



UNIVERSIDADE DE ÉVORA

Escola de Ciências Sociais

**Mestrado em Relações Internacionais e Estudos Europeus**

**Dissertação de Mestrado**

*“OMT – Legitimidade internacional, europeia e nacional – o caso português”*

**Autora:**

Andreia Alexandra Varela Gama, N° 5716

**Orientador:**

Professor Doutor Miguel Rocha de Sousa

ÉVORA

Outubro / 2012



UNIVERSIDADE DE ÉVORA

Escola de Ciências Sociais

**Mestrado em Relações Internacionais e Estudos Europeus**

**Dissertação de Mestrado**

***“OMT – Legitimidade internacional, europeia e nacional – o caso português”***

**Autora:**

Andreia Alexandra Varela Gama, N° 5716

**Orientador:**

Professor Doutor Miguel Rocha de Sousa

ÉVORA

Outubro/ 2012



## **Agradecimentos**

Antes de iniciar a Dissertação, gostaria de agradecer ao meu orientador, Professor Doutor Miguel Rocha de Sousa, por ter aceite desempenhar esta função e por todo o tempo e dedicação que demonstrou desde o início. Por todo o interesse e preocupação. Pela compreensão, pelo incentivo nos momentos de mais aperto e dificuldade. Os pequenos gestos são a base de grandes recordações.

Agradeço, igualmente, ao Professor Doutor Silvério Rocha – Cunha, por no primeiro instante se ter disponibilizado a ajudar-me a encontrar um tema para a minha dissertação e por me ter indicado o Orientador.

Por fim, os meus agradecimentos dirigem-se aos meus pais, António Gama e Gilberta Gama, sem os quais a realização de mais uma etapa da minha vida académica não seria possível e, a quem agradeço, também todo o esforço para que esta Dissertação se realizasse. Por acreditarem em mim e por estarem comigo em todos os momentos. Por tudo o que me ensinaram, por caminharem, todos os dias, lado a lado comigo e por me fazerem valorizar cada conquista da vida. Os meus sucessos são, igualmente, deles.

# Índice

Agradecimentos .....	3
Resumo .....	6
Abstract .....	7
1. Introdução .....	8
2. Resumo da Literatura .....	9
3. Doutrinas fundadoras da Global Governance .....	16
4. Relações Internacionais e Turismo .....	19
5. Turismo e Globalização .....	22
6. A Organização Mundial de Turismo .....	25
6.1. Definição .....	25
6.1.1. Objectivos e membros .....	28
6.1.2. Estrutura e Estatutos .....	32
6.1.3. Eixos de actuação e preocupações .....	33
6.1.4. Porquê o turismo .....	39
7. OMT – Limites e Possibilidades .....	43
7.1 Políticas .....	43
7.2 Perspectivas .....	46
8. OMT – Legitimidade internacional, europeia e nacional .....	48
8.1 Legitimidade para actuar .....	48
8.2 Contributos dos estudos da OMT .....	50
9. O caso Português .....	52
9.1 Aplicabilidade das normas, acções e políticas a Portugal .....	56
9.2 Exemplos .....	58
9.2.1 PENT – Plano Estratégico Nacional para o Turismo - 2006-2015 .....	58
Conclusão: Análise e Reflexão Crítica .....	63
Referências Bibliográficas .....	68

## **Índice de Tabelas**

Tabela 1 – “Formas e Ratings de Democracia Transnacional para as Organizações Internacionais da Global Governance” .....	15
Tabela 2 – “Previsões das Chegadas de Turistas por Destino de Origem” .....	46
Tabela 3 – “Principais Destinos Turísticos em 2020” .....	47
Tabela 4 – “Principais Emissores Mundiais em 2020” .....	47
Tabela 5 - “Formas e Ratings de Democracia Transnacional para as Organizações Internacionais da Global Governance”, adaptada .....	51

## **Índice de Anexos**

Anexo 1 – Quadro 1. Membros Europeus da Organização Mundial de Turismo .....	72
Anexo 2 – Estatutos da Organização Mundial de Turismo .....	73
Anexo 3 – Código Mundial de Ética do Turismo .....	84

# Resumo

## **OMT – Legitimidade Internacional, Europeia e Nacional: o caso português**

### **Resumo**

O turismo assume-se como uma das mais novas modalidades do processo que tem vindo a fomentar novas configurações geográficas e a materializar o espaço. Trata-se de um dos mais importantes sectores da economia e o seu crescimento traduz-se nas receitas que proporciona, na mão-de-obra que ocupa e nos efeitos multiplicadores que induz em várias áreas. A actividade como a conhecemos hoje percorreu um longo caminho até atingir, de facto, alguma solidez e estruturação. O turismo é, no presente, uma importante actividade económica, social e política que tem ao seu dispor uma complexa rede de comunicações que tem vindo a aumentar consideravelmente a amplitude deste fenómeno que, desde então, não conhece fronteiras e se assume a uma escala global.

Assim, dada a importância deste sector, surge a necessidade de existir uma organização, a OMT (Organização Mundial de Turismo), que tenha em vista o debate das questões da política do turismo e que será objecto de estudo do presente trabalho de investigação.

**Palavras-Chave:** Legitimidade Internacional; OMT – Organização Mundial de Turismo; Turismo; Política;

# Abstract

## **UNWTO: World Tourism Organization - International, European and national legitimacy: Portuguese case study.**

**Andreia Gama**

### **Abstract**

Tourism is assumed as one of the newest forms of the economic accumulation process which has been promoting new settings and a new geographical space. It's one of the most important sectors of the economy and that has generated multiplier effects and thus induced those effects in many areas. The tourism business as we know it today has come a long way until, in fact, attained some solidity and structure. Tourism is at present an important economic social and politic activity in a global scale. Thus, given the importance of this sector, that's why tourism activity has brought the need for an organization to regulate it, the UNWTO (World Tourism Organization), whose aims and its discussion of issues of tourism policy, will be the subject of study of this work and research.

**Keywords:** International Legitimacy; Policy; Tourism; UNWTO – World Tourism Organization.

# 1. Introdução

A necessidade de existir um organismo internacional que se preocupe com as questões do turismo prende-se com o facto de o turismo se apresentar, na sua forma mais simples, como uma corrente massiva que se desloca desde um mercado de origem até um núcleo receptor, apresentando dois problemas básicos: a sua má distribuição no tempo e a sua polarização no espaço. Tal facto revela a necessidade de disciplina no contexto global onde opera o turismo, visando dotá-lo de uma racionalidade económica, política e social, que permita controlar as variáveis envolvidas, com o objectivo de obter o pleno desenvolvimento das suas potencialidades.

O estudo desta organização mostra-se pertinente no âmbito das relações internacionais graças à forma como as suas políticas podem assumir uma forte dimensão económica, social e política bem como pelo impacto que podem ter naquilo a que internacionalmente se chama *Global Governance* ou a *Governança Global*. É de igual importância referir que o aprofundar dos conhecimentos acerca da OMT é fulcral na medida em que as políticas elaboradas pela mesma, na escala internacional podem ter influência nas políticas à escala nacional.

Posto isto, são objectivos deste trabalho, analisar a estrutura da organização, bem como as intenções que levaram à sua criação e objectivos que lhe estão associados. São, igualmente, objecto de estudo possíveis fenómenos culturais e sociais e a forma como a sua própria estrutura influencia o seu funcionamento e as suas acções.

