

O ECOTURISMO COMO FACTOR DE DESENVOLVIMENTO NA GUINÉ-BISSAU: UMA ESTRATÉGIA DE COOPERAÇÃO INSTITUCIONAL

FERNANDA OLIVEIRA, BRUNO REGO, ANTÓNIA BARRETO e FILIPE SANTOS

Instituto Politécnico de Leiria
foliveira@ipleiria.pt; bruno.rego@ipleiria.pt;
antonia@ipleiria.pt; fsantos@ipleiria.pt

Resumo

O Instituto Politécnico de Leiria tem vindo a participar em projetos que se enquadram na cooperação descentralizada com os “países do sul”, procurando partilhar as suas competências em áreas tão diversas como o turismo, novas tecnologias e ensino/formação. Por outro lado, estes projetos permitem ao Instituto adquirir *know-how* no âmbito da intervenção para o desenvolvimento.

Um dos projetos onde o Instituto foi chamado a intervir concerne na criação de uma nova oferta de ecoturismo na Guiné-Bissau, dinamizada por uma guineense, assente num paradigma de desenvolvimento alicerçado no envolvimento direto das comunidades locais e na otimização dos recursos naturais e culturais. Este projeto envolveu numa primeira fase a criação de um conjunto de infraestruturas e serviços de cariz turístico que foi posteriormente complementada com atuações a nível da formação das comunidades locais e também no campo da divulgação e promoção.

Este artigo foca as mais-valias institucionais deste tipo de parceria analisando o contributo do IPL na identificação e criação dos instrumentos de divulgação que melhor se ajustam a projetos de ecoturismo numa perspetiva empresarial, educacional e cooperativa. Para o efeito é descrita a estratégia seguida, e que vai ao encontro da missão institucional do ensino politécnico uma vez que se optou por envolver os alunos dos cursos diretamente relacionados (turismo e educação multimédia), promovendo paradigmas de ensino contextualizado e significativo.

O resultado deste envolvimento culminou no *website* EcoCantanhez, fruto de um trabalho articulado entre os alunos das duas áreas de ensino supra mencionadas: aos de Turismo foi pedido um estudo de mercado mundial no que diz respeito a *websites* de promoção deste tipo de turismo, procurando encontrar e reunir boas práticas; aos de Educação Multimédia foi solicitado um plano estratégico de comunicação adaptado às características específicas do projeto e que estabelece neste primeiro momento a potenciação e divulgação do mesmo.

Palavras-chave Ecoturismo, website, pedagogia, aprendizagem participativa

*

1. INTRODUÇÃO - O PROJETO ECOTURISMO EM CANTANHEZ

A implementação do Projeto de Ecoturismo em Cantanhez, na Guiné Bissau, iniciou-se em 2005 e assentou essencialmente na criação de oferta de equipamentos de alojamento turístico, constituída por dois pólos de *bungalows*, serviço de restauração e atividades de observação e interpretação da natureza (associadas aos percursos de natureza que foram entretanto traçados, georreferenciados e organizados em termos de panfletos). A sua exequibilidade ganha sustentação por via da operacionalização do *Projecto U’Anan – Construir o Desenvolvimento Comunitário Sustentável na região de Tombali: Ecoturismo e Cidadania* (Brito, 2007). Este projeto, idealizado pela ONG guineense Ação para o Desenvolvimento (AD), foi implementado por via da parceria estabelecida com o Instituto Marquês de Valle-Flôr (IMVF, uma ONG portuguesa), do

apoio obtido do Instituto Português de Apoio ao Desenvolvimento (IPAD) e do cofinanciamento da Comissão Europeia (Oliveira e Silva, 2010 e 2012).

Além da fase de construção e equipamento dos *bungalows* e da conceção dos percursos de natureza, o projeto incluiu também uma fase de formação das comunidades locais, quer ao nível do serviço de receção, *housekeeping*, e serviço de mesa, quer em termos de interpretação da natureza e acompanhamento de grupos (Oliveira e Silva, 2012). É neste âmbito que a nossa instituição, o Instituto Politécnico de Leiria (IPL), é integrado como mais um elemento da cooperação, sendo que a formação associada ao serviço de alojamento e restauração foi preparada e administrada por uma equipa de docentes do IPL. Da mesma forma, foi a partir deste primeiro contato com o Ecoturismo em Cantanhez que a equipa do IPL reconheceu a importância de desenvolver um conjunto de ferramentas de divulgação da oferta de ecoturismo

Face aos desafios de um projeto desta natureza, que se posiciona num quadro de cooperação institucional já existente entre o IPL e as entidades que encabeçam o projeto do Ecoturismo em Cantanhez, procurou-se fortalecer e alargar a dimensão dessa cooperação integrando novos atores no processo, os estudantes do IPL. Neste contexto, este artigo visa explicar a estratégia pedagógica de envolvimento de duas turmas da Escola Superior de Educação e Ciências Sociais do IPL, visando a consecução de algumas das tarefas acima referidas, bem como as opções metodológicas seguidas.

2. A PERSPETIVA SUSTENTÁVEL DO PROJETO ECOTURISMO EM CANTANHEZ

Desde o primeiro momento que o desenvolvimento do ecoturismo na região de Cantanhez é pautado por uma preocupação exemplar no sentido de operacionalizar os princípios de um turismo sustentável (conforme definidos pelo *Tourism Concern* e o *World Wide Found*, em 1992, e discriminados em Partidário (1999)). Isso é patente através do envolvimento direto das comunidades locais (na construção das infraestruturas e equipamentos, na prestação dos serviços turísticos, na sua gestão e manutenção), no uso sustentável dos recursos e nas preocupações ao nível da preservação ambiental natural e sociocultural, na formação das pessoas diretamente envolvidas no projeto, no fomento à investigação, na conceção de ferramentas de marketing responsável, bem como na operacionalização do princípio da cooperação. Isto é, cooperação com diferentes atores e entidades individuais e/ou institucionais para troca de conhecimentos técnicos e experiências que se apliquem aos problemas, desafios e necessidades associados ao produto ecoturismo e às especificidades do território de Cantanhez. É neste campo que a intervenção do IPL assume um papel de destaque.

3. O PAPEL DO INSTITUTO POLITÉCNICO DE LEIRIA

As Instituições de Ensino Superior (IES) em Portugal não são apenas espaços para formação de quadros superiores, estando regulamentadas por um regime jurídico próprio que lhes define um conjunto extra de atribuições. O Instituto Politécnico de Leiria procurou participar neste projeto de forma a promover estrategicamente a operacionalização de um conjunto dessas atribuições, descritas em várias alíneas no Artigo 8º do Regulamento Jurídico das Instituições de Ensino Superior (RJIES, 2007) e conforme se descreve nos parágrafos seguintes.

O enquadramento inicial da participação do IPL neste projeto advém da alínea h) desse artigo que especifica que as IES devem procurar contribuir, *“para a cooperação internacional e para a aproximação entre os povos, com especial destaque para os países de língua portuguesa e os países europeus”*. Assim, começou-se por constituir uma equipa de docentes, que se deslocou à Guiné-Bissau, para prestar serviços de consultadoria de forma a promover a *“transferência e valorização económica do conhecimento científico e tecnológico”* (alínea d). Igualmente, realizaram-se *in loco* *“ações de formação profissional e de atualização de conhecimentos”* (alínea e) oferecendo formação às pessoas que faziam parte das comunidades locais de Cantanhez que iriam ser responsáveis pela prestação dos vários serviços do projeto de ecoturismo.

Este artigo, contudo, foca-se essencialmente na questão particular do ensino superior, pela missão de *“realização de ciclos de estudos visando a atribuição de graus académicos”* (alínea a) bem como, e para a concretização desta missão, *“criação do ambiente educativo apropriado às suas finalidades”* (alínea b). Assim, e uma vez que o IPL oferece cursos na área de Turismo e na área de Comunicação, procurou-se oferecer às turmas destes cursos uma oportunidade de terem uma participação ativa neste projeto, procurando envolver os professores que abordavam os conteúdos curriculares apropriados e sugerindo que estes se apropriassem de várias tarefas a desenvolver neste projeto, oferecendo-as aos seus alunos, numa metodologia de aprendizagem participativa, como caso de estudo e avaliação.

4. ESTRATÉGIA PEDAGÓGICA

Do ponto de vista da conceção de instrumentos de comunicação para o Ecoturismo em Cantanhez, e tendo em conta o âmbito internacional dos principais mercados que procuram ofertas de ecoturismo, considerou-se que a melhor forma de conseguir captar a sua atenção seria através da conceção de um *website*. Da parte da equipa do IPL (até este momento, apenas composta por docentes com formação no turismo e na gestão hoteleira) havia apenas uma noção base de alguns aspetos essenciais que deveriam constar de um *website* de ecoturismo, havendo a necessidade de fortalecê-los com a inclusão de outros docentes com formação específica na área da Comunicação Multimédia.

Assim, verificou-se que operacionalizar um canal de promoção do ecoturismo em Cantanhez consistia em duas tarefas: a realização de um estudo de mercado de âmbito mundial que permitisse conhecer os diferentes projetos de ecoturismo já a funcionar, relativamente ao tipo de canais de comunicação que estes utilizavam, e a criação uma primeira versão do *website* do Ecoturismo em Cantanhez.

Assim, a equipa de docentes do IPL considerou pertinente integrar as turmas de finalistas das licenciaturas em Turismo e Património e em Comunicação Social e Educação Multimédia, da Escola Superior de Educação e Ciências Sociais porque:

- garantia-se a exequibilidade de realizar um estudo alargado às diferentes regiões do mundo, quer pelo número de estudantes envolvidos (cerca de 40 estudantes que compunham a licenciatura de Turismo e Património), quer pelas suas competências, já adquiridas durante o curso, ao nível da utilização das novas tecnologias e da internet;
- estimulava-se um ensino participativo, em que o trabalho desenvolvido pelos estudantes iria ter uma aplicabilidade prática, num caso real.

Assim, num primeiro momento, os alunos começaram por desenvolver o estudo de mercado para conhecer as especificidades dos websites de divulgação de projetos de Ecoturismo com o objetivo de identificar os requisitos essenciais para a conceção de um novo website, o do Ecoturismo em Cantanhez. Num segundo momento envolveu-se os estudantes de Comunicação Social e Educação Multimédia, que pegaram das recomendações e requisitos apontados pelos colegas de Turismo e Património, para conceber alguns protótipos do futuro *website*.

Nos dois pontos seguintes são discriminados os procedimentos metodológicos e operacionais desenvolvidos para a execução destas duas tarefas.

4.1. Estudo de mercado do produto ecoturismo

O estudo de mercado foi desenvolvido pela turma de Turismo e Património integrando um dos elementos da avaliação da disciplina de Turismo e Desenvolvimento Regional (do 3.º ano do curso). Propôs-se à turma que se organizasse em pequenos grupos com o intuito de realizar um trabalho de avaliação que teria de cumprir os seguintes passos:

- 1.º Escolher uma região do globo;
- 2.º Fazer recolha de *websites* relativos a projetos de ecoturismo, particularmente os que aliavam a oferta de alojamento com atividades de natureza. A análise deveria ter em consideração: o tipo de ofertas disponibilizadas; o(s) público(s) a que se dirige; a quantidade e qualidade da informação; a forma como é

apresentada e como está organizada; o carácter inovador e criativo não só da oferta em questão mas também do *website* em análise; os aspetos particulares da oferta e *website* em análise;

3.º Apresentar a abordagem conceptual (conceitos, princípios, objetivos) relativamente ao tipo (ou tipos) de turismo implícitos aos *websites* pesquisados (ecoturismo, turismo de natureza, turismo verde, turismo responsável, turismo de aventura, entre outros);

4.º Desenvolver uma abordagem crítica dos *websites* analisados e da forma como promovem o ecoturismo e os territórios envolventes;

5.º Selecionar o *website* que melhor pudesse vender o produto/destino de ecoturismo e, se for o caso, destacar ideias e particularidades que poderão ser seguidas no projeto do Ecoturismo em Cantanhez

Em termos dos objetivos formativos, pretendia-se que os alunos:

- Adquirissem conhecimentos em relação às diferentes realidades mundiais no que respeita às ofertas de ecoturismo (privilegiando-se os projetos assentes na oferta de alojamento turístico de pequena escala – *lodges, ecolodges, ecoresorts, bungalows*, entre outros);
- Analisassem a estrutura, a linguagem, os conteúdos, a atratividade, a paleta de cores, os tipos de letras, o recurso a elementos sonoros, filmes e imagens, dos *websites* escolhidos;
- Desenvolvessem uma abordagem crítica dos *websites* analisados (fomentar o sentido crítico quanto à forma e métodos para divulgar ofertas turísticas através da Internet);
- Fizessem opções e argumentassem quanto à estrutura, apresentação e conteúdos mais ajustados ao futuro *website* do Ecoturismo em Cantanhez.

As regiões do mundo a pesquisar pelos estudantes foram definidas pelos docentes e incidiam maioritariamente no hemisfério sul (incluindo contudo algumas regiões do hemisfério norte, como toda a América Central e a totalidade do continente africano). Esta delimitação foi determinada pelas características bioclimáticas daqueles territórios as quais se aproximam de algum modo das verificadas em Cantanhez, Guiné-Bissau.

A busca e seleção das infraestruturas e equipamentos de ecoturismo e dos respetivos *websites* tiveram como fontes de base o site da Associação Internacional de Ecoturismo, o site dos 50 melhores *ecolodges* do mundo em 2008, segundo a *National Geographic* e revistas nacionais e internacionais da especialidade.

O principal requisito de seleção das infraestruturas e equipamentos de ecoturismo e dos respetivos *websites* incidia nas particularidades dos espaços e serviços disponibilizados, isto é, deveriam ser projetos de ecoturismo que aliassem a oferta de alojamento com atividades de natureza. Ao todo foram analisados 159

projetos distribuídos por 5 regiões (África, América Central, América do Sul, Ásia e Oceânia). A figura 1 apresenta o número de projetos/*websites* analisados por país.

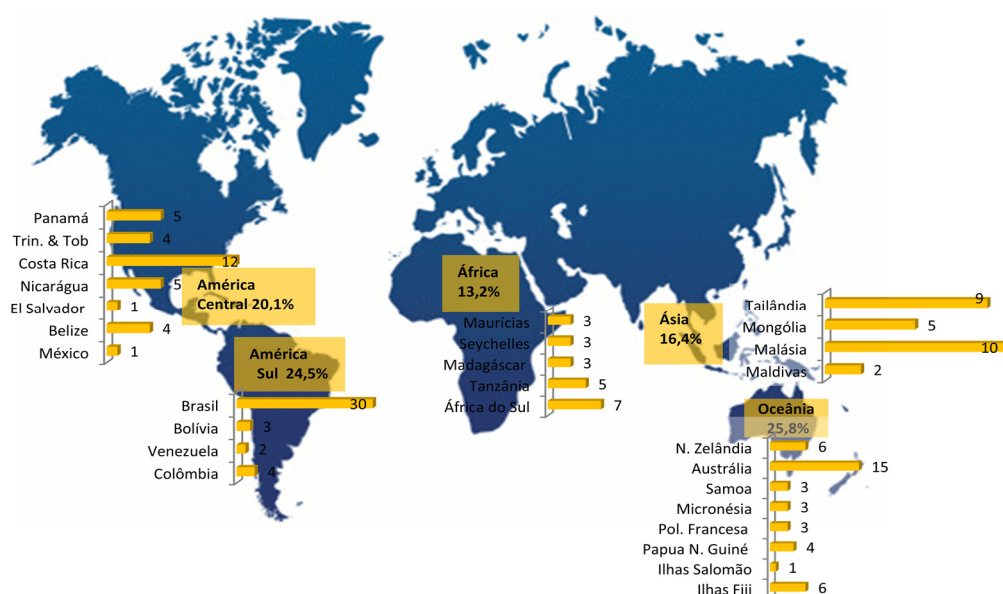


Figura 1- Número de *websites* pesquisados por país/Valor percentual por continente

A análise dos *websites* selecionados baseou-se num painel de critérios que foram debatidos em conjunto, contando com os contributos dos estudantes e dos docentes da área da Comunicação Multimédia. Consideraram-se 11 critérios que se apresentam devidamente explicados na tabela 1.

	Considerações de análise
Tipo e Tamanho de Letra	Avaliar a legibilidade e o apelo à leitura
Elementos Sonoros	Verificar se são utilizados e se respetiva adequabilidade ao tema e enquadramento natural
Layout	Analisar a forma como os conteúdos dos <i>websites</i> são apresentados e organizados, incluindo as formas utilizadas (retângulos, formas circulares, etc.), o tamanho e a posição do <i>website</i> (considerando não só aspetos de <i>layout</i> , mas também de <i>design</i> e estética do <i>website</i>);
Navegação	Considerar o tipo de navegação utilizado (simples hiperligações, imagens, hiperligações dinâmicas, etc.), a posição e quantidade do(s) menu(s) (horizontal - no topo do <i>website</i> , vertical - do lado esquerdo ou direito, etc.);
Dinâmica da página	Apurar da existência de elementos que tornam o <i>website</i> dinâmico e por isso mais apelativo. Aspetos que conferem dinamismo: existência de animações, vídeos e imagens no <i>layout</i> que sugerem, por exemplo, movimento (existência de uma galeria fotográfica em "Slide show"), cabeçalhos com animações, menus desdobráveis, entre outros elementos;
Interatividade	Aferir se os conteúdos são meramente apresentados ao visitante para este os consumir, ou será que este é envolvido no <i>website</i> e nas temáticas nele apresentadas?
Presença de diferentes Idiomas	Analisar se o <i>website</i> está traduzido para diferentes línguas; Identificar as mais frequentes; Perceber se os conteúdos traduzidos para as línguas estrangeiras são comuns aos da versão original.
Conjunção das Cores	Analisar se as cores utilizadas no <i>website</i> estão adequadas ao tipo e conteúdos do <i>website</i> , se foram utilizadas de forma harmoniosa, se são apelativas;
Qualidade de Quantidade das Fotografias	Verificar se as imagens são apelativas e se foram legendadas, qual a sua qualidade, se foram utilizadas convenientemente e se o seu tamanho é adequado, se tornam o <i>website</i> muito pesado, isto é, se demoram muito tempo a carregar ou se aparecem rapidamente;
Criatividade	Perceber se o <i>website</i> apresenta alguma criatividade ou se se parece simplesmente aos milhões de outros <i>websites</i> existentes na Internet. Como é que o <i>website</i> se destaca dos outros?
Outros elementos e informações de destaque	Isto é, todos aqueles que possam diferenciar um site reforçando a sua singularidade como brochuras online, calendário com épocas festivas, apresentação de informação/imagens de forma diferente, curiosidades, voltagem energética do país, fuso horário, horários de transportes, aspetos gastronómicos, cultura regional, religião...;

Tabela 1- Critérios de análise dos *websites*

Dependendo dos grupos de trabalho, estes critérios foram analisados através de uma abordagem qualitativa ou recorrendo a escalas de Likert, traduzidas habitualmente em 5 níveis de satisfação (desde 1 - Muito insatisfatório a 5 - Muito satisfatório) ou numa escala de avaliação de 1 a 5 (1 - Mau a 5 - Muito Bom) ou de 1 a 10 (sem qualquer indicação qualificativa de cada valor).

Finalizada a análise dos *websites*, cada grupo de trabalho identificou o *website* que se destaca pela positiva e aquele que representa o pior exemplo, seguindo-se a apresentação de um leque de atributos e recomendações que deviam ser considerados no momento de desenhar o *website* do Ecoturismo em Cantanhez. A tabela 2 sistematiza o tipo de informação que devia constar.

1. Características de cada tipo de alojamento, atividades e serviços disponibilizados	
2. Preços dos serviços prestados, formas de pagamento e procedimento em caso de cancelamento da reserva	
3. Projeto de ecoturismo (identificação do projecto)	
4. Prémios/certificados recebidos pela unidade de alojamento, quer a nível ambiental, hoteleiro, restauração, etc	
5. Informação relativa às agências de viagem e operadores turísticos que operam no local e que disponibilizem o produto e, ainda, companhias aéreas;	
6. Galeria de fotos (do equipamentos de alojamento e restauração; da vida selvagem; da comunidade - forma como participa no projeto)	
7. Home page (página inicial que dará as boas vindas ou fará um enquadramento daquele projecto de forma breve)	
8. Artigos (de revista, jornal, distinções onde fale do projeto) e links (para entidades associadas e apoiantes do projeto do Cantanhez ou entidades importantes ao nível do ecoturismo e turismo sustentável)	
9. Informação o mais completa possível sobre o que o turista precisa de saber sobre o local/destino e área envolvente:	
▪ Localização	▪ Meios de transporte internacionais e locais
▪ Clima	(redes de comunicação existentes; informação sobre voos e melhor maneira de chegar ao destino; transferes e rent-a-car)
▪ Requisitos das viagens (questão do passaporte)	▪ Água potável
▪ Tipo de roupa adequado	▪ Contactos úteis
▪ Cuidados de saúde (vacinas e outras informações – como a existência de centros de saúde, horários – e recomendações – uso de protetor solar, etc.)	▪ Língua e moeda oficial (indicar locais de câmbio)
▪ Particularidades culturais	▪ Corrente elétrica (se existir)
	▪ FAQ's - Dúvidas mais frequentes
	▪ Atrações naturais e culturais

Tabela 2. Informação a incluir no website do Ecoturismo em Cantanhez.

Alguns grupos apontaram ainda algumas recomendações com o intuito de inovar ou de captar a atenção do utilizador.

Entre elas, destaca-se:

- a inclusão de um separador “As 10 coisas que não se podem deixar de fazer”, onde se referem particularidades locais, contacto natureza, as comunidades, das experiências únicas a vivenciar, as lições de vida, tudo o que poderá ser pitoresco;
- a inclusão de um separador “Testemunhos de Visitantes” (onde se poderá deixar comentários).

Por sua vez, a tabela 3 apresenta um conjunto de cuidados e indicações de cariz mais técnico a serem consideradas na conceção, apresentação e gestão dos conteúdos *website*.

1. Indicação da última atualização do website (quando houver inserção de novos textos nos diferentes menus aparecerá a palavra “Novo” no canto superior direito em letras pequenas, para que o utilizador do site se aperceba da colocação da nova informação);
2. Datação de fotografias e textos apresentados no website;
3. Tradução do site em pelo menos três línguas: Inglês, língua oficial do país e uma outra;
4. Imagens apelativas e com qualidade tendo em conta a resolução de ecrã mais comum;
5. Apresentação de uma linguagem clara e convidativa à visita ao local;
6. Colocação de um mapa com as respetivas coordenadas geográficas, com escala, com a Rosa dos Ventos e que saliente o lugar onde se localiza o destino;
7. Recorrer ao vídeo para apresentação do local, contendo sons da natureza;
8. Disponibilizar um motor de busca e o mapa do respetivo website;
9. Possibilidade do turista simular a reserva antes de efetivá-la;
10. Tamanho e tipo de letra visíveis (com tamanho e cor que a torne apelativa; proposta de tipo de letra: “Mongolian Baiti” de cor preta sendo os títulos com uma letra mais chamativa que os distinga do corpo dos textos, havendo sempre um espaçamento entre os títulos, subtítulos e textos clarificando a forma de leitura;
11. Uso de cores simples que conjuguem corretamente com todos os elementos do website (Propostas: cores adequadas à natureza, tais como o verde, o castanho e o creme);
12. Menus sempre visíveis independentemente da página que o utilizador frequentar dentro do mesmo website;
13. Possibilidade do visitante partilhar as suas experiências no website, desde fotografias a mensagens escritas (*Guest Book*) e acesso a blogs onde os visitantes dão a sua opinião acerca experiência obtida;
14. Possibilidade do turista comunicar as suas preferências alimentares;
15. Criação de um logótipo original e identificativo do projecto;
16. Criação de uma hiperligação que permita aos utilizadores a aquisição de produtos artesanais locais.

Tabela 3. Aspetos técnicos a considerar no *website* do Ecoturismo em Cantanhez.

Além disso, recomendou-se ainda que em todas as páginas de navegação:

- não existam demasiados elementos dinâmicos (para que o visitante não se distraia, ou para que não constituam um fator que fomente a perda de interesse na análise do seu conteúdo)
- exista uma música ambiente na *homepage*, relacionada com o tema, como forma de entreter o internauta, envolvendo-o na temática (sendo também essencial a existência de um ícone que permita silenciar a música, caso o internauta assim o pretenda).

Estas foram as principais informações que resultaram do estudo de mercado realizado pela turma de Turismo e Património e que foram posteriormente partilhadas com a turma de Educação Multimédia e Comunicação Social para a conceção da primeira versão do *website* do Ecoturismo em Cantanhez.

4.2. Criação do protótipo do website

Feita a análise de requisitos, passou-se então o problema a uma segunda turma, do curso de Comunicação Social e Educação Multimédia, e fez-se aos alunos a proposta de darem uma solução a este projeto de ecoturismo, desenvolvendo o produto de comunicação web (*website*). Esta proposta foi aceite por dois grupos de alunos, constituídos por 3 elementos cada, tendo então o docente feito um *briefing* onde se apresentaram os objetivos, o público-alvo e as necessidades ao nível da comunicação web. Numa primeira

fase o trabalho destes alunos consistiu no levantamento exaustivo de necessidades que se desejavam para o *site* (levantamento de informação recolhida pela turma de Turismo e Património) para, de seguida, fazerem propostas de estruturação desse *website*. A estruturação a que os alunos chegaram foi debatida com o professor, chegando-se a um consenso para uma estrutura final. De seguida os alunos passaram à fase de recolha e tratamento dos conteúdos (recolha e tratamento de textos, fotografia e alguma produção audiovisual). Finalmente, conjugando os conteúdos tratados com a estrutura, os alunos avançaram para o *storyboard de layout* (uma forma de prototipagem), submetendo-o à apreciação e aprovação do professor.

Nesta experiência pedagógica os alunos não passaram à fase de implementação do *website* uma vez que o projeto de ecoturismo teve novos desenvolvimentos no terreno, tendo-se verificado um alargamento das necessidades para o produto de comunicação *web*. Este alargamento de necessidades levou a uma alteração dos objetivos do produto *web*, fazendo com que as propostas feitas pelos alunos já não se adequassem convenientemente. Assim, teve de se reformular o trabalho, apresentando-se uma nova proposta (desta vez feita por um grupo de docentes, uma vez que o ano letivo já havia terminado) e criado um novo produto, sendo este o *website* atual do projeto (www.ecocantanhez.org).

5. CONCLUSÕES

As Instituições de Ensino Superior podem ser um parceiro importante nos projetos de cooperação, quer pelo seu *know-how* em matérias específicas, quer pelos recursos humanos e materiais que possuem para fazer estudos de investigação. Ou seja, estas instituições também têm *know-how* para produzir novo conhecimento que poderá constituir mais-valias para as especificidades dos projetos de cooperação.

No que diz respeito à missão fundamental destas instituições, a de formação de quadros superiores, os docentes podem ser encorajados a dinamizar as suas práticas letivas levando aos alunos as experiências e projetos da instituição a que pertencem. Assim, pode-se encorajar os alunos a apropriarem-se destas experiências e projetos, desenvolvendo-os e abordando-nos numa ótica de investigação científica, adicionando-lhes valor. As duas experiências pedagógicas descritas neste artigo, onde dois docentes procuraram envolver duas turmas de cursos diferentes na construção de uma solução de comunicação para uma oferta de ecoturismo na Guiné-Bissau, sugerem que estas metodologias “participativas” oferecem contributos criativos aos projetos de cooperação onde as instituições estão envolvidas, dando simultaneamente aos alunos que frequentam estas instituições uma aprendizagem em contexto real extremamente rico.

REFERÊNCIAS

- BRITO, B. 2007. *Estudo das Potencialidades e dos Constrangimentos do Ecoturismo na Região de Tombali*. Desenvolvido no âmbito do Projecto U'Anan – Construir o Desenvolvimento Comunitário Sustentável na Região de Tombali: Ecoturismo e Cidadania. Intituto Marquês de Valle Flor/Acção para o Desenvolvimento.
- OLIVEIRA, F. e SILVA, F. 2012. “Ecotourism in vulnerable regions: opportunities and obstacles to development – the case of Cantanhez, Guiné-Bissau” In Legrand, W., Simons-Kaufman, C. & Sloan, F. Eds.. *Sustainable Hospitality and Tourism as Motors for Development Case Studies from Developing Regions of the World*. UK/USA: Routledge. ISBN/ISSN: 978-012-38519-6-3/0123851963.
- OLIVEIRA, F. e SILVA, F. 2010. “Tourism as a tool of community development – Ecotourism project in Cantanhez, Guinea-Bissau”. In: Brebbia, C. & Pineda, F. eds. 2010. *Sustainable Tourism IV*. UK: WIT Press. ISBN: 978-1-84564-458-1.551-561.
- PARTIDÁRIO, M.P. (org.).1999. *Critérios para um Turismo Ambientalmente Responsável. Relatório Síntese*. Lisboa: CEPGA – Centro de Estudos de Planeamento e Gestão do Ambiente.
- RJIES. 2007. *Regime Jurídico das Instituições de Ensino Superior* – Lei 62/2007 de 10 de Setembro.
- SANTOS, F., REGO, B., OLIVEIRA, F. 2012. “Web technologies and the Promotion of Ecotourism: the case of the EcoCantanhez project in Guiné-Bissau”. 8º Congresso Ibérico de Estudos Africanos. CEIA8. Madrid, Espanha.