



thij
Tourism and Hospitality
International Journal

THIJOURNAL.ISCE.PT
THIJOURNAL.ISCE.PT

ISSN: 2183-0800

PARTILHA CULTURAL

Mulheres e Turismo, a minha Voz! 12 mulheres, 12 histórias de sucesso

Por **Leila Portela**

Global Women in Tourism

181

O contexto atual que se vive no mundo veio demonstrar que são necessárias tanto sinergias quanto parcerias para alavancar o desenvolvimento de projetos, negócios e dos territórios. Através da organização de eventos é possível enaltecer a capacidade e potencial feminino. Ao empoderar Mulheres contribuiremos para reduzir as assimetrias de género existentes no mundo.

De forma a assinalar o Dia Mundial do Turismo, a Global Women in Tourism, em parceria com o Instituto Superior de Lisboa e Vale do Tejo, realizou um webinar subordinado ao tema “Mulheres e Turismo, a minha Voz!”, no dia 24 de setembro que contou com 12 oradoras de diversas nacionalidades - cabo-verdiana, portuguesa, brasileira, chilena e holandesa - e de áreas distintas da cadeia de valor do turismo.

O evento online teve como premissa a discussão sobre o papel da mulher no seu ramo de atividade e a sua importância para o turismo. Da investigação ao ativismo, à formação e à consultoria, do ensino ao empreendedorismo, todas as oradoras se uniram pela defesa dos direitos das mulheres, da valorização das suas competências e a implicação que isso tem no desenvolvimento das organizações, negócios e instituições ligadas a atividade turística. Foram 3 horas de partilha de experiências, de projetos de sucesso e estudos com capacidade de potenciar o papel da Mulher de forma sustentável na atividade turística em Cabo Verde e no Mundo.

A proveitosa troca de experiências e saberes serviu para fomentar a divulgação científica e o intercâmbio entre profissionais do turismo, bem como estimular a produção e a troca de conhecimento.

A moderação dos painéis ficou à responsabilidade da Dra. Elizandra Barbosa - rosto habitual na Turimagazine – CEO da Cape Verde Global Business.

Um evento único que contou com parceiros nacionais e internacionais, apresentou três painéis de temas pouco habituais à luz da discussão. À exceção do primeiro painel que contou com 3 oradoras, os restantes painéis (II e III) tiveram 4 oradoras.

A abertura foi realizada por Leila Portela, criadora da Global Women In Tourism, e também ela Mulher e Mãe de garra que semeou um projeto que pode realmente contribuir para melhorar e mudar o Mundo.

As boas-vindas institucionais foram proferidas pelo Professor Doutor Nuno Abranja, Diretor do Departamento de Turismo do Instituto Superior de Lisboa e Vale do Tejo, destacando um grande sentido de iniciativa e *open mind* necessários para que projetos

inovadores ganhem vida e ajudem a melhorar o ensino. De realçar que o apoio prestado pela instituição foi decisivo para a realização e sucesso deste importante evento, sendo o projeto inovador, oportuno e pertinente à realidade mundial.

É com o sentimento de imensa gratidão, que esta ex-aluna de Pós-Graduação em Organização e Gestão de Eventos de Negócios, Desportivos e de Animação Turística, reitera os agradecimentos ao Professor Doutor Nuno Abranja, ao Dr. Tiago Rodrigues e ao Instituto Superior de Lisboa e Vale do Tejo pelo apoio prestado de forma exemplar.

O primeiro painel abordou o turismo como chave para alcançar a igualdade de género e tivemos como painelistas Mulheres que lidam diariamente com questões ligadas à Igualdade de género e que reconhecem o turismo como uma chave para a valorização da Mulher e o seu empoderamento na sociedade.



Daniela Moreno Alarcón | Equality Tourism, Consultora Internacional em Género, Turismo e Desenvolvimento Sustentável

Daniela Alarcón é pesquisadora e consultora especializada em género, turismo e sustentabilidade. Em 2017 terminou o Doutoramento na Universidade Complutense de Madrid com a tese, “Turismo e Género: uma abordagem essencial num contexto de desenvolvimento turístico sustentável e responsável”. Há 11 anos que fortalece a sua experiência profissional a nível internacional, integrando a perspetiva de género no desenvolvimento do turismo numa ampla gama de países da América Latina, África, Ásia e Europa.

Abriu o webinar com o tema "Turismo e género: uma abordagem a partir das necessidades das mulheres". Trabalhou a temática do Turismo e Género em mais de 12 países, acreditando assim que o enfoque do género no turismo depende dos contextos de onde se trabalha.

Realçou que:

- o turismo é a chave para trabalhar ou para reduzir a desigualdade de género;
- um dos primeiros estudos que surgiram foi recente, em 2013, feita pela OIT, onde mostrava que 55% do trabalho a nível mundial no turismo é feito por mulheres, com dados de muitos países e muito focado em dados da hotelaria e da restauração;
- em 2018 a OMT publicou o segundo Report Mundial das Mulheres no Turismo, onde apresenta a visão desta dinâmica vinculada com a visão do género no turismo, mostrando que em 2018 cerca de 54% da força laboral turística era constituído por Mulheres;
- África é o continente onde mais mulheres trabalham no turismo.

Daniela considera que uma das chaves para estudar o turismo do ponto de vista do género, é relevante porque existem mais Mulheres a trabalhar no setor. Lembra que segundo a OMT, 1 em cada 10 do emprego mundial é gerado pelo turismo, 54% deste emprego é levado a cabo por uma Mulher.