Assim, feita a análise da organização e daquilo que são os seus eixos de actuação, será elaborada uma análise focada em Portugal e à forma como as normas acções e políticas são aplicadas no caso português e em como contribuem para o bom progresso do turismo nacional.

No que se refere à sua metodologia, a mesma será de âmbito comparativo, recorrendo às teorias de Thomas Zweifel, por forma a aferir o seu desempenho e performance da OMT.

Aferir a forma como esta organização se submete ao trinómio PLA (Proximidade do cidadão, Legitimidade, *Accountability* ou Responsabilização) das Organizações Internacionais é, igualmente, objectivo deste estudo.

## 2. Resumo da Literatura

Cada vez mais o Turismo se assume como uma necessidade, pois o Homem é um ser inquieto por natureza e que, por isso, possui o desejo de evasão, a vontade de viajar e de adquirir novos conhecimentos, daí que tenha tendência a efectuar grandes deslocações a diferentes locais e com objectivos distintos. Assim, surge a necessidade de existir uma Organização que se encarregue de estruturar este sector e que se preocupe com aquilo que são as questões políticas do Turismo, daí a criação da Organização Mundial de Turismo (OMT), pois, segundo Cunha (2003), *“o seu conhecimento exige a estruturação lógica de um domínio coerente de conhecimentos consistentes que possibilitem o seu estudo, a compreensão das suas variadas dimensões e o estabelecimento de condições de gestão adequadas”*.

De acordo com Cunha (2003), *“o Turismo é um sistema complexo cujo funcionamento equilibrado depende do funcionamento de um variado conjunto de outros sistemas (que constituem os seus subsistemas) alguns dos quais com objectivos nem sempre coincidentes com os do turismo, mas que têm de ser compatibilizados entre si”*, daí que seja necessário, segundo a OMT o fornecimento de uma estrutura conceptual fundamental para a orientação do desenvolvimento de um sistema consistente. Com este objectivo em mente é preciso indicar políticas que visem um forte crescimento sustentável e não inflacionista do sector, efectuando uma planificação estratégica e criando serviços diversificados, sem esquecer a preservação dos recursos naturais, processos ecológicos e a biodiversidade.

Estudar esta organização é pertinente no âmbito das relações internacionais por permitir perceber como as suas políticas podem assumir uma forte dimensão económica, social e política bem como pelo impacto que podem ter naquilo a que internacionalmente se chama *Global Governance*. Falar em *Global Governance* ou em Governância Global é falar em Globalização.

Globalização é o processo contemporâneo de internacionalização que remonta à irrupção do capitalismo na Europa no final da Idade Média, à nova atitude científica e cultural que encarnou o Renascimento e à formação das grandes nações europeias e dos seus impérios.

Os historiadores modernos reconhecem momentos distintos no processo de globalização. Assim, uma primeira fase da globalização, de 1870 até 1913, caracterizou-se

pela elevada mobilidade dos capitais e da mão-de-obra, juntamente com um auge comercial, baseado mais numa grande redução dos custos de transporte do que no livre comércio. Esta fase da globalização foi interrompida com a I Guerra Mundial, dando lugar a um período caracterizado, primeiro, pelo fracasso em reconstruir as tendências prévias na década de 1920 e pela franca retracção do processo de globalização na década de 1930.

Após a Segunda Guerra Mundial tem início uma nova etapa de integração global. Todavia, apesar da sua continuidade, convém distinguir duas fases inteiramente diferentes neste período, cujo ponto de ruptura tem início na década de 1970, como efeito conjunto do colapso do regime de regulamentação macroeconómica definido em 1944 em Bretton Woods, do primeiro choque petrolífero, da crescente mobilidade privada de capitais, que se intensificou a partir dos dois processos anteriores, e do fim da "idade de ouro" de crescimento dos países industrializados (Marglin e Schor, 1990).

Se definirmos o fim da idade de ouro como o ponto de ruptura, podemos falar de uma segunda fase de globalização, entre 1945 e 1973, que se caracterizou pelo grande esforço para desenvolver instituições de cooperação internacional em matéria financeira e comercial, e pela grande expansão do comércio de manufacturas entre países desenvolvidos, bem como pela existência de uma grande variedade de modelos de organização económica no mundo inteiro, e por uma baixa mobilidade de capitais e de mão-de-obra. No último quarto do século XX, consolidou-se uma terceira fase de globalização, cujos atributos centrais são a gradual generalização do livre comércio, a crescente presença das empresas transnacionais no cenário mundial sob a modalidade de sistemas de produção integrados, o crescimento e a elevada mobilidade dos capitais, e uma notável tendência à homogeneização dos modelos de desenvolvimento, além da subsistência de restrições aos movimentos da mão-de-obra.

As raízes deste longo processo nutrem-se na sucessão de revoluções tecnológicas, particularmente aquelas que conseguiram reduzir os custos de transporte, informação e comunicações. A diminuição radical do espaço, no sentido económico do termo, é o efeito acumulado da redução dos custos e do desenvolvimento de novos meios de transporte. Por sua vez, a informação em "tempo real" apareceu, pela primeira vez, com o telégrafo, e desenvolveu-se posteriormente, com o telefone e a televisão. Todavia, o acesso maciço à mesma é uma característica das tecnologias recentes da informação e comunicações, que conseguiram reduzir radicalmente os custos de acesso.

Os progressos no transporte, informação e comunicações fazem parte de um conjunto mais amplo de inovações tecnológicas que permitiram avanços sem precedentes na

produtividade, no crescimento económico e no comércio internacional. Nos países europeus, o grande capital esteve associado ao comércio internacional desde as origens do capitalismo moderno (Braudel, 1994).

A internacionalização da produção das empresas remonta ao final do século XIX, como subproduto dos processos de concentração económica nos países industrializados, de onde provêm até hoje as grandes empresas transnacionais. A partir da década de 1970, estendeu-se a subcontratação internacional das tarefas mais intensas em mão-de-obra (montagem). Este desenvolvimento foi possível graças à redução dos custos do transporte e à regulamentação comercial nos países industrializados. Este constituiu o primeiro passo para o desenvolvimento de sistemas de produção integrados, que permitem segmentar o processo produtivo nas suas diversas etapas (“desmembramento da cadeia de valor”) e especializar fábricas ou empresas subcontratadas localizadas em vários países na produção de componentes, fases do processo produtivo e montagem de modelos particulares.

Essas mudanças na estrutura da produção e comércio aumentaram a importância das grandes empresas ou conglomerados empresariais. Existe, de facto, uma relação estreita entre o surgimento dos sistemas integrados de produção e o aumento dos fluxos de comércio e de investimento estrangeiro directo e o papel cada vez mais importante das empresas transnacionais. O factor essencial foi, sem dúvida, a liberação do comércio, dos fluxos financeiros e dos investimentos nos países em desenvolvimento, que se acelerou nas duas últimas décadas. Estes fenómenos contribuem para explicar a grande onda de investimentos estrangeiros e a concentração da produção em escala mundial que caracterizou a última década do século XX.

Assim como no caso do comércio, as transacções financeiras internacionais fizeram a sua aparição na Europa desde as próprias origens do capitalismo moderno (Kindleberger, 1984; Braudel, 1994).

No século XIX, Londres era o principal centro financeiro internacional e, sob a sua liderança, se consolidou o padrão-ouro como sistema de pagamentos internacionais e regulamentação macroeconómica. Paris foi o seu competidor mais próximo e, no início do século XX, somou-se Nova Iorque. A "emissão de capital" de grandes projectos, especialmente de infra-estruturas e recursos naturais, e a criação de um mercado internacional de bônus da dívida pública foram as modalidades dominantes dos movimentos internacionais de capitais de longo prazo da primeira fase da globalização. A elas se agregou o financiamento do comércio internacional, em torno do qual surgiu uma incipiente rede bancária internacional. As modalidades de financiamento de longo prazo

estiveram expostas a crises recorrentes, e praticamente cessaram com a depressão mundial da década de 1930 e o colapso do padrão-ouro. O acordo de Bretton Woods, de 1944, para criar um sistema multilateral de regulamentação macroeconómica baseado em taxas de câmbio fixas mas reajustável, e o apoio financeiro aos países que enfrentavam crises do balanço de pagamentos, assim como o surgimento dos bancos oficiais de financiamento internacional, tanto nacionais (bancos de exportações e importações) como multilaterais (Banco Mundial e, posteriormente, o Banco Interamericano de Desenvolvimento e outros bancos regionais), foram as respostas a este facto.

Ao nível do que é a dimensão política da Globalização, as relações políticas internacionais também sofreram mudanças de grande envergadura nas últimas décadas. O fim da Guerra Fria marcou uma forte reviravolta no clima imperante entre Estados soberanos. Por outro lado, a exacerbação de vários conflitos localizados e sua maior visibilidade provocaram tensões internacionais de natureza muito distinta das prevalecentes anteriormente. Estas tendências já se faziam notar desde a década de 1970, mas consolidaram-se na última década do século XX, em especial com as profundas transformações ocorridas após a queda do Muro de Berlim. O acentuar da primazia dos Estados Unidos, os esforços europeus para criar um bloco capaz de manter um papel de protagonista na economia e na política mundial, o surgimento da China e da Índia e a abrupta transição dos países socialistas foram as suas expressões mais notáveis.

Estas profundas mudanças políticas acontecidas no mundo outorgaram à democracia representativa uma preponderância nunca vista. Os princípios do pluralismo e da alternância no poder, da vigência da divisão de poderes do Estado, da eleição de autoridades como base de legitimidade e do reconhecimento da maioria e do respeito das minorias, orientaram o discurso político e passaram a ser aplicados de maneira muito mais generalizada.

Apesar das dificuldades, é aceite que a democracia é a melhor maneira de se estabelecer uma agenda de desenvolvimento e que o bom governo se caracteriza pela melhoria na elaboração, gestão e avaliação das políticas públicas, entendidas como a unidade analítica e operacional do governo. Contudo, os governantes e os líderes políticos encontram-se submetidos à tensão de conseguir um amplo apoio local e, simultaneamente, respeitar as rígidas regras derivadas de formas específicas de globalização. Neste sentido, pode-se afirmar, de maneira categórica, que é necessário fomentar a democracia como valor universal se não se permite aos processos nacionais de representação e participação

influenciar na determinação das estratégias de desenvolvimento económico e social e mediar eficazmente as tensões próprias do processo de globalização.

A globalização também pode contribuir para o surgimento e valorização de vantagens comparativas ambientais, tais como a utilização sustentável de capital natural de valor económico (florestal, pesqueiro, turístico), ecológico (sumidouro de carbono e outros contaminantes) ou bem de valor estético, histórico e científico. Isto pode dar origem a inúmeras políticas vinculadas com o desenvolvimento do ecoturismo, a pesquisa de novos medicamentos, a utilização do conhecimento empírico sobre planeamento de recursos naturais e propriedades económicas da biodiversidade local, a utilização da oferta ecológica regional (por exemplo, biomassa e recursos naturais), o aproveitamento produtivo de nichos ecológicos únicos, e a negociação internacional em torno de serviços ecológicos regionais de interesse global. No âmbito nacional, a globalização pode melhorar a qualidade das políticas públicas, ao aumentar os custos da implantação de estratégias não-sustentáveis com repercussões negativas sobre o desenvolvimento a longo prazo. Os riscos incluem, por sua vez, a possibilidade de perder vantagens comparativas tradicionais, sem que necessariamente se obtenham outras vantagens novas.

Os processos ambientais globais, por definição, afectam todos os países. Todavia, os países pequenos, situados em zonas tropicais, em particular os insulares, são mais vulneráveis às mudanças ambientais globais, como bem o ilustra os desastres provocados por fenómenos naturais. Além disso, na ausência de políticas internacionais e nacionais deliberadas, pode-se prever um aumento na tendência à sobre exploração de certos recursos naturais, subutilização de outros e exteriorização dos custos ecológicos dos grandes contaminadores para a região.

A globalização também representa no terreno não-económico, oportunidades inéditas. A expansão dos valores globais, a luta pelo direito a ser diferente e a criação de mecanismos internacionais de defesa da cidadania são acontecimentos notáveis, que se reflectem nos avanços, sem dúvida insuficientes, dos direitos humanos, da democracia, da igualdade entre os sexos e do respeito à diversidade étnica. A ruptura de estruturas arcaicas de dominação e o controle do abuso de poder no âmbito nacional devem ser considerados como avanços da era global, embora não isentos de tensões associadas à ausência de canais que permitam, em alguns casos, legitimar as acções internacionais e atenuar os imensos desequilíbrios de poder no âmbito mundial.

Esta agenda global deve incluir tanto a provisão de bens públicos globais, como a correcção das grandes desigualdades e assimetrias internacionais. A estrutura internacional

apresenta, em primeiro lugar, um contraste entre o desenvolvimento dinâmico dos mercados e na construção de uma governabilidade global, que tem conduzido a uma oferta de "bens públicos globais" (Kaul, Grunberg e Stern, 1999).

Aprofundar os conhecimentos acerca da OMT é fulcral na medida em que as políticas elaboradas pela mesma numa escala internacional podem ter influência nas políticas à escala nacional. De acordo com Cohen (2006), no contexto da globalização, o neo-mercantilismo baseia-se no conceito de "*competência mundial*", vindo a ser uma "*guerra económica*" entre os países. Diz-se que a protecção às empresas nacionais e o apoio à sua competitividade nos mercados mundiais é proveitosa para a economia nacional.

De acordo com Zweifel (2006) é importante aferir a forma como esta organização se submete ao trinómio PLA (Proximidade do cidadão, Legitimidade, *Accountability*) das Organizações Internacionais, pois como o autor refere na sua obra "Internacional Organizations and Democracy", abordar organizações internacionais levanta, inevitavelmente, questões como:

1ª) Podem as organizações internacionais representar os problemas da humanidade e procurar solucioná-los? Até que ponto conseguem fazê-lo?

2ª) Se a humanidade sofre com falta de democracia, como podem a organizações contribuir para mais democracia?

3ª) Como proporcionar às instituições mais legitimidade para agir?

Atentemos na tabela que se segue, adaptada de Zweifel, no âmbito do trinómio PLA.

**Tabela 1.** “Formas e ratings de Democracia transnacional para as Organizações Internacionais na Global Governance”

Dimensão	Organiz. Globais		Organizações Funcionais			Organizações Regionais					
	ONU	ICC	BM	FMI	OMC	UE	OUA	UA	NAFTA	NATO	ASEAN
Nomeação	-1	0	0	-1	0	+1	-1	-1	0	0	-1
Participação	-1	+1	0	0	-1	+1	-1	0	0	-1	0
Transparência	0	0	0	0	-1	0	-1	0	0	0	0
Afirmação	0	+1	+1	-1	0	+1	-1	-1	-1	-1	-1
Anular/Negar	-1	0	-1	-1	+1	+1	0	0	0	0	-1
Monitorar	-1	0	0	0	-1	+1	-1	0	0	0	0
Independência	-1	+1	-1	0	0	-1	-1	0	-1	0	-1
<b>Rating Total</b>	<b>-5</b>	<b>+3</b>	<b>-1</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>+4</b>	<b>-6</b>	<b>-2</b>	<b>-2</b>	<b>-2</b>	<b>-4</b>
<b>Ranking</b>	11	3	4	9	5	1	12	5	5	5	10

Fonte: Zweifel, Thomas (2006) - *International Organizations & Democracy*, pág. 177

Zweifel pretende demonstrar a forma como se estruturam as organizações e a forma eficaz, ou não, como actuam no cenário global.

Por sua vez, o estudo do caso português é importante já que, de acordo com Daniel (2008), Portugal ocupa, actualmente, o 15º lugar, numa lista de 130 países, no ranking de competitividade do sector turístico. A nível internacional, a imagem do turismo português também é vista de forma positiva, contudo o turismo em Portugal será abordado mais à frente.

### 3. Doutrinas Fundadoras da Global Governance

A Comissão sobre Governança Global da ONU define Governança como “ *a soma das várias maneiras de indivíduos e instituições, público e privado, administrarem os seus assuntos comuns. Ao nível global, Governança era vista primeiramente como sendo apenas as relações intergovernamentais, mas hoje já pode ser entendida como envolvendo organizações não-governamentais, movimentos de cidadãos, corporações multinacionais e o mercado de capitais global.*”

Até o final dos anos 80, o termo Governança Global não era um termo usual. Com o fim da Guerra Fria é que, juntamente com o crescente interesse mundial no processo de democratização, emergiu também uma preocupação com as instituições e com a questão da governança. Os estudiosos começaram a ver governança como uma condição necessária para reformas efectivas e também para nova retórica sobre participação e responsabilidade democráticas.

A Governança, mesmo em nível global, necessita de liderança. A Comissão de Governança da ONU salienta que essa liderança pode vir em diversas formas: governos, sozinhos ou em grupos, podem perseguir grandes objectivos; indivíduos podem colocar sua reputação em favor da inovação internacional; e organizações internacionais podem favorecer o surgimento de atores que exerçam esse papel.

De entre as doutrinas fundadoras da Global Governance, encontram-se: o *Liberalismo*, o *Realismo*, o *Construtivismo Social* e o *Neo-marxismo*.

O Liberalismo é a atitude, filosofia, ou movimento que tem como ideia base o desenvolvimento da liberdade individual e do progresso social. Nos nossos dias normalmente pensa-se que o liberalismo e a democracia têm objectivos comuns, mas no passado muitos liberais consideravam a democracia "doente" porque encorajava a participação em massa na política. Todavia, o liberalismo eventualmente ficou identificado com os movimentos de modificação da ordem social, através da maior extensão da democracia.

Para Tocqueville (Representante típico do liberalismo continental), as condições de defesa e preservação desta liberdade ordeira são a descentralização e as liberdades locais, a proliferação de associações de interesses exteriores e independentes do Estado-Administração e a "paixão do bem público" como espírito dominante na classe política.

Tocqueville considera a democracia como inimiga da liberdade, pois tende a tomar o Estado responsável pela igualdade e esta era um "atentado".

Uma distinção deve ser feita entre liberalismo, em que a mudança social é concebida de uma forma gradual, flexível e adaptativa e radicalismo, em que a mudança social é considerada fundamental e baseada em novos princípios de autoridade.

O destino do liberalismo num dado país é normalmente condicionado pelas características da forma de governo prevalente.

Por exemplo, em países em que as autoridades políticas e religiosas são separadas, o liberalismo conota-se, maioritariamente com as reformas políticas, económicas e sociais; nos países em que existe um Estado-Igreja, ou em que a Igreja influencia politicamente, o liberalismo conota-se principalmente com o anticlericalismo. Na política nacional, os liberais opuseram-se às restrições feudais que não deixam que o indivíduo se liberte de um baixo status social; às barreiras como a censura que limitam a liberdade de expressão; e ao poder arbitrário exercido sobre o indivíduo pelo Estado.

Na economia, os liberais atacaram os monopólios e as políticas mercantilistas que sujeitavam a economia ao controlo do estado. Defendiam uma ideologia política, social e económica caracterizada pelo "primado da soberania popular e da vontade geral, aplicação estrita do princípio do "laissez faire, laissez passer"<sup>1</sup>.

Em suma, o Liberalismo assumiu-se como uma corrente política que se afirmou na Europa, mas também na América do Norte a partir de meados do século XVIII. Combate o intervencionismo do Estado em todos os domínios. Na economia defende a propriedade e a iniciativa privada, assim como a auto-regulação económica através do mercado. Na política preconiza um Estado mínimo confinado a simples funções judiciais e de defesa.

Por sua vez, o Realismo apresenta-se como uma doutrina filosófica e uma corrente estética e literária que procura a conformação com a realidade. As suas características estão intimamente ligadas ao momento histórico, reflectindo as novas descobertas científicas, as evoluções tecnológicas e as ideias sociais, políticas e económicas da época.

O Realismo preocupa-se com a verdade dos factos, a realidade concreta, a explicação lógica dos comportamentos. Procura ver a realidade de forma objectiva e surge

---

<sup>1</sup> "laissez faire", doutrina económica e política que defende que um sistema económico funciona melhor quando não há interferência do governo. É baseado no princípio que a ordem económica natural tende (quando não há perturbações por estímulos artificiais ou regulações), para assegurar o máximo bem-estar para o indivíduo e para a comunidade. Os princípios do "laissez faire" foram formulados pelos fisiocratas franceses no séc. XVIII em oposição ao mercantilismo.

como reacção ao idealismo e ao subjectivismo emocional românticos. Como movimento da arte e da literatura, procura representar o mundo exterior de uma forma fidedigna, sem interferência de reflexões intelectuais nem preconceitos, e voltada para a análise das condições políticas, económicas e sociais.

O Construtivismo Social é o nome com que se passou a designar o movimento de crítica à Psicologia Social “modernista”. Trabalhando na busca por uma interpretação Marxista do processo educativo, o psicólogo e filósofo russo Lev Vigotski (1896-1934), enfatizou o papel da comunidade na construção do conhecimento, através de um processo chamado sócio-histórico.

O aspecto social do trabalho de Vigotski afirma que, embora o ser humano tenha potenciais inatos de conhecimento e cognição, as funções psicológicas superiores tipicamente humanas, que, segundo Oliveira (1997) envolvem o controlo consciente do comportamento, a acção intencional e a liberdade do indivíduo em relação às características do momento e espaço presentes e decorrem, em grande maioria, de um processo de aprendizagem e desenvolvimento social. Por outras palavras, um ser humano criado em completo isolamento da cultura e sociedade humana não desenvolve capacidades cognitivas básicas típicas do "ser humano".

O chamado neo-marxismo tem um cunho essencialmente italiano, distinto do revisionismo alemão ou austríaco. Baseia-se numa tradição de leitura hegeliana de Marx, protagonizada, em primeiro lugar por Antonio Labriola, que recebeu os contributos de Croce e até de Gentile e foi, depois, consagrada por Gramsci, sendo continuada por Galvano della Volpe e Lucio Coletti.

Tornou-se fundamental a tese de Gramsci sobre o entendimento da sociedade civil como o domínio das super-estruturas culturais e ideológicas, considerando-se que nesta, enquanto conjunto dos organismos privados, reina a hegemonia, como o predomínio ideológico dos valores e normas burguesas, já na sociedade política, ou Estado, dá-se a dominação directa ou comando, com identificação entre Estado e Governo.

Em síntese, Global Governance consiste na concepção político-ideológica de uma nova ordem mundial caracterizada por um sistema transnacional de gestão (leis e instituições) estabelecido por um pacto global, cuja autoridade normativa e executiva supera a soberania absoluta dos Estados-Nação, para solução dos problemas de âmbito nacional (globalização económica, criminalidade internacionalizada, pobreza, fome e doenças mundiais, direitos humanos e meio-ambiente), para a preservação da paz e promoção da prosperidade geral.

## 4. Relações Internacionais e Turismo

No mundo actual, nenhuma nação existe em isolamento económico, situação que os economistas chamam autarcia<sup>2</sup>, não coexistem totalmente fechados, estas têm alguns fluxos económicos com outros parceiros. Todos os aspectos da economia de um país – indústrias, sectores de serviços, níveis de rendimento e emprego, padrões de vidas – estão vinculados às economias dos seus parceiros comerciais. Esse vínculo assume a forma de movimentos internacionais de bens e serviços, mão-de-obra, empreendimentos, fundos de investimento, tecnologia. A actual interdependência entre os países reflecte a evolução histórica de ordem económica e política. É frequente dizer-se que o processo de Globalização é responsável pela grande parte dos benefícios ou prejuízos que assolam as sociedades contemporâneas. Cada vez mais se assume a importância dos acontecimentos da esfera internacional como factos que influenciam activamente o quotidiano. A internacionalização corresponde ao aprofundamento das relações comerciais entre as nações.

Uma maior integração a nível global implica que as sociedades em que vivemos hoje estejam envolvidas em resolver os problemas de cidades diferentes e por vezes mais longínquas bem como estar empenhadas na procura de uma solução para os eventuais conflitos existentes, já que a própria política, cultura e economia de outro país influencia o país onde nos inserimos, embora, frequentemente, isso seja difícil de compreender. Para tal, é necessário estudar aquilo que são e que implicam e envolvem a relações internacionais, isto se quisermos compreender como se processa ou funciona o mundo fora da nossa esfera nacional.<sup>2</sup>

Segundo Keohane (S.D.), “o *nosso objectivo deve ser ajudar as comunidades a entender a necessidade de uma boa gestão n um mundo parcialmente globalizado e encontrar os princípios que fariam esta gestão legítima*”, daí que as relações internacionais se encarreguem do estudo das estruturas, processos, instituições, actores e normas que, indubitavelmente, caracterizam o sistema internacional onde nos inserimos. Com o passar dos últimos tempos, as mudanças políticas ocorridas no âmbito mundial, fizeram com que temas globais passassem a ser alvos de reflexões e debates internacionais

---

<sup>2</sup> Autarcia - sociedade que, do ponto de vista económico, se basta a si mesma. Dicionário da Língua Portuguesa

e que são, igualmente, objectivos a atingir pelo PNUD – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento, tais como: direitos humanos, narcotráfico, movimentos migratórios, conflitos étnicos e a exclusão social, entre outros, daí que a relação entre turismo e as organizações internacionais seja perfeitamente e cada vez mais possível de se fazer, já que o turismo permite uma maior mobilidade e o estreitamento das relações, como aliás, segundo o PNUD (2009), *“baixar as barreiras que se interpõem às deslocações e melhorar o tratamento dedicado àqueles que se deslocam poderão trazer grandes vantagens para o desenvolvimento humano”*.

Os grandes problemas sociais contemporâneos estão cada vez mais relacionados com as decisões práticas tomadas pelo Homem, através das suas organizações políticas, económicas, religiosas, militares e sociais. A obtenção do pleno emprego, a generalização da educação, o ordenamento do território, a conservação do meio ambiente e o aumento demográfico são exemplos de problemas actuais onde é possível actuar com antecedência de forma a poder influenciar a sua evolução futura.

O homem apresenta duas características principais que são: a liberdade e a sociabilidade. Ao despertar para a condição que o faz único entre os outros elementos da natureza, isto é, a possibilidade de optar, de dizer sim e não, de produzir ou construir o seu próprio destino, ele dá um salto de qualidade e consciencializa-se do imperativo da sociedade, não como uma vontade sua mas sim pela própria condição humana.

A construção da sociedade necessita de uma certa organização e hierarquia, sendo que estas, são consequências das relações de poder. É o homem que, associando-se com outros homens e relacionando-se com a natureza, constrói ao abrigo dos mais diversos paradigmas científicos, políticos, económicos, sociais, éticos, enfim, culturais; o conhecimento. Este, contribui para a compreensão do homem com relação ao ambiente, a si próprio e também da própria sociedade. É então, na evolução histórica do conhecimento e da própria sociedade humana, que verificamos o surgimento dos conceitos de sociedade civil e sociedade política. Com o Turismo, não é diferente. Trata-se de um sector onde as relações entre os países e cujo crescimento e interesse económico é, inevitavelmente, condicionado pela estrutura geopolítica onde se insere.

Ao tratar-se da análise de uma actividade económica relativamente recente na história da humanidade, isto é, da actividade turística, deve-se fazê-lo com um certo cuidado, pois, embora como actividade económica seja recente, traz fenómenos tão antigos como a própria civilização no seu devir histórico, e na sua materialização concreta sobre a

superfície da Terra, através do conhecimento do território, da sua gestão e relações com o crescimento e a deslocação dos grupos sociais.

Foi no século passado, em pleno desenvolvimento da revolução industrial e do capitalismo liberal, que Cook, em 1841, aproveitando-se das facilidades provocadas pelo desenvolvimento dos transportes e comunicações, relacionou estes, a factores como hospedagem e alimentação de qualidade, surgindo então a actividade turística propriamente dita.

À medida que evoluiu os aspectos políticos, económicos, sócio - culturais e tecnológicos da sociedade capitalista, evoluiu a actividade turística, enquanto actividade económica ligada a fracções da burguesia comercial e financeira. Chega-se assim, ao chamado turismo organizado, destinado a um mercado consumidor.

Segundo Ferraz, “ *os factores motivadores são os mais diferentes possíveis como por exemplo, lazer, eventos, negócios, visita a familiares, etc. O crescimento desse mercado requer o planeamento e implante de uma política específica, inserida na política social e económica nacional. Essa acção, em todos os países onde é praticada, foi desencadeada e é coordenada pelo Estado. A execução dessa acção exige uma determinada intervenção jurídica, consistente em normas de conduta obrigatória para quem actua no mercado turístico. Deve integrar um processo de planeamento sectorial, sendo representada por um conjunto de regras que compõem o regime jurídico do turismo.*”

A actividade turística, enquanto actividade económica, proporciona o desenvolvimento de novas visões de mundo já que, para Rodrigues “*de forma espontânea ou planeada, o turismo está subordinado às políticas públicas, à iniciativa privada ou à parceria de ambas. Pode estar submetido aos centros de decisão do capitalismo corporativo hegemónico a nível global, assim como, pode manifestar-se pontualmente, assumindo um carácter doméstico e artesanal*”.

## 5. Turismo e Globalização

*“A “globalização” está na ordem do dia; uma palavra da moda que se transforma rapidamente em um lema, uma encantação mágica, uma senha capaz de abrir as portas de todos os mistérios presentes e futuros. Para alguns, “globalização” é o que devemos fazer se quisermos ser felizes; para outros, é a causa da nossa infelicidade. Para todos, porém, “globalização” é o destino irremediável do mundo, um processo irreversível.”*

**BAUMAN (1999)**

Há quem defenda que a Globalização não é algo dos tempos modernos, mas sim um processo desencadeado durante o período da Idade Média.

Focalizando este movimento na dimensão turística, este fenómeno tem contribuído de forma significativa para a afirmação do turismo internacional. É, sem dúvida, o desenvolvimento dos transportes e o aumento do rendimento disponível e do tempo livre, um dos factores que mais tem contribuído para a afirmação do Turismo como indústria do século XXI. Este facto tem sido defendido pela própria OMT que sugere a supressão dos vistos ainda utilizados por alguns destinos. A União Europeia é disto um bom exemplo com as medidas inerentes ao Acordo de Schengen, convenção entre países europeus sobre uma política de livre circulação de pessoas no espaço geográfico da Europa.

Assim, com a afirmação do processo de globalização, em todas as suas dimensões, com todas as suas vantagens e consequências inerentes, é necessário acautelar os efeitos sobre a actividade turística. Se por um lado, a globalização funciona como um forte estímulo à actividade turística, por outro lado, é necessário ter em atenção os riscos que esta acarreta para uma actividade que tem como base de sustentação, e de dinamização, a diversidade e o perfil único de cada um dos destinos, bem como a autenticidade dos mesmos. Na verdade, o visitante quando viaja pretende evoluir os seus conhecimentos.

Na realidade, a Globalização contribui fortemente para o crescimento económico dos diversos países. No entanto, o que se assiste é que muitos dos destinos, sobretudo do Hemisfério Sul, são transformados em resorts dos países mais ricos,

especialmente aqueles que são considerados mais exóticos, como é o caso das Caraíbas, entre outros.

Na relação entre o turismo e a globalização, verifica-se que a sua concretização, muitas das vezes, dá-se pela entrada de marcas internacionais nos territórios nacionais, sobretudo no sector do alojamento. Numa visão mais específica, e pela importância económica e social do sector, este fenómeno é mais frequente nos destinos dos países em desenvolvimento, que dependem da actividade turística para desenvolverem as suas infra-estruturas básicas. Aqui, e pela necessidade, assiste-se muitas das vezes a uma permissividade quase ofensiva, das autoridades locais que, em nome do desenvolvimento, muitas das vezes ignoram o atropelamento das normas e dos regulamentos nacionais para tornarem mais competitivos e atractivos os respectivos destinos. Desta forma, assiste-se muitas das vezes à criação de “isolamentos turísticos” onde as populações locais são relegadas para segundo plano, sendo privilegiada a estada dos turistas, à custa do uso e abuso dos recursos locais. Assim, muitas das vezes o que se pretendia alcançar pelo impulsionamento da actividade turística acaba por nunca se concretizar. Pelo contrário, é agravado ainda mais o fosso que separa as duas realidades. Na verdade, em muitos casos as marcas internacionais desempenham o seu papel na afirmação dos destinos turísticos emergentes. São um sinal de confiança para os turistas, garantem um determinado nível de serviço e de assistência que seria difícil de assegurar caso estas não existissem. No entanto, noutros casos, essas marcas, e as lógicas de exploração que a elas estão associadas, não disponibilizam ao visitante as “chaves” correctas do território e das suas populações. Pelo contrário, estas “vivências” muitas vezes são remetidas para uma certa “folclorização” da cultura local. Oferecem-se aos turistas actividades programadas despojadas de qualquer essência. Nestes casos, quando o turista regressa ao seu local de residência habitual, o que recorda das suas férias é simplesmente “uma estada agradável num resort com tudo incluído”, não criando laços afectivos com o destino. Desta forma, a população e o próprio território não beneficiam das potenciais mais-valias do desenvolvimento turístico, antes pelo contrário, podem ser geradas relações de conflito e de desagrado entre os visitantes e os anfitriões, muitas das vezes com consequências sérias. Os turistas, por seu turno, não geram afinidades com os destinos e não se fidelizam, o que acaba por se tornar num problema para o sector.

Paralelamente, também se assiste à presença das mesmas marcas internacionais em destinos já afirmados e reconhecidos. Assim, muitas vezes a sua existência é, para as autoridades responsáveis, um argumento de reconhecimento da qualidade das suas ofertas turísticas.

## 6. A Organização Mundial de Turismo

### 6.1 Definição

A Organização Mundial de Turismo (OMT), é uma organização internacional de carácter intergovernamental. É especializada, pertencente às Nações Unidas, bem como a responsável por conduzir o turismo a nível internacional. É como um fórum global para as políticas do turismo e um recurso para a aquisição de novos e actualizados conhecimentos no sector.

A OMT desempenha um papel central e determinante no desenvolvimento e promoção de práticas de um turismo responsável e sustentável, bem como presta especial atenção aos interesses para o desenvolvimento dos países. Incentiva, igualmente, a implementação de um código global de éticas para o Turismo, de forma a mostrar aos países membros quais as melhores estratégias e políticas para maximizar, positivamente, a economia e de que modo pode o turismo ser benéfico e surtir efeitos a nível social e cultural.

A OMT tem como membros 154 países, 7 territórios e 400 membros filiados representantes do sector privado, instituições educacionais, associações de turismo e autoridades do turismo local.

A OMT define o Turismo como um fenómeno que compreende as actividades de viagens de pessoas e alojamento em locais fora do seu ambiente usual durante não mais do que um ano consecutivo, por lazer, negócios ou outros motivos.

A Organização Mundial de Turismo (OMT) é um órgão consultor oficial da Organização das Nações Unidas e tem o objectivo de promover e desenvolver o turismo no mundo (Goeldner 2002). A sua relação com a ONU mostra como este sector é importante para o crescimento e desenvolvimento mundial.

As principais metas da OMT são o estímulo ao crescimento económico através do turismo e suas áreas relacionadas tanto infra-estruturais (saneamento básico, educação, pavimentação, transporte) como super-estruturais (hospedagem, museus, parques, restaurantes). Estas metas devem focar-se na ampliação de empregos directos e indirectos, proteger o meio ambiente e o património cultural através de políticas sustentáveis, dirimir

os impactos negativos do turismo como a capitalização de recursos nos países em desenvolvimento, a mercantilização da cultura e os conflitos entre turistas e população local. A organização ainda é reconhecida pelos estudos que realiza, possuindo relatórios de avaliação e previsão.

O Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) além de ratificar as metas da OMT serve também para desenvolver projectos, estatísticas e análise do mercado, promovendo a troca de experiências entre os seus membros e procura fomentar o combate à pobreza e promover o desenvolvimento económico e social sustentado a longo prazo. A OMT tenta, portanto, contribuir para o turismo mundial através da eliminação ou redução de medidas governamentais, bem como padronização de exigências de passaporte, acesso aos viajantes e segurança.

Alguns projectos específicos do PNUD ocorrem no Caribe, Cancún e Europa de Leste. Exemplos concretos, segundo Goeldner (2002), seriam a rota da seda, contando com 16 países da Ásia e Europa e a rota dos escravos, locais visitados por Marco Pólo. Outro ponto importante, sob coordenação da OMT é o projecto da padronização dos currículos internacionais, que possibilita a troca de experiências dos estudantes dentro da área de formação do Turismo.

Estas são algumas das actividades desenvolvidas pela OMT, evidenciando-se assim a sua importância no cenário mundial e a sua representatividade. Indícios claros que o turismo, apesar de ser entendido como um momento de lazer, possui uma força política grande, daí a necessidade de um campo de conhecimento autónomo, que viabilize as diversas actividades de lazer que estão sob sua influência em determinado território.

Outro grande representante mundial do turismo é o seu conselho. O Conselho Mundial de Viagem e Turismo (WTTC). O WTTC é coordenado por um comité executivo de 15 membros. Os seus objectivos são o de coordenar e pesquisar as tendências do mercado turístico, os impactos económicos, a oferta e a procura nos países emergentes, os cenários futuros para o mercado do turismo, as políticas governamentais dos diferentes países do mundo, enfim, análise detalhada do turismo através dos seus relatórios e pesquisas.

Pode-se dizer que a OMT possui uma visão ampla do turismo, pensando em aspectos culturais, sociais, ambientais, inter-raciais e educacionais, já o conselho tem uma componente económica fundamental, pois os seus relatórios servem como orientação para os grandes investidores da área de turismo.

Desde 27 de Setembro de 1980, que é celebrado pela Organização Mundial do Turismo como o Dia Mundial do Turismo. Foi estabelecido pela terceira conferência da Assembleia Geral da OMT em Torremolinos (Espanha), em Setembro de 1979.

## 6.1.1 Objectivos e Membros

A OMT é composta pelos órgãos seguintes:

- Assembleia-Geral: reúne de dois em dois anos. É composta por membros efectivos e membros associados. Os membros afiliados e representantes de outras Organizações Internacionais participam apenas como observadores.

A mais recente Assembleia-Geral, a 19ª, decorreu em Gyeongju, na República da Coreia, entre 8 e 14 de Outubro 2011.

- Comissões Regionais: existem seis Comissões Regionais (África, Américas, Sudeste Asiático e Pacífico, Ásia do Sul, Europa e Médio Oriente) que se reúnem pelo menos uma vez por ano. Cada comissão regional é composta por todos os membros efectivos e todos os membros associados da sua região. Portugal integra a Comissão Regional da Europa. Os membros afiliados da região participam nos trabalhos na qualidade de observadores.

A 53ª Comissão Regional para a Europa realizou – se em Gyeongju, na República da Coreia, na manhã de 9 de Outubro de 2011.

- Conselho Executivo: Órgão de direcção da OMT que reúne pelo menos duas vezes por ano e é composto por 30 membros, eleitos pela Assembleia-Geral (1 membro por cada 5 membros efectivos de cada região) e ainda a Espanha, membro permanente, por ser o país onde se localiza a sede da Organização.

Os representantes dos membros associados e dos membros afiliados participam nas sessões do Conselho como observadores.

A 90ª Sessão do Conselho Executivo teve lugar em Mombaça, Quénia, entre 19 e 21 de Junho de 2011.

No âmbito dos trabalhos da 19ª Assembleia-Geral, em Gyeongju, na República da Coreia, decorrerão duas Sessões do Conselho Executivo: a 91ª, na tarde de 9 de Outubro,

antecedendo a Assembleia-Geral, e a 92<sup>a</sup>, que se realizará após os trabalhos da Assembleia-Geral.

- Comitês: Os comitês especializados constituídos por Membros da OMT, dão parecer sobre a gestão e o conteúdo do programa. Destacando-se, entre outros, o Comité de Orçamento e Finanças, o Comité de Estatísticas e Conta Satélite do Turismo, o Comité de Mercados e Competitividade, o Comité de Desenvolvimento Sustentável do Turismo, o Comité Mundial de Ética do Turismo e o Comité responsável pela análise das candidaturas à qualidade de Membro Afiliado.

- Secretariado: Dirigido pelo Secretário-Geral, Taleb Rifai (Jordânia), desde 1 de Janeiro de 2010, conta com cerca de 110 funcionários, na Sede da OMT, em Madrid.

O Secretário-Geral é coadjuvado, desde Janeiro de 2010, por três Directores Executivos:

- Márcio Favilla Lucca de Paula (Brasil) Director Executivo para as Relações Externas e Parcerias da OMT;
- Frédéric Pierret (França) Director Executivo para o Programa e Coordenação da OMT;
- Zoltán Somogyi (Hungria) Director Executivo para as Relações com os Membros e Serviços da OMT.

As línguas oficiais da OMT/UNWTO são o inglês, o árabe, o francês, o russo e o espanhol.

Actualmente, da agenda política da OMT fazem parte temas como: os Objectivos de desenvolvimento do milénio; o desenvolvimento de um turismo responsável, sustentável e acessível a todos, com especial atenção aos países em desenvolvimento; a implementação do código mundial de ética do turismo; a avaliação económica do turismo (Conta Satélite), a formação e a gestão de conhecimentos.

Passemos, então, à explicação dos temas que fazem parte da agenda política da OMT. Os objectivos de desenvolvimento do milénio, surgem da Declaração do Milénio, em 2000, resultante de uma tentativa de resumir os acordos internacionais acerca do meio ambiente e desenvolvimento, dos direitos das mulheres, do racismo bem como do desenvolvimento social, entre outros. Visam tornar melhor o futuro da humanidade.

Assim, os 189 Estados Membros das Nações Unidas têm como objectivos, até 2015:

1. Erradicar a pobreza extrema e a fome;
2. Alcançar o ensino primário universal;
3. Promover a igualdade de género e a autonomização da mulher;
4. Reduzir a mortalidade das crianças;
5. Melhorar a saúde materna;
6. Combater a SIDA, a malária e outras doenças;
7. Garantir a sustentabilidade ambiental;
8. Criar uma parceria global para o desenvolvimento.

No que respeita ao desenvolvimento de um turismo responsável, o mesmo passa pelo desenvolvimento de um turismo sustentável, que procure, segundo o Relatório de Brundtland, pela Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento, satisfazer as necessidades da geração actual sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazerem as suas necessidades, significando isso, possibilitar que as pessoas, agora e no futuro, atinjam um nível satisfatório de desenvolvimento social e económico e de realização humana e cultural, fazendo ao mesmo tempo, um uso razoável dos recursos da terra e preservando as espécies e os habitats naturais.

Por sua vez, o código mundial de ética do turismo, assume-se como um marco de referência para o desenvolvimento responsável e sustentável do Turismo Mundial, também já referido anteriormente. Foi inspirado em muitas declarações e códigos profissionais semelhantes que o antecederam, juntando ideias novas, com vista à mudança. Trata-se de um meio para ajudar a minimizar os efeitos negativos do turismo no meio ambiente e património cultural, aumentando os benefícios para os anfitriões dos destinos turísticos.

O código surge de uma resolução adoptada na Assembleia Geral da OMT, em Istambul, em 1997, compreendendo nove artigos que enunciam novas regras para o sector, englobando promotores, governos, operadores turísticos, destino agências de viagens bem como os próprios turistas e visitantes. Pretende ser um documento sempre presente, apelando à cooperação, para que seja possível proteger o futuro do sector, aumentando a sua contribuição para a economia, bem como, também muito importante, para a paz e entendimento entre as nações.

A avaliação económica do turismo faz-se com o recurso à Conta Satélite do Turismo. Trata-se de um instrumento desenvolvido pela Organização das Nações Unidas e pela OMT para medir o impacto efectivo do turismo nas economias mundiais.

Por fim, a formação e a gestão dos conhecimentos passa pela qualificação dos recursos humanos, com relevância para a elevação das qualificações da população activa. Pretende a aquisição e a boa gestão e aplicação dos conhecimentos adquiridos.

No que respeita aos seus membros a nível europeu, atentemos no quadro do **Anexo I**.

## 6.1.2 Estrutura e Estatutos

Em relação à estrutura e estatutos da Organização Mundial de Turismo, os órgãos da OMT são:

- Assembleia Geral – trata-se do órgão supremo que decide sobre as políticas a seguir. De acordo com o Artigo 12º dos Estatutos da OMT (anexo 2), “ *a assembleia poderá examinar qualquer questão e formular recomendações sobre qualquer assunto que se enquadre na competência da Organização*”.
- Conselho Executivo – De acordo do com Artigo14º dos Estatutos da OMT (anexo 2) - “*o conselho será composto dos Membros Efetivos eleitos pela Assembléia na proporção de um membro para cada cinco Membros Efetivos, conforme o regulamento adotado pela Assembléia, com vistas a atingir uma distribuição geográfica justa e equitativa.*”
- Comissões Regionais – De acordo com Badaró (2008), “*em número de seis, divididas entre África, América, Ásia Oriental, Europa e Oriente Médio, reúnem-se uma vez por ano. Cada uma é composta pela união dos Estados – membros e dos membros associados de cada região. Os membros afiliados auxiliam de cada região. Os membros afiliados auxiliam as suas regiões na qualidade de observadores.*”
- Comitês – Segundo o mesmo autor, “*forneem os dados necessários à elaboração e execução de projectos e programas em todas as áreas, orçamentos, financeira e estatística.*”
- Secretariado – Para Badaró (2008), “*funciona por meio do Secretário-geral, com o objectivo de pôr em prática o programa de trabalho da OMT e responder às necessidades dos Estados – membros.*”

Os estatutos da OMT podem ser consultados nos artigos no anexo 2.

### 6.1.3 Eixos de actuação e preocupações da OMT

Pela natureza das suas actividades e pela dinâmica do seu crescimento dos últimos dez anos, o turismo é um dos segmentos da economia que se destaca por atender de forma mais completa e de maneira mais rápida aos desafios enfrentados pelos municípios. Especialmente se for levada em conta a capacidade que o turismo tem de interferir nas desigualdades regionais.

A visão funcional aborda o turismo como uma força pró-activa que, se desenvolvida apropriadamente, procura maximizar os retornos positivos para o crescimento de toda a comunidade enquanto minimiza os custos para o meio - ambiente e para a cultura.

Uma abordagem funcional sugere que todas as partes interessadas ou afectadas por essa actividade dentro de um mercado particular ou comunidade deveriam gerir colectivamente o sistema turístico.

A globalização dos mercados, as economias de escala e a criação do valor agregado nas actividades turísticas, as novas tecnologias disponíveis, a busca por iniciativas ambientais e socialmente sustentáveis, ou seja, o desafio de atingir a competitividade por meio da qualidade e eficiência, requer novos conceitos e novos conteúdos na administração pública. Estas são as principais áreas de actuação da OMT, de forma a uniformizar padrões que permitam uma maior interligação das políticas públicas com as políticas internas de cada membro, de forma a dirimir eventuais conflitos e a garantir um maior êxito do sector, garantido a resolução do conflitos bem como a preservação do ambiente, uma vez que as questões ambientais são, cada vez mais, razão de discussões a nível global.

No que diz respeito ao papel dos actores envolvidos na actividade turística, o sector público tem papel primordial e suas principais funções têm sido formular políticas, como é o caso do PENT, para o segmento e aprovar estratégias para seu desenvolvimento. Além das funções básicas de regular, fiscalizar e orientar as políticas, a OMT intervêm nas áreas fiscal e financeira, delimitando objectivos para o desenvolvimento de infra-estruturas e de outras aplicações, procura estabelecer as condições favoráveis para a operação do sector privado (que deve andar em simultâneo com o sector público), promover o turismo interno e externo, elaborar pesquisas, estatísticas e informações necessárias ao desenvolvimento do turismo e que contribuam de forma positiva para o sector.

Outra das preocupações da OMT passa pelo investimento no turismo sustentável e no seu desenvolvimento saudável. A Organização Mundial do Turismo (OMT) é a mais recente aliada da *Parceria Global para o Turismo Sustentável (GPST- Global Partnership for Sustainable Tourism)*. A entidade, recentemente formada, tem como objectivo juntar todos os *stakeholders (parceiros)* no sentido de trabalhar para o desenvolvimento do Turismo Sustentável. A GPST é constituída por governos, organismos multilaterais, sector privado e ONG's. O sector do Turismo tem sido cada vez mais reconhecido como um mecanismo-chave para o crescimento económico, especialmente no desenvolvimento dos países menos avançados.

Segundo a OMT o turismo sustentável deve ser aquele que salvaguarda o ambiente e os recursos naturais, garantindo o crescimento económico da actividade, mas de forma sustentável, ou seja, capaz de satisfazer as necessidades das presentes e futuras gerações.

Portanto, o desenvolvimento turístico deve pautar-se *por "economizar os recursos naturais raros e preciosos, principalmente a água e a energia, e que venham a evitar, na medida do possível a produção de dejectos, deve ser privilegiado e encorajado pelas autoridades públicas nacionais, regionais e locais"*. (Artigo 3 Código de Ética – OMT – ver anexo 3).

De acordo com Relatório Brundtland, publicado em 1987, o desenvolvimento sustentável é definido como *“o desenvolvimento que satisfaz as necessidades presentes, sem comprometer a capacidade das gerações futuras de suprir suas próprias necessidades”*.

Segundo o mesmo relatório, existem medidas que devem ser tomadas pelos países com vista a promover o desenvolvimento sustentável:

- Limitação do crescimento populacional;
- Garantia de recursos básicos (água, alimentos, energia) a longo prazo;
- Preservação da biodiversidade e dos ecossistemas;
- Diminuição do consumo de energia e desenvolvimento de tecnologias com uso de fontes energéticas renováveis;

- Aumento da produção industrial nos países não-industrializados com base em tecnologias ecologicamente adaptadas;
- Controle da urbanização desordenada e integração entre campo e cidades menores;
- Atendimento das necessidades básicas (saúde, escola, moradia).

Em *âmbito internacional*, as metas propostas são:

- Adopção da estratégia de desenvolvimento sustentável pelas organizações de desenvolvimento (órgãos e instituições internacionais de financiamento);
- Protecção dos ecossistemas supra-nacionais como a Antártica, oceanos, etc, pela comunidade internacional;
- Inexistência das guerras;
- Implementação de um programa de desenvolvimento sustentável pela Organização das Nações Unidas (ONU).

O conceito de desenvolvimento sustentável deve ser assimilado como uma nova forma de produzir sem prejuízo do meio ambiente, estendendo essa cultura a todos os níveis da organização, para que seja encontrado um processo de identificação do impacto da produção de uma empresa no meio ambiente e resulte na execução de um projecto que alie produção e preservação ambiental, com uso de tecnologia adaptada a esse preceito. Algumas outras medidas para a implementação de um programa minimamente adequado de desenvolvimento sustentável são:

- Uso de novos materiais na construção;
- Reestruturação da distribuição de zonas residenciais e industriais;
- Aproveitamento e consumo de fontes alternativas de energia, como a solar, a eólica e a geotérmica;
- Reciclagem de materiais reaproveitáveis;

- Consumo racional de água e de alimentos;

-Redução do uso de produtos químicos prejudiciais à saúde na produção de alimentos.

O actual modelo de crescimento económico gerