aquariums. *Environmental Education Research*, 13(3), 367-383.

Bargeman, B., e van der Poel, H. (2006). The role of routines in the vacation decision-making process of Dutch vacationers. *Tourism Management*, 27(4), 707-720.

Baud-Bovy, M., e Lawson, F. (1977). *Tourism and recreation development* (Vol. 74). London: Architectural Press.

Bentz, J., Rodrigues, A., Dearden, P., Calado, H., e Lopes, F. (2015). Crowding in marine environments: Divers and whale watchers in the Azores. *Ocean e Coastal Management*, 109, 77-85.

Bentz, J., Lopes, F., Calado, H., & Dearden, P. (2016). Managing marine wildlife tourism activities: Analysis of motivations and specialization levels of divers and whale watchers. *Tourism Management Perspectives*, 18, 74–83.

Blake, J. (1999). Overcoming the ‘value-action gap’ in environmental policy: Tensions between national policy and local experience. *Local environment*, 4(3), 257-278.

Blamey, R. K., e Braithwaite, V. A. (1997). A social values segmentation of the potential ecotourism market. *Journal of Sustainable Tourism*, 5(1), 29-45.



- Boo, E. (1990). *Ecotourism: The Potentials and Pitfalls*. Washington, DC: *World Wildlife Found*
- Borden, R. J., e Francis, J. L. (1978). Who cares about ecology? Personality and sex differences in environmental concern¹. *Journal of Personality*, 46(1), 190-203.
- Brunet, S., J. Bauer, T. De Lacy, and K. Tshering. 2001. Tourism Development in Bhutan: Tensions between Tradition and Modernity. *Journal of Sustainable Tourism* 9(3), 243–263.
- Buckley, R. (1999). An ecological perspective on carrying capacity. *Annals of Tourism Research*, 26(3), 705-708.
- Buckley, R. (2002). Tourism and biodiversity in north and south. *Tourism Recreation Research*, 27(1), 43-51.
- Budeanu, A. (1999). A tour to sustainability: A discussion on tour operators' possibilities for promoting sustainable tourism. *IIIEE Communications*.
- Budeanu, A. (2007). Sustainable tourist behaviour—a discussion of opportunities for change. *International Journal of Consumer Studies*, 31(5), 499-508.
- Butler, R. W. (1990). Alternative tourism: pious hope or Trojan horse?. *Journal of Travel Research*, 28(3), 40-45.
- Butler, R. W. (1991). Tourism, environment, and sustainable development. *Environmental conservation*, 18(03), 201-209.
- Butler, R. W. (1999). Sustainable tourism: A state-of-the-art review. *Tourism geographies*, 1(1), 7-25.
- Butler, R., and T. Hinch, eds. 1996. *Tourism and Indigenous Peoples*. London: International Thomson Business Press.
- Chafe, Z., e Honey, M. (2005). Consumer demand and operator support for socially and environmentally responsible tourism. *Center on Ecotourism and Sustainable Development*.
- Coghlan, A., Fox, K. R., Prideaux, B., e Lück, M. (2011). Successful Interpretation in Great Barrier Reef Tourism: Dive in or Keep Out of It? *Tourism in Marine Environments*, 7(3), 167–178.
- Comrey, A. L., e Lee, H. B. (1992). Interpretation and application of factor analytic results. *Comrey AL, Lee HB. A first course in factor analysis*, 2.
-



Constantine, R., e Bejder, L. (2008). Managing the whale-and dolphin-watching industry: time for a paradigm shift. *Marine Wildlife and Tourism Management: Insights from the Natural and Social Sciences*. Oxford, CABI International Publishing, 321-333.

Cook, S. D., Stewart, E., Repass, K., e US, T. D. C. (1992). Discover America: Tourism and the environment. *Washington, DC: Travel Industry Association of America*.

Crompton, J. L. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of tourism research*, 6(4), 408-424.

Crouch, G. I., Devinney, T., Dolnicar, S., Huybers, T., Louviere, J., e Oppewal, H. (2005). New horses for old courses: Questioning the limitations of sustainable tourism to supply-driven measures and the nature-based context.

Dearden, P., Bennett, M., & Rollins, R. (2007). Perceptions of diving impacts and implications for reef conservation. *Coastal Management*, 35(2-3), 305-317.

Deng, J., Walker, G. J., & Swinnerton, G. (2006). A comparison of environmental values and attitudes between Chinese in Canada and Anglo-Canadians. *Environment and Behavior*, 38(1), 22-47.

Dolnicar, S. (2004). Insights into sustainable tourists in Austria: A data-based a priori segmentation approach. *Journal of Sustainable Tourism*, 12(3), 209-218.

Dolnicar, S. (2006). Nature-conserving tourists: The need for a broader perspective. *Anatolia*, 17(2), 235-255.

Dolnicar, S. (2008). Market segmentation in tourism. *Tourism management, analysis, behaviour and strategy*, 129-150.

Dolnicar, S. (2010). Identifying tourists with smaller environmental footprints. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(6), 717-734.

Dolnicar, S., e Leisch, F. (2007). An Investigation of Tourists' Patterns of Obligation to Protect the Environment. *Journal of Travel Research*, 46(4), 381-391.

Dolnicar, S., e Leisch, F. (2008). Selective marketing for environmentally sustainable tourism. *Tourism Management*, 29(4), 672-680.

Dolnicar, S., Crouch, G. I., e Long, P. (2008). Environment-friendly Tourists: What Do We Really Know About Them? *Journal of Sustainable Tourism*, 16(2), 197-210.

Duffus, D. A., e Dearden, P. (1990). Non-consumptive wildlife orientated recreation: a conceptual framework. *Biological Conservation*, 53(3), 213-231.

Dunlap, R. E., & Van Liere, K. D. (1978). The "new environmental paradigm". *The*



Journal of Environmental Education, 9(4), 10-19.

Dunlap, R. E. (2008). The New Environmental Paradigm Scale: From Marginality to Worldwide Use. *The Journal of Environmental Education*, 40(1), 3–18.

Dunlap, R. E., e Heffernan, R. B. (1975). Outdoor recreation and environmental concern: An empirical examination. *Rural Sociology*, 40(1), 18.

Dunlap, R. E., Gallup Jr, G. H., e Gallup, A. M. (1993). Of global concern: Results of the health of the planet survey. *Environment: Science and Policy for Sustainable Development*, 35(9), 7-39.

Dunlap, R. E., Liere, K. D. Van, Mertig, A. G., e Jones, R. E. (2000). Measuring Endorsement of the New Ecological Paradigm : A Revised NEP Scale. *Journal of Social Issues*, 56(3), 425–442.

Dunlap, R.E, Van Liere, K.D, "The New Environmental Paradigm: A proposed Measuring Instrument and Preliminary Results. *The Journal of Environmental Education*, 9 (1978); 10-19.

Echtner, C. M., e Ritchie, J. B. (1991). The meaning and measurement of destination image. *Journal of tourism studies*, 2(2), 2-12.

Eisenberg, N., e Miller, P. A. (1987). The relation of empathy to prosocial and related behaviors. *Psychological bulletin*, 101(1), 91.

European Commission. (2014). *Attitudes of European citizens towards the environment. Special Eurobarometer*.

Fairweather, J. R., Maslin, C., e Simmons, D. G. (2005). Environmental Values and Response to Ecolabels Among International Visitors to New Zealand. *Journal of Sustainable Tourism*, 13(1), 82–98.

Falk, J. H. (2009). *Identity and the museum visitor experience*. Left Coast Press.

Fennell, D. (1999) *Ecotourism: An Introduction*. London: Routledge.

Fietkau, H. J., & Kessel, H. (1981). *Umweltlernen: Veränderungsmöglichkeiten des umweltbewusstseins: Modelle, erfahrungen*. Hain.

Fodness, D. (1994). Measuring tourist motivation. *Annals of tourism research*, 21(3), 555-581.

Font, A. R. (2000). Mass tourism and the demand for protected natural areas: a travel cost approach. *Journal of environmental economics and management*, 39(1), 97-116.



Formica, Sandro; Uysal, M. (2001). Segmentaion of travellers based on environmental attitudes. *Journal of Hospitality e Leisure Marketing*, 9(3-4), 35-49.

Furman, A. (1998). A note on environmental concern in a developing country: Results from an Istanbul survey. *Environment and Behavior*, 30(4), 520-534.

Garvill, J., Marell, A., e Nordlund, A. (2003). Effects of increased awareness on choice of travel mode. *Transportation*, 30(1), 63-79.

Geller, J. M., e Lasley, P. (1985). The new environmental paradigm scale: A reexamination. *The Journal of Environmental Education*, 17(1), 9-12.

Getz, D. (1983). Capacity to absorb tourism: Concepts and implications for strategic planning. *Annals of Tourism Research*, 10(2), 239-263.

Getz, D. (1994). Residents' attitudes towards tourism: A longitudinal study in Spey Valley, Scotland. *Tourism management*, 15(4), 247-258.

Goldsmith, F. B. (1974). Ecological effects of visitors in the countryside. Conservation in Practice. A. Warren e FB Goldsmith, eds.

Gössling, S. (2002). Global environmental consequences of tourism. *Global environmental change*, 12(4), 283-302.

Gössling, S., e Hall, C. M. (2006). *Tourism and global environmental change: Ecological, social, economic and political interrelationships* (Vol. 4). Taylor e Francis.

Grankvist, G. (2002). Determinants of choice of eco-labeled products. Gottenborgs Unversity.

Grunert, K.G., Grunert S.C. and Beatty, S.E. (1989) Cross-cultural research on consumer values. *Marketing and Research Today* (February), 30-39.

Gutman, J. (1991). Exploring the nature of linkages between consequences and values. *Journal of Business research*, 22(2), 143-148.

Hall, C. M., & Jenkins, J. M. (1995). *Tourism and public policy*. Thonson, London

Hammitt, W. E. and Bixler, R. D. (1994). Visitor Perception of Impacts at Three National Parks. Final report to the Southeast Region of the USDI National Park Service. 178 pp.

Hammitt, W. E., Bixler, R. D., e Noe, F. P. (1996). Going beyond importance-performance analysis to analyze the observance-influence of park impacts. *Journal of park and Recreation Administration*, 14(1), 45-62.



Hammit, W. E., Cole, D. N., e Monz, C. A. (1987). *Wildland recreation: ecology and management*. John Wiley e Sons.

Hawcroft, L. J., e Milfont, T. L. (2010). The use (and abuse) of the new environmental paradigm scale over the last 30 years: A meta-analysis. *Journal of Environmental Psychology*, 30(2), 143–158.

Haralambopoulos, N., e Pizam, A. (1996). Perceived impacts of tourism: The case of Samos. *Annals of tourism Research*, 23(3), 503-526.

Heberlein, T. A. (1972). The land ethic realized: Some social psychological explanations for changing environmental attitudes. *Journal of Social Issues*, 28(4), 79-87.

Higginbottom, K. (Ed.). (2004). *Wildlife tourism: Impacts, management and planning*. Common Ground Publishing.

Higham, J. E. S., e Carr, A. M. (2003). Sustainable Wildlife Tourism in New Zealand: An Analysis of Visitor Experiences. *Human Dimensions of Wildlife*, 8(1), 25–36.

Higham, J., e Carr, A. (2002). Ecotourism Visitor Experiences in Aotearoa/New Zealand: Challenging the Environmental Values of Visitors in Pursuit of Pro-environmental Behaviour. *Journal of Sustainable Tourism*, 10(4), 277–294.

Hillery, M., Nancarrow, B., Griffin, G., e Syme, G. (2001). Tourist perception of environmental impact. *Annals of Tourism Research*, 28(4), 853–867.

Horner, S., e Swarbrooke, J. (2001). *Consumer behaviour in tourism*. Routledge.

Hughes, K. (2012). Measuring the impact of viewing wildlife: do positive intentions equate to long-term changes in conservation behaviour? *Journal of Sustainable Tourism*, (April 2015), 1–18.

Hughes, K., Packer, J., e Ballantyne, R. (2011). Using post- visit action resources to support family conservation learning following a wildlife tourism experience. *Environmental Education Research*, 17(3), 307-328.

Hvenegaard, G. T. (2002). Using tourist typologies for ecotourism research. *Journal of Ecotourism*, 1(1), 7-18.

INE, Estatísticas do Turismo, 2015

IPDT - PEMTA Açores (2016). Plano Estratégico e de Marketing dos Açores, Instituto Português para o Desenvolvimento do Turismo.



Jane Luzar, E., Diagne, A., Gan, C., e Henning, B. R. (1995). Evaluating nature-based tourism using the new environmental paradigm. *Journal of Agricultural and applied Economics*, 27(02), 544-555.

Johnson, C. Y., Bowker, J. M., e Cordell, H. K. (2004). Ethnic variation in environmental belief and behavior: An examination of the new ecological paradigm in a social psychological context. *Environment and behavior*, 36(2), 157-186.

Juaneda, C., e Sastre, F. (1999). Balearic islands tourism: a case study in demographic segmentation. *Tourism management*, 20(4), 549-552.

Kaiser, Florian G., Wolfing, S., e Fuhrer, . *Environmental Attitude and Ecological Behavior*, Paper presented at the Annual Meeting of the American Psychological Association (104th, Toronto, Ontario, Canada, August 9-13, 1996).

Kim, H., Borges, M. C., e Chon, J. (2006). Impacts of environmental values on tourism motivation: The case of FICA, Brazil. *Tourism management*, 27(5), 957-967.

King, M. F., e Bruner, G. C. (2000). Social desirability bias: A neglected aspect of validity testing. *Psychology and Marketing*, 17(2), 79-103.

Kollmuss, A., e Agyeman, J. (2002). Mind the Gap: Why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behavior? *Environmental Education Research*, 8(3), 239–260.

Kozak, M. (2001). Repeaters' behavior at two distinct destinations. *Annals of tourism research*, 28(3), 784-807.

Kuss, Fred R.; Graefe, Alan R.; Vaske, Jerry J. Visitor impact management: A review of research. In National Parks and Conservation Association Volume 1, p. 187-217, 1990.

Laws, E., e Scott, N. (2003). Developing new tourism services: Dinosaurs, a new drive tourism resource for remote regions?. *Journal of Vacation Marketing*, 9(4), 368-380.

Lawson, F., & Baud-Bovy, M. (1977). Tourism and recreation development. Architectural Press.

Lee, T. H., Jan, F. H., e Yang, C. C. (2013). Conceptualizing and measuring environmentally responsible behaviors from the perspective of community-based tourists. *Tourism Management*, 36, 454-468.

Lee, W. H., e Moscardo, G. (2005). Understanding the Impact of Ecotourism Resort Experiences on Tourists' Environmental Attitudes and Behavioural Intentions. *Journal of Sustainable Tourism*, 13(6), 546–565.



Leggett, C. G., Kleckner, N. S., Boyle, K. J., Dufield, J. W., e Mitchell, R. C. (2003). Social desirability bias in contingent valuation surveys administered through in-person interviews. *Land Economics*, 79(4), 561-575.

Leitner, M. J. (1999). Promoting peace through intergenerational tourism. *Tourism Recreation Research*, 24(1), 53-56.

Lindberg, K., Andersson, T. D., e Dellaert, B. G. (2001). Tourism development: Assessing social gains and losses. *Annals of tourism research*, 28(4), 1010-1030.

Litvin, S. W. (1998). Tourism: The world's peace industry?. *Journal of Travel Research*, 37(1), 63-66.

Lucas, R. C., e Ittner, R. (1979). Perceptions of non-motorized recreational impacts: a review of research findings. In *Recreational impact on wildlands. Conference proceedings October 27-29, 1978*. (pp. 24-31). USDA Forest Service.

Luo, Y., e Deng, J. (2008). The New Environmental Paradigm and Nature-Based Tourism Motivation. *Journal of Travel Research*, 46(4), 392-402.

Luzar, E. J., Diagne, A., Ecgan, C., e Henning, B. R. (1998). Profiling the nature-based tourist: A multinomial logit approach. *Journal of Travel Research*, 37(1), 48-55.

Luzar, E. J., Diagne, A., Gan, C., e Henning, B. R. (1995). Evaluating nature-based tourism using the new environmental paradigm. *Agricultural Economics*, 27(2), 544-555.

Marion, J. L., e Lime, D. W. (1986). Recreational resource impacts: Visitor perceptions and management responses. *Kulhavy, DL, e Conner, RN (edi). Wilderness and Natural Areas in the Eastern United States: A Management Challenge*. Austin: Austin State University Center for Applied Studies, 229-235.

Maroco, J. (2003). *Análise estatística: com utilização do SPSS*. Edição mimeo

Martin, B. S., e Uysal, M. (1990). An examination of the relationship between carrying capacity and the tourism lifecycle: Management and policy implications. *Journal of Environmental Management*, 31(4), 327-333.

Mathieson, A., e Wall, G. (1982). *Tourism, economic, physical and social impacts*. Longman.

McCool, S. F., e Lime, D. W. (2001). Tourism carrying capacity: tempting fantasy or useful reality?. *Journal of Sustainable Tourism*, 9(5), 372-388.

McIntosh, R. W., e Goeldner, C. R. (1986). *Tourism: principles, practices, philosophies*.



McNeely, J. A. (1988). *Economics and biological diversity: developing and using economic incentives to conserve biological resources*. IUCN.

MEI (2006), *Plano Estratégico Nacional do Turismo 2006-2015*. Ministério da Economia e Inovação -Secretaria de Estado do Turismo, Lisboa.

Milfont, T. L., Hawcroft, L. J., e Fischer, R. (2008). A meta-analysis of the societal variables associated with environmental attitudes. *Unpublished manuscript, Centre for Applied Cross-Cultural Research, Victoria University of Wellington, New Zealand*.

Milman, A., e Pizam, A. (1988). Social impacts of tourism on central Florida. *Annals of Tourism Research*, 15(2), 191-204.

Nelson, J. G. (1994). The spread of ecotourism: Some planning implications. *Environmental Conservation*, 21(03), 248-255.

Nepal, S. J. 2000. Tourism in Protected Areas: The Nepalese Himalaya. *Annals of Tourism Research* 27(3), 661–681.

Newsome, D., Dowling, R. K., e Moore, S. A. (2005). *Wildlife tourism* (Vol. 24). Channel View Publications.

Noe, F. P., e Snow, R. (1990). Hispanic cultural influence on environmental concern. *The Journal of Environmental Education*, 21(2), 27-34.

Olli, E., Grendstad, G., e Wollebaek, D. (2001). Correlates of environmental behaviors: Bringing back social context. *Environment and behavior*, 33(2), 181-208.

Orams, M. B. (2002). Marine ecotourism as a potential agent for sustainable development in Kaikoura, New Zealand. *International Journal of Sustainable Development*, 5(3), 338.

Orams, M. B., e Hill, G. J. (1998). Controlling the ecotourist in a wild dolphin feeding program: is education the answer?. *The Journal of Environmental Education*, 29(3), 33-38.

O'Reilly, A. M. (1986). Tourism carrying capacity: concept and issues. *Tourism management*, 7(4), 254-258.

OTA(2016). Inquérito à Satisfação do Turista que Visita os Açores: Ano 2016, Observatório de Turismo dos Açores

OMT (1979). *Turist Images*. Madrid, Organização Mundial do Turismo

Oxenfeldt, A. R. (1974). Developing a favorable price-quality image. *Journal of*



retailing, 50(4), 8.

Palacio, V. e McCool, S. F. (1997). Identifying Ecotourists in Belize Through Benefit Segmentation: A Preliminary Analysis. *Journal of Sustainable Tourism*, 5(3), 234–243.

Pearce, P. L., Morrison, A., e Rutledge, J. (1998). *Tourism: Bridges across continents*. McGraw-Hill.

Pierce, J. C., Steger, M. E., Steel, B. S., & Lovrich, N. P. (1992). Citizens, political communication and interest groups: Environmental organizations in Canada and the United States. *Westport, CT: Praeger*.

Portuguesa, Associação Empresarial. (2008). *Turismo de Natureza*.

Powell, R. B., e Ham, S. H. (2008). Can Ecotourism Interpretation Really Lead to Pro-Conservation Knowledge, Attitudes and Behaviour? Evidence from the Galapagos Islands. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(4), 467-489.

Powell, R. B., Kellert, S. R., e Ham, S. H. (2008). Antarctic tourists: ambassadors or consumers? *Polar Record*, 44(3).

Priskin, J. (2003). Tourist perceptions of degradation caused by coastal nature-based recreation. *Environmental Management*, 32(2), 189–204.

Queiroz, R. (2013). Inquerito Turistas Açores. Tese de Mestrado Universidade dos Açores

Queiroz, R. E., Guerreiro, J., e Ventura, M. A. (2014). Demand of the tourists visiting protected areas in small oceanic islands: the Azores case-study (Portugal). *Environment, Development and Sustainability*, 16(5), 1–17.

Redclif, M., & Benton, T. (1994). Social Theory and the Global Environment. The International Handbook of Environmental Sociology, In Edward Elgar, Cheltenham, pp55-67

Ryan, C., Hughes, K., e Chirgwin, S. (2000). The gaze, spectacle and ecotourism. *Annals of Tourism Research*, 27(1), 148-163.

Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. *Advances in experimental social psychology*, 25, 1-65.

Seddighi, H. R., e Theocharous, A. L. (2002). A model of tourism destination choice: a theoretical and empirical analysis. *Tourism management*, 23(5), 475-487.



Shamsub, H., e Lebel, L. (2012). Identifying tourists with sustainable behaviour: A study of international tourists to Thailand. *Journal of Environmental Management e Tourism*, 3(1 (5)), 26.

Shelby, B. and Herberlein, T. A. (1986). *Social Carrying Capacity in Reaction Settings*. Corvallis: Oregon State University Press.

Shove, E. (2004). Sustainability, system innovation and the laundry. *System innovation and the transition to sustainability: theory, evidence and policy*, 76-94.

Silva, F., e do Céu Almeida, M. Sustentabilidade do turismo na natureza nos Açores—O caso do canyoning.

Smith, S. (1977) The Effects of Wintario Grants on Sport, Culture and Recreation in Ontario: An Exploratory Study: Preliminary Findings. 1977.

Smith, S. L. (1977). Room for Rooms: A Procedure for the Estimation of Potential Expansion of Tourist Accommodations. *Journal of Travel Research*, 15(4), 26-29.

Smith, S.L. (2004) The tourism product. In *Tourism: Critical Concepts in the Social Sciences* (ed. by S. Williams), pp. 229–243. Routledge, London.

SREA. (2001). *Estudo sobre os turistas que visitam os Açores*.

SREA. (2006). *Inquérito aos turistas 2005-6*.

Stamation, K. a., Croft, D. B., Shaughnessy, P. D., Waples, K. a., e Briggs, S. V. (2007). Educational and Conservation Value of Whale Watching. *Tourism in Marine Environments*, 4(1), 41–55.

Steele, P. (1995). Ecotourism: an economic analysis. *Journal of sustainable tourism*, 3(1), 29-44.

Stern, P. C. (2000). New environmental theories: toward a coherent theory of environmentally significant behavior. *Journal of social issues*, 56(3), 407-424.

Stern, P. C. (2000). Toward a Coherent Theory of Environmentally Significant Behavior. *Journal of Social Issues*, 56(3), 407–424.

Stockin, K. A., Lusseau, D., Binedell, V., Wiseman, N., e Orams, M. B. (2008). Tourism affects the behavioural budget of the common dolphin *Delphinus sp.* in the Hauraki Gulf, New Zealand. *Marine Ecology Progress Series*, 355, 287-295.

Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable tourism management*. Cabi.



- Swarbrooke, J., e Horner, S. (2001). *Business travel and tourism*. Routledge.
- Swartz, S.H. (1977) Normative influences on altruism, in: L. Berkowitz (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology*, Vol. 10 (New York, Academic Press)
- Tapachai, N., e Waryszak, R. (2000). An examination of the role of beneficial image in tourist destination selection. *Journal of travel research*, 39(1), 37-44.
- Thapa, B. (2001). Environmental Concern: A comparative analysis between students in Recreation and Park Management and other departments. *Environmental Education Research*, 7(1), 39-53.
- Theobald, W. F. (Ed.). (2005). *Global tourism*. Routledge.
- Thurstan, R. H., Hawkins, J. P., Neves, L., e Roberts, C. M. (2012). Are marine reserves and non-consumptive activities compatible? A global analysis of marine reserve regulations. *Marine Policy*, 36(5), 1096-1104.
- Tisdell, C. (2000). *The economics of tourism, volume I and*. Edward Elgar Publishing Ltd.
- 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(3), 291-302.
- Tisdell, C., Wilson, C., e Nantha, H. S. (2008). Contingent valuation as a dynamic process. *The Journal of Socio-Economics*, 37(4), 1443-1458.
- Tosun, C., Timothy, D. J., e Öztürk, Y. (2003). Tourism growth, national development and regional inequality in Turkey. *Journal of Sustainable Tourism*, 11(2-3), 133-161.
- Turismo de Portugal. (n.d.). Turismo de Natureza. Retrieved from www.turismodeportugal.pt/Português/turismodeportugal/publicacoes/Documents/Turismo de Natureza 2006.pdf.
- Twynam, G. D., e Robinson, D. W. (1997). A market segmentation analysis of desired ecotourism opportunities. *A market segmentation analysis of desired ecotourism opportunities.*, (TR/34).
- Uysal, M., e Jurowski, C. (1994). Testing the push and pull factors. *Annals of tourism research*, 21(4), 844-846.
- Uysal, M., Jurowski, C., Noe, F. P., e McDonald, C. D. (1994). Environmental attitude by trip and visitor characteristics: US Virgin Islands National Park. *Tourism Management*, 15(4), 284-294.
-



Vaske, J. J., e Shelby, L. B. (2008). Crowding as a descriptive indicator and an evaluative standard: Results from 30 years of research. *Leisure Sciences*, 30(2), 111-126.

Vogel, H. L. (2001). *Travel industry economics*. Cambridge: Cambridge University Press.

Wearing, S., e Neil, J. (2009). *Ecotourism: impacts, potentials and possibilities?*. Routledge.

Weaver, D. B., & Lawton, L. J. (2002). Overnight ecotourist market segmentation in the Gold Coast hinterland of Australia. *Journal of Travel Research*, 40(3), 270-280.

Weaver, D. B., e Lawton, L. J. (2007). Twenty years on: The state of contemporary ecotourism research. *Tourism Management*, 28(5), 1168–1179.

Wells, M.P. (1997) Economic Perspectives on Nature Tourism, Conservation and Development. Paper no. 55 Environmental Economic Series. USA: *Pollution and Environmental Economics Division*, World Bank.

Wheeller, B. (1993). Sustaining the ego. *Journal of sustainable tourism*, 1(2), 121-129.

Williams, J., and R. Lawson. 2001. Community Issues and Resident Opinions of Tourism. *Annals of Tourism Research* 28(2), 269–290.

Williams, P. W., e Budke, I. (Eds.). (1999). *On Route to Sustainability: Best Practices in Canadian Tourism*. Burnaby, BC: Centre for Tourism Policy and Research, Simon Fraser University.

Yan, J., e Barkmann, J. (2006). Sustainable production and consumption in the domestic Chinese tourism market: The sceptics' challenge for sustainable tourism in the southwestern China biodiversity hotspot. In *Sustainable Consumption and Production: Opportunities and Challenges Conference (SCORE)* (pp. 193-200).

Zeppel, H., e Muloin, S. (2008). Marine wildlife tours: Benefits for participants. *Marine wildlife and tourism management: Insights from the natural and social sciences*, 19-48.

Zografos, C., e Allcroft, D. (2007). The environmental values of potential ecotourists: A segmentation study. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(1), 44-66.

UNIVERSIDADE DOS AÇORES
Faculdade de Economia e Gestão

Rua da Mãe de Deus
9500-321 Ponta Delgada
Açores, Portugal