Destaca ainda que isto não é só uma questão de números, esta análise do turismo do ponto de vista do género vai muito mais além. A questão da precariedade no turismo é importante ser realçada, pois, apesar da quantidade de Mulheres que trabalham no setor, quando se analisa do ponto de vista qualitativo, depara-se com muita precariedade. Uma

das causas é porque as mulheres fazem um trabalho muito vinculado ao trabalho doméstico e a cuidados. Por isso a Mulher não tem um reconhecimento vinculado com a liderança, poder e tomada de decisões. As camareiras dos hotéis são um excelente exemplo por serem peças fundamentais para que o hotel mantenha a sua qualidade turística, porém, são as que têm as condições mais precárias e condições salariais impotentes.

Efetivamente os países mais pobres trabalham o turismo como uma via para a redução da pobreza e de cooperação para o desenvolvimento. O turismo tem ajudado assim muitas Mulheres a empreender e a ter um salário, contudo, ainda existe muito por fazer, necessitamos de mais iniciativas, mais análises para que as mulheres tenham uma mulher posição na cadeia de valor do turismo, mais oportunidades para competir, governar e fazer parte das políticas de governança e liderança do setor. Hoje em dia, grande parte dos postos de tomada de decisão no turismo são ocupados por Homens e isto não pode ser se as Mulheres compõem a grande parte da força laboral turística. As salas das universidades estão cheias de Mulheres a estudar turismo.

Foram ainda focados os seguintes pontos:

- a diferença salarial é de aproximadamente 14% de acordo com a OIT, nos países latinos é de 21%;

- as organizações que trabalham o empoderamento da Mulher e de igualdade de género devem trabalhar de mãos dadas com as instituições turísticas;

- nos últimos 11 anos a maior parte dos esforços feitos para incluir a análise de género no turismo, vêm de organizações vinculadas ao direito da mulheres e não de organizações que trabalham estritamente o turismo;

- ainda hoje o turismo não tem uma política de emprego analisada previamente desde o enfoque no género;

- o Covid-19 destruiu totalmente a cadeia de valor do turismo e todas as análises críticas que temos feito desde os estudos de turismo e género estão a ser mais notados, porque grande parte das pessoas que perdem o emprego hoje são Mulheres. Toda a precarização que as Mulheres sentiam quando o turismo era uma atividade muito importante, hoje está a impactar muito mais nesta perda de emprego.

Estamos num ponto em que não podemos retornar ao que tínhamos antes, tomemos isto como uma oportunidade para analisar o turismo do ponto de vista do género para poder salvar o turismo e que na era do Covid-19 o turismo possa trazer o desenvolvimento sustentável.

O turismo é muito importante para cumprir a Agenda 2030, que é a atual Agenda do Desenvolvimento Sustentável, porém há que se transversalizar a Agenda 2030 e o turismo. Não há turismo sustentável se não incorporarmos a igualdade de género, e isto é um ponto vital sobretudo no contexto atual, na era do Covid-19.

O enfoque no género é importante para:

- proporcionar trabalho decente, promover o desenvolvimento sustentável e o desenvolvimento do ponto de vista responsável.



Ana Sofia Fernandes | Presidente da Plataforma Portuguesa para os Direitos das Mulheres

Ana Fernandes, formada em Relações Internacionais e em Desenvolvimento e Cooperação Internacional, é formadora certificada em Igualdade de Género, tendo contribuído para numerosas publicações na área dos direitos humanos das Mulheres e da igualdade entre Mulheres e Homens.

Desde 2018, é Vice-Presidente do Lobby Europeu das Mulheres, a maior plataforma de ONG's de Mulheres na Europa, da qual se destaca a Plataforma Portuguesa para os Direitos das Mulheres onde realiza a Coordenação Nacional.

Em 2019, iniciou o percurso como Presidente da Plataforma Portuguesa para os Direitos das Mulheres, a maior organização da sociedade civil portuguesa na área dos direitos humanos das mulheres e da promoção da igualdade entre mulheres e homens. No mesmo ano sagrou-se membro do Grupo de Referência Mundial da Sociedade Civil da Iniciativa Spotlight da UE/ONU que visa eliminar a violência contra as Mulheres e Raparigas até 2030.

O tema traduzido falou sobre Turismo Sexual, uma problemática que envolve desigualdades estruturais entre o Norte e o Sul, entre pessoas ricas e pessoas pobres, e no seu centro, a desigualdade entre Mulheres e Homens, onde a maioria dos consumidores são Homens e onde a maioria das pessoas que são vendidas para sexo são Mulheres e Crianças. Infelizmente no sistema mundial patriarcal existe comércio de Mulheres e de Crianças, há exploração sexual e muitas vezes potenciadas sob a ideia de um destino turístico.

O atual cenário da Covid-19, é o momento ideal para falar deste assunto, repensar as nossas sociedades e descodificar que Mundo é este?

O tema tem uma relação direta entre as características da legislação de cada país relativamente a esta matéria e o facto de serem ou não destinos dos chamados destinos sexuais, o que melhor enquadra como exploração sexual no mercado capitalista e neoliberal que explora de facto o corpo das Mulheres e das Raparigas.

Nos países que legalizaram o comércio sexual, é considerado um trabalho. Nos países que têm uma legislação abolicionista, o que se pretende é a criação de programas que possibilitem, as Mulheres e as Raparigas, saírem da exploração sexual e nalguns deles criminalizar a compra do sexo. Um outro conjunto países não tem qualquer tipo de intervenção em termos do chamado mercado do trabalho sexual.

Combater o turismo sexual significa combater o sistema prostitucional. É sabido a relação direta entre o tráfico da exploração sexual e o sistema de prostituição e que há um conjunto de países que inclusive fazem marketing em torno do chamado turismo sexual. Dependendo dos países e do modelo legislativo, naturalmente, existem mais ou menos Mulheres traficadas para exploração no sistema prostitucional.

Em 2017 houve um separador em termos de informações turísticas direcionado precisamente a pessoas que compram sexo, e que foi integrado numa publicação que fazia publicidade aos 10 melhores destinos de turismo sexual no mundo.

Isto mostra como no mercado globalizado quem tem dinheiro são as pessoas que mais viajam e muitas delas viajam deliberadamente para locais onde podem pagar o acesso ao corpo de mulheres e de crianças, muitas traficadas e exploradas, oriundas de situação de pobreza.

Um estudo sobre a tipificação dos turistas sexuais dizia: turistas sexuais típicos são Homens altamente educados, de 30 a 40 anos de idade, que vão a países economicamente desfavorecidos, menos de metade desses Homens relatou usar regularmente preservativo, mesmo em destinos com elevada prevalência de doenças sexualmente transmissíveis.

Um outro estudo dos EUA, dizia 81,5% dos casos de tráfico sexual identificados nos EUA em 2018 aconteceram num hotel, ou seja, o setor do turismo obviamente não criou o sistema da prostituição ou o tráfico de seres humanos para exploração sexual, mas, obviamente que beneficia dele ou o potencia, dependendo de efetivamente existirem políticas transversais à igualdade entre Mulheres e Homens e que potencie a alteração destas práticas comerciais.

Um relatório de 2016 para o fim da prostituição infantil, pornografia infantil e tráfico de crianças para fins sexuais, dizia que a maioria dos consumidores de pornografia infantil são criminosos situacionais. Americanos e residentes permanentes dos EUA representam cerca de 25% dos turistas sexuais com crianças em todo o mundo e até 80% na América Latina.

Neste cenário, esta é uma matéria que agora que há de facto uma maior análise sobre o setor do turismo, e como ele pode contribuir para o Objetivos do Desenvolvimento Sustentável, sabendo nós que o nosso ODS é o 5, que tem de ser transversalizado em todos e que tem a ver com a igualdade de Mulheres e Homens, e cabe à Global Women in Tourism, a todas as peritas do turismo e aos operadores turísticos estarem em alerta, pois há um conjunto de iniciativas que podem ser tomadas nomeadamente nos hotéis para detetar casos de tráfico.

É possível desenvolver apps, dar formação a pessoas que trabalham neste setor, por exemplo, fazendo o despiste destas situações e trabalhando com organizações que promovam a igualdade de género, o empoderamento das Mulheres, porque empoderar as Mulheres não é explorá-las sexualmente.



Mel Bracarense | Especialista em Transição de Carreira para Mulheres

Mel Bracarense, psicóloga há quase 20 anos, CEO da empresa “Mães com Carreira”, ajuda Mulheres a se reinventarem profissionalmente depois da maternidade a partir da descoberta carreira - missão. Foi Gerente de Recursos Humanos durante 15 anos em grandes companhias até que decidiu construir o seu próprio negócio para viver a sua medida de maternidade e de carreira.

Nos últimos anos, Mel já ajudou centenas de Mulheres de todo o Mundo a se reinventarem profissionalmente depois da maternidade através do Programa Mães com Carreira, o PMC, o seu Programa Online de Coaching de Carreira específico para Mães.

Abordou o tema “A maternidade como impulsionadora da carreira”, onde a referência à maternidade como um marco em todas as áreas da vida e na carreira esteve bastante presente.

Um estudo realizado para a Fundação Getúlio Vargas, mostra que no Brasil 48% das Mulheres são demitidas no primeiro ano que retornam da sua licença maternidade. No Brasil a licença de maternidade é de 4 a 6 meses.

A maternidade vem como, mais um ponto de desafio da Mulher, mas, ao mesmo tempo como uma grande oportunidade da Mulher se reinventar, de resgatar quem ela é, de perceber a força do feminino nela, e da Mulher conhecer em si os seus talentos e que construa o seu espaço no mundo do trabalho, quer seja em empresas públicas ou privadas ou empreendendo, que é um dos caminhos que muitas mulheres encontram para se recolocar no trabalho e para trabalhar com mais liberdade para acompanhar seus filhos com menos riscos de retaliação pelo facto de se engravidarem.

Os grandes ganhos os grandes feitos e avanços sociais acontecem a partir das dificuldades e a maternidade, sem dúvida que gera um grande impacto nas carreiras e faz com que cada uma de nós tenha a oportunidade de olhar para dentro e de reconhecer o que realmente é importante e qual o seu papel na sociedade.

A maternidade traz para a Mulher uma força, um convite para se reinventar e se conhecer como Mulher.

Em todas as áreas, tal como no turismo, quando a Mulher encontra o trabalho que é a sua missão, que é o seu lugar no mundo, não existe preocupação com escassez, com concorrência e esta aprendizagem surge a partir da maternidade.

Um estudo recente no Brasil, demonstra que se houvesse uma equidade de remuneração entre Homens e Mulheres, a economia teria uma injeção de 461 bilhões de reais. Concluindo de que existe um grande impacto da saída da Mulher do mercado de trabalho e não haver equidade nesse mundo.

Mais uma vez, estudos comprovam que as Mulheres depois da maternidade, desenvolvem enormes competências, é importante que essa fase seja preservada. É importante que o Homem se envolva nas outras áreas da família para que a Mulher tenha mais oportunidade de cuidar de outros aspetos da sua vida. Ninguém cria uma criança sozinha.

Harvard releva-nos estudos que comprovam estas competências como, por exemplo, a empatia, comprometimento e a inteligência emocional.

O nosso **segundo painel** aborda os **desafios das mulheres no** turismo - com foco em diferentes setores que são os alicerces do Turismo - como o ambiente, a educação, a gastronomia e a cultura.

Por ser uma área bastante dinâmica, o desafio está sempre à espreita e, por isso, é necessário criar práticas, ajustar ferramentas, desenvolver conceitos e produtos que ajudem a Humanidade a desconstruir as falsas premissas existentes. E assim demos voz, a Mulheres que ajudam a perceber que é possível mudar e melhorar o Mundo!



Nélida da Luz | Técnica Superior do Ministério do Turismo de Cabo Verde & Investigadora em Turismo

Nélida da Luz, Doutorada em Turismo e Ambiente, tendo defendido a tese, “Uma análise a partir do consumo da Água na Ilha da Boavista, Cabo Verde”.

Segundo a oradora, a sua tese teve como principal objetivo, analisar, através do consumo da água, os desafios e problemas que a sustentabilidade da atividade turística, enfrentam para se poderem manter e os impactos que a sua expansão tem provocado sobre o consumo de água na ilha da Boavista. Apesar de ser a terceira ilha do país em dimensão, Boavista apresenta das piores condições hidrológicas quando comparadas com as outras ilhas do arquipélago.

Cerca de 58% da população residente não tem acesso à rede pública de abastecimento de água e abastece com recursos a autotanques, chafarizes ou outras formas menos seguras de acesso à água. Entretanto a ilha se encontra na linha da frente em termos de procura turística, com uma média anual de entradas superior a 200 mil visitantes por ano, apenas ultrapassada pela Ilha do Sal.

Para o levantamento de dados necessários para a investigação, foi implementado uma sequência de ações que incluíram, o levantamento bibliográfico e documental, a recolha de dados segregados sobre a produção e o consumo de água junto da Empresa de Água e Energia da Boavista (AEB) e a realização de uma sequência de entrevistas semiestruturadas com os moradores, lideranças comunitárias e organizações da sociedade civil, gestores de empreendimentos turísticos, dirigentes e técnicos da Câmara Municipal, Sociedade de Desenvolvimento Turístico das Ilhas da Boa Vista e Maio, e AEB.

Consequentemente, a investigadora concluiu que tem existe um aumento crescente em termos de consumo de água na Ilha da Boavista a uma média de 5% por ano. Paralelamente o número de entradas de visitantes cresceu a uma média de 4% no mesmo intervalo temporal (2014 - 2018). Portanto a evolução da entrada de visitantes apresenta um comportamento semelhante ao consumo da água. A forte correlação existente entre a atividade turística e o aumento do consumo de água é ainda reforçada ao analisarmos os dados de consumo por setores de atividade. Cerca de 70% do total da água consumida na Boavista tem sido destinada aos empreendimentos turísticos. Há problemas quer na qualidade quer na equidade no acesso à água pelas comunidades mais pobres. A falta de qualidade é referenciada (pelos moradores e organizações da sociedade civil) em casos em que a água disponibilizada apresenta níveis de salinidade acima dos parâmetros recomendados, mas também o sistema de transporte, armazenagem e distribuição foram considerados como sendo deficientes sobretudo nas zonas rurais e nos bairros de assentamentos informais.

Portanto, o aumento do turismo não tem trazido melhorias no abastecimento e qualidade da água disponibilizada à população. Todos reconhecem que a ilha teve melhorias em vários domínios, mas estas melhorias não têm tido o devido impacto sobre as pessoas.

Apesar de ter ficado evidente que há outros elementos a se ter em conta em futuros estudos, podemos considerar que existe uma relação direta entre o tamanho dos empreendimentos e o nível de eficiência no consumo de água, ou seja, quando maior é o empreendimento mais probabilidade tem de consumir mais água por cama e por hóspede.



Ana Margarida Silvestre | Coach, Investigadora, Empreendedora e Professora em Empreendedorismo e Turismo

188

Ana Silvestre, Licenciada e Mestre em Turismo, Território e Patrimónios pela Universidade de Coimbra e Doutoranda em Turismo na Universidade de Lisboa e Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, através da sua experiência e motivação, abordou um tema muito relevante num Mundo a mil à hora. Tem como premissa de vida a mudança e a motivação que são as alavancas e o *boost* necessários para que os ideais de cada um possam ser alcançados.

Antes de iniciar o desafio como professora e formadora, trabalhou na sua área de formação e paixão, o Turismo! A passagem por diversas áreas, ditaram a abertura da sua mente e, por isso, abraçar aventuras como assistente, guia, voluntária, coordenadora, professora, consultora e afins, trazem o combustível que a faz produzir de forma criativa e, completamente, “fora da caixa”.

O tema, “Sustentabilidade e Empoderamento na Educação”, prende-se com a crescente preocupação e urgência na criação de uma indústria do turismo mais sustentável e a base deve começar nas universidades que detêm um papel fundamental, promovendo uma educação que capacite os educandos e promova o maior impacto possível no Turismo. Ao setor turístico é pedido que desempenhe um papel fundamental no desenvolvimento dos objetivos das Nações Unidas para que sejam alcançadas as metas de sustentabilidade relacionadas com o crescimento económico e consumo responsável. Utilizando estes objetivos como ferramenta para o desenvolvimento do plano curricular numa Educação para a Sustentabilidade, auxiliando o desenvolvimento de várias habilidades durante o percurso académico.

É essencial implementar e melhorar práticas de ensino e dos locais de trabalho ligados ao turismo, desenvolvendo habilidades de cidadania ambiental por via da educação em sustentabilidade. São necessárias abordagens críticas e transformadoras dentro do plano curricular de cursos superior de turismo para que este tenha uma excelente componente sustentável. Para que os princípios de “forte sustentabilidade” estejam presentes no plano académico ao longo do curso, é preciso que os professores e equipa de desenvolvimento do plano curricular, incorporem os valores da sustentabilidade e os pratiquem ao ensinar.

Urge a necessidade de educar os alunos de forma mais ampla, multidisciplinar, holística, positiva, progressista, com base na variedade de conceitos de sustentabilidade para que estes possam refletir sobre diversas visões do mundo e terem experiências de aprendizagem transformadoras, levando a uma comunidade académica mais preparada e com as habilidades de pensamento crítico necessárias para transformar as práticas de negócios e não gerar problemas como o excesso de turismo.

A base e ponto de partida desta educação do futuro pode ser evidenciada dentro dos valores, missão e visão. Num panorama ideal, todo este trabalho (re)começa em casa e é implementado do Infância à Universidade, tendo as escolas as bases necessárias para que estas questões vão sendo discutidas e, nos anos seguintes, se agreguem ideias, se descubram mais e melhores soluções.



Maria Júlia Semedo | Cozinheira, apaixonada pela Gastronomia e Cultura Cabo-verdiana. Apresentadora do Programa de Culinária “Na Cozinha ku Maria Júlia”

189

Maria Semedo, é também uma empreendedora, e neste momento prepara-se para inaugurar o seu restaurante na Cidade da Praia, focado na gastronomia tradicional e formação. Apresenta a comunicação sobre a importância da gastronomia no turismo.

A gastronomia é o reflexo da essência da cultura de um povo e de um país. Sendo assim, a gastronomia é peça fundamental no turismo.

Cabo Verde tem uma grande responsabilidade perante o visitante, já que promove o país como um grande destino turístico. Sendo que o visitante procura novas experiências, sensações, algo que está diretamente ligado à gastronomia, a mesma deve ser usada como ferramenta de promoção e atração turística.

Neste momento é indispensável fazer um levantamento sobre a história, as receitas, os ingredientes, as técnicas de preparação, de confeção dos alimentos e utensílios, para que se possa elaborar um roteiro gastronómico do país. Esse estudo servirá para estabelecer um padrão standard de qualidade dos pratos, para elaborar cursos de formação e elevar a qualidade da oferta de serviços no turismo.

Para aumentar o peso da importância da gastronomia na cadeia de valor do turismo, precisamos de criar condições, para que o turista consuma produtos nacionais e, que estes tenham qualidade. Para tal, é necessário que todos os envolvidos sejam responsáveis pelo desenvolvimento do turismo, de forma sustentável.



Alexandra Lavaredas | Professora Especialista Adjunta do ISCE, Editora do Tourism and Hospitality International Journal e Guia Intérprete Nacional

Alexandra Lavaredas, optou por trazer uma comunicação sobre a atividade de guia intérprete, uma profissão extremamente exigente e cujo valor é, muitas vezes, negligenciada.

Num contexto de pandemia mundial em que a maioria dos profissionais que trabalha com grupos de turismo internacional, vê a sua atividade suspensa e indefinida por tempo indeterminado, deixo esta homenagem.

Foram dedicadas palavras a todos os ouvintes, leitores e, em especial aos colegas, guias intérpretes oficiais, operadores de turismo e outros agentes, que se dedicam de corpo e alma à arte de bem receber.

Uma reflexão pessoal que acreditou estar em ressonância com muitos. Habituada a receber família, amigos e até transeuntes, que por uma outra razão batiam à porta de casa. Às vezes, desconhecidos com quem se cruzou em alguma viagem que fez por esse

mundo fora e de cujo encontro nasceu uma forte amizade, porque quem viaja regressa com uma bagagem repleta de conhecimento, memórias e mais rico. Adora viajar, pois sente-se livre!

O elo de ligação entre os destinos, são as pessoas com quem se foi cruzando, que vêm e, por vezes vão. Variam as caras e os corações, mas a intensidade das experiências partilhadas fica para sempre. O fascínio por culturas desconhecidas nasceu cedo. A admiração por Portugal, pelos portugueses e pela sua herança revelou-se mais tarde. Foi preciso sair para poder voltar. Hoje sente-se em casa. Aqui recebe e partilha a cultura da qual faz parte.

Conta histórias, transmite grandes feitos e, também, os contratempos. Mostra as cores mais bonitas das paisagens portuguesas e os sabores das iguarias culinárias que se misturam com o cheiro a café das manhãs soalheiras ou se perdem no fado que toca ao entardecer. O encontro pode durar apenas algumas horas ou vários dias. Na despedida, os convidados sentem finalmente o que é a saudade, um sentimento carregado de emoção e tão lusitano.

A definição comumente aceite para guia intérprete descreve-o como o profissional “que acompanha turistas em viagens e visitas a locais de interesse turístico, tais como museus, palácios e monumentos nacionais, prestando informação de carácter geral, histórico e cultural, cuja atividade abrange todo o território nacional.” Sim. É tudo isto e muito mais. Tal como a oradora, muitos colegas seus, acolhem de braços abertos quem os procura.

Dão o seu melhor e o que de melhora a nossa cultura tem. Quando existe a barreira linguística, muitas vezes, ficam os melhores amigos dos clientes. O “local friend” a quem recorrer por tudo e por nada. Aquela pessoa que nos faz sentir em casa e provoca no visitante o desejo de voltar. Muitas vezes, passam mais horas com os clientes do que com a família. Talvez, por isso, seja mais fácil ficarem próximos e disponíveis para os clientes. Afinal, se estivessem num país estrangeiro, gostariam de ser bem acolhidos. São parte desta cultura e, até certo ponto, são a própria cultura. O que o turista leva para casa é a imagem veiculada pelo guia intérprete. Este, torna-se assim, peça essencial na promoção da imagem do destino e agente de transmissão oral do património tradicional.

Contribuindo para a preservação e divulgação da cultura local, o guia intérprete, transpõe fronteiras e diminui a distância entre os povos. É imperativo dignificar a profissão. É necessário dotar estes profissionais de formação completa e adequada ao exemplar exercício das suas funções e dar-lhes o merecido estatuto de embaixadores culturais.

O **terceiro e último painel** é subordinado ao tema **mulheres e projetos sustentáveis**, uma curta mas intensa viagem por alguns projetos liderados por mulheres e que estão a marcar a diferença quando se fala de sustentabilidade no turismo.



Sandra Mateus | Gestora e Produtora Executiva de Eventos & Professora no curso de Pós-Graduação em Organização e Gestão de Eventos de Negócios, Desportivos e de Animação no ISCE.

Sandra Mateus, licenciada em Gestão de Empresas Turísticas e Hoteleiras pela Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, seguido do Mestrado em Gestão Estratégica de Eventos pela Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril. Há mais de 14 anos que se dedica à sua paixão: a gestão de eventos. Durante o seu percurso profissional, passou por diversas empresas multinacionais e multiculturais. Desde 2014 que trabalha como independente na área dos eventos *corporate* para diversas marcas/empresas/associações nacionais e internacionais.

Segundo a oradora, é essencial que todo profissional que tenha o conhecimento, as ferramentas e os recursos necessários para exercer sua profissão de forma independente pode se tornar um freelancer - que aliás é por isso mesmo que nos licenciámos: para sermos autónomos a nível de estudo, o que nos permite depois, no mundo do trabalho, através de experiência, nos tornarmos mais e mais independentes.

Também é necessário ter um perfil multidisciplinar. Para trabalhar sozinho, de forma individual, não basta ser bom na sua especialidade, mas também saber gerir bem todos os stakeholders: clientes e fornecedores, para além de ter de saber fazer uma boa gestão administrativa e financeira do seu negócio. Existem inúmeras vantagens nessa forma de trabalhar pois é pode fazê-lo, confortavelmente, em casa; existe autonomia na condução dos projetos / liberdade para aceitar ou não cada projeto; o crescimento como empreendedor através do contato com várias empresas, bem como a liberdade de gestão da vida pessoal diária: ir a vários serviços fora dos horários de ponta, como: shoppings, Fugir do trânsito diário das grandes cidades; passar mais tempo com a família; possibilidade de ganhar mais do que um emprego tradicional; tempo para investir em projetos pessoais e trabalhar no horário em que se sente mais produtivo. Consequentemente leva a ter hábitos de vida mais saudáveis, como tempo para praticar exercícios e melhorar a alimentação. Mas, nem tudo são flores, e, por vezes é uma armadilha porque nem sempre ajuda trabalhar a partir de casa! Onde existem vantagens, existem também desvantagens como, aprender a lidar com o preconceito, da própria família e amigos que tendem a pensar que o trabalho não é sério e que se faz o que se quer; as férias não são remuneradas; vida menos estável - pois o dinheiro é variável, depende do nº de projetos em que consegue trabalhar; lidar com o estigma de ser visto como mão de obra barata; não existem subsídios de alimentação ou férias; é imperativo aprender sobre finanças e gestão e para quem não entende nada de área é um grande desafio; necessidade de se adaptar a cada perfil de cliente – é preciso ser muito versátil e flexível, ainda mais do que quando se trabalha apenas para uma entidade, pois tem de se saber vestir a camisola de empresas diferentes, com diferentes valores, missão e objetivos e muitas vezes têm de aceitar trabalhos irrelevantes em épocas de crise, de modo a conseguir fazer dinheiro.



Ângela Veiga | Pós-graduada em Gestão e Empreendimentos Turísticos

Ângela Veiga, licenciada em Estudos Ingleses, Professora de carreira e formadora em diversas áreas do sector Turístico entre as quais Agências de viagens, Gestão e

Alojamento Hoteleiro, Guia turístico, Gestão Técnica Hoteleira, Recepção Hoteleira, e entre outros.

Por ser ativista no sector turístico, passa todo o seu tempo livre a caminhar, a explorar e a atravessar cutelos, montanhas, ribeiras e encostas de Santiago e de outras ilhas, identificando e criando circuitos pedestres com potencialidade e atração para promover Cabo Verde, enquanto destino turístico de montanha, ecoturismo, turismo de aventura e turismo cultural. Promove o empreendedorismo turístico para os jovens guias turísticos, incentivando-os a explorar, conhecer, identificar e promover os destinos internos. Tal como, partilha circuitos turísticos com agências e grupos individuais. Em simultâneo, promove ideais para incentivar jovens na criação de sites para a promoção de circuitos e divulgação de atividades turísticas e faz consultoria de circuitos turísticos.

Defende que o espírito aventureiro nos leva a descobrir cantos, recantos e encantos fantásticos e atrativos das nossas ilhas e regiões! Sejamos “descobridores e exploradores dos nossos próprios destinos internos e promotores da interação com a natureza, paisagem, cultura e biodiversidade”.

É sabido que o desenvolvimento e a economia de Cabo Verde dependem, em parte, ou essencialmente do setor turístico, sendo o turismo uma das bases da sustentabilidade da economia nacional tem ou teria de ser visto e trabalhado em várias perspetivas para garantir essa sustentabilidade a médio e longo prazo tendo em conta as adversidades que estamos a enfrentar no momento.

Através da sua experiência, das suas aventuras, concluiu que os serviços locais, as associações comunitárias, ONG's tem a responsabilidade de desenvolver um plano de desenvolvimento económico dentro do setor turístico começando pela Educação, Formação e Consciencialização das crianças, jovens e a população local na identificação, exploração e preservação do seu Habitat, dos espaços com potencialidade atrativos e de interesse nacional e internacional, e bem como, o ato de acolher e dar boas vindas aos visitantes.

Entende que é imprescindível formar os locais sobre o conceito do turismo para o desenvolvimento da própria comunidade, diz isso, porque as pessoas consideram turistas os brancos e as pessoas que vem de fora. “Permitam-me partilhar convosco um episódio que aconteceu com um dos meus formandos de guia numa caminhada no interior da ilha, encontrámos com um grupo de pessoas da própria comunidade, cumprimentaram o guia e perguntaram-lhe estás na caminhada? Gui: Sim, estou com os meus turistas. Estes locais, começaram a ridicularizar, o fato de ter turistas internos e começaram a rir e a debochar: “turistas pretos”.

Portanto, falta formação, informação e cultura junto dos locais e acreditarem na valorização do seu espaço e de todo o seu meio envolvente.

É preciso ver o turismo não só como uma atividade que importa turistas, mas também como uma atividade de lazer e ócio para os nacionais, essa aposta, passa pelo apoio das entidades com responsabilidade no turismo, entre eles, o Instituto Nacional do Turismo, com campanhas de valorização e divulgação do turismo interno, passando a mensagem forte, apelando às nossas emoções de patriotismo e orgulho nacional, o

quanto o nosso Cabo Verde tem belezas extraordinárias e os inúmeros lugares que podemos explorar, com experiências únicas e diferenciado.

Para isso, propõe ideias como:

- Consciencialização dos locais na preservação, conservação e limpeza do seu *habitat*;
- Identificação dos caminhos vicinais;
- Promover postos de prontos socorros;
- Incentivar hospedagens locais para fins de semanas e férias;
- Dinamizar pequenos serviços de restauração;
- Apostar no ordenamento e planeamento do território;
- Apostar na restauração e conservação de edifícios históricos, com interesse cultural e turístico.

E que tal as Mulheres que viajam sozinhas? Na intervenção seguinte conhecemos um pouco das experiências de guerreiras que, na fé, vão conhecer o Mundo, sem hesitar. Por vezes, o medo que se sente, do desconhecido é também impulsionador para a descoberta e o entendimento do que está para além dessa barreira. Se muitas pessoas sonham e não vêm para lá das nossas pontes imaginárias, outras, vêm claramente que a aventura começa nessa mesma ponte e, são essas pessoas, que dão a conhecer mundos ao mundo, se não, vejamos!



Michelle Lima | Viajante & investigadora em economia circular no turismo

Michelle Lima, formada em Turismo e Administração de Empresas e apaixonada por viagens, antes de existirem redes sociais. Em 1999, viajou sozinha por dois meses de trem pela Europa. De 2007 a 2008 tirou um ano sabático e deu uma volta ao mundo, sozinha, com uma mochila nas costas durante 365 dias. Ano passado fez o Caminho de Santiago, mais de 800 km de caminhada entre a França e Espanha. É encantada por viagens e natureza. Mergulhou, velejou, saltou de paraquedas, fez safari, rapel, rafting... E hoje viaja com a filha de 10 anos.

O mundo das viagens sempre a agradou. E, assim resolveu realizar o curso de Turismo para ficar mais perto deste mundo tão encantador. Em paralelo fez um curso técnico de guia de turismo, e começou a trabalhar como guia de excursão, e passou a viajar muito pelo meu país, o Brasil. No ano de 1996, mudou-se para Londres, pois precisava aprender o idioma inglês. A vontade de viajar e conhecer novos lugares só crescia. Como muitas vezes não tinha companhia, começou a fazer viagens sozinha, e quando solhou para si, já estava com um bilhete de trem a percorrer sozinha a Europa por dois meses. Foi uma experiência deslumbrante, e aprendi muito, principalmente a viajar sozinha e a não ter medo. Infelizmente o medo ainda é a principal barreira para uma mulher viajar sem companhia!

Após uma temporada na Europa, voltou ao Brasil com muitas memórias de viagens e foi morar e trabalhar com turismo na ilha de Fernando de Noronha, que é um parque

nacional marinho e um destino turístico belíssimo. Lá passavam turistas e velejadores de diversos lugares do mundo. E vivia a sonhar com novas viagens! Queria conhecer o Nepal, o Vietnã e tantos outros lugares, mas parecia um sonho tão distante! Começou a economizar e, anos depois, apareceu a oportunidade! Não pensou duas vezes, fez o roteiro e comprou a passagem aérea.

Em 2007 iniciou uma volta ao mundo de 365 dias. Dias vividos com muita intensidade, onde o mais importante era o momento presente, podia ser admirar as belezas naturais e culturais deste mundo, caminhar perdida pelas ruas de uma nova cidade, conhecer gente como a gente, ler um livro, esperar um trem, ônibus ou avião, escrever um email para a família. Naquela época ainda não se usavam smartphones nem redes sociais, que ajudam muito nas viagens atuais.

Ali teve a certeza de que tomou a decisão certa: ir! Hoje detém um tesouro especial: excelentes memórias e experiências de uma viagem de volta ao mundo. Um sonho que se tornou realidade e não há dinheiro que pague isso.

Outro sonho que tinha, era fazer o Caminho de Santiago e, em 2019, fiz o Caminho francês! Foram 27 dias de muitas emoções e aproximadamente 800 km de caminhada! Se o faria novamente? Com certeza! É uma experiência extraordinária! Atravessar os Pirinéus, a parte francesa do Caminho, passar por cinco capitais de províncias espanholas, Pamplona, Logroño, Burgos, León e Santiago, e diversas outras cidades e povoados encantadores e, no final, perceber que não importa chegar ao fim, o que importa é o percurso. E o caminho faz-se caminhando, assim como a vida! Temos alegrias, tristezas, desafios, conquistas, encontros, desencontros, cansaços, esgotamento, ânimo, muita energia, ... E seguimos... e devemos seguir sempre em frente!

Hoje tem como missão incentivar outras pessoas a fazerem o mesmo. Assim, criou a conta @en_cantos_, com o objetivo de inspirar viagens! Para muitos dar um tempo nas atividades rotineiras da vida e sair a viajar pelo mundo parece algo de outro mundo. Mas não é nada de outro mundo! É deste mundo mesmo, e confessa ser uma experiência maravilhosa, enriquecedora e inesquecível.

Viajar, enriquece a vida e faz-nos conhecer mais, a força que temos e a nossa resiliência. Viajar sozinha é uma experiência única, que proporciona o conhecimento de outras pessoas, lugares onde quer ir, sem precisar perguntar a ninguém. Cada um faz a viagem do seu jeito! Não tenha medo de viajar sozinha porque só tem a ganhar!



Judith Rietveld | CEO Terra Terra Tours

Judith Rietveld, CEO Terra Terra Tours, apresentou a comunicação “Turismo comunitário e de experiências: projeto *“Di povo pa povo”*”. Fez parte da criação de um programa, durante o período de quarentena, e iniciado após a emergência, para mostrar aos habitantes de Santiago do que são ricos, o belo povo que são, a natureza avassaladora e riqueza cultural e histórica. A Terra Terra Tours, também conectam (novamente) as pessoas, através de um programa baseado no turismo local. As fronteiras ainda estão fechadas, e, por isso, oferecem aos moradores a oportunidade

de participar de diversas atividades que variam semanalmente e acontecem em toda a Ilha de Santiago.

Este projeto tem como objetivo conectar pessoas, aumentar o conhecimento e obter mais percepções sobre quem são e de onde vieram. Assim que as fronteiras se abrirem novamente, querem continuar as atividades e nos misturar com seus passeios e experiências com os turistas. Acreditam que será uma forma especial de turismo, para aproximar mais o nacional e o internacional. Este programa está a ser executado de forma voluntária há 11 semanas e gostariam de continuar a desenvolvê-lo, mas, para tal é necessário um orçamento, pelo que procuram patrocinadores imediatamente. Se quiser apoiar o programa - Povo pa Povo, para moradores locais, pode contactar através do e-mail: info@terraterratours.com.

Conclusões

Este webinar fez-nos refletir intensamente sobre o turismo e o género, pois é um assunto muito atual, pouco valorizado e de extrema relevância para o desenvolvimento da economia e diminuição de alguns problemas de foro social, principalmente nas circunstâncias em que vivemos.

É imperativo lutar pela igualdade de homens e mulheres em todos os aspetos da vida. A paixão por viajar é muitas vezes castrada pela falta de segurança nos destinos, ou pelo não respeito aos direitos das mulheres.

Urge uma mudança de paradigma na questão das decisões sobre o desenvolvimento do turismo nos destinos. A voz da mulher deve ser ouvida, os orçamentos devem ser sensíveis ao género e a Mulher deve ser incluída nos painéis de decisores.

Precisamos desafiar a nossa capacidade criativa e de articulação entre todos os *stakeholders*.

Não há desenvolvimento sustentável do turismo sem igualdade de género. Nesse sentido, também é necessário combater o sistema da prostituição que em diversos destinos utiliza o corpo de mulheres e homens para promover o turismo.

Este evento trouxe à tona questões que raramente são debatidas como é o caso da maternidade e a possibilidade de progressão das mulheres, devido ao facto de serem mães. Por outro prisma, a Maternidade pode ser vista como uma oportunidade da mulher se reinventar, de conhecer os seus talentos. Infelizmente, há estudos que indicam que grande parte das mulheres são demitidas depois da maternidade. Há imenso trabalho a fazer no sentido de alcançar a ODS 5.

O desenvolvimento do turismo pressupõe o engajamento de todas as forças, como é o caso da gastronomia como reforço identitário, a identificação de pontos de interesse para a promoção do turismo interno, a valorização do guia intérprete como embaixador cultural de um destino e a própria sustentabilidade dos recursos, principalmente dos recursos ambientais, pois não existe planeta B. Portanto, é da responsabilidade individual ter ações e hábitos sustentáveis, como o uso consciente da água potável.

O empreendedorismo tal como a resiliência é algo característico das Mulheres. Há uma necessidade muito grande de sermos flexíveis e de termos uma visão mais

abrangente. Temos de vencer por sermos bons naquilo que fazemos, vencer pela nossa qualidade.

O desenvolvimento do turismo pressupõe a troca de experiências e boas práticas, entre projetos de relevância nacional e internacional. Nesse sentido, este evento deu Voz às Mulheres para partilharem os seus projetos, estudos internacionais – casos de sucesso, resiliência e dificuldades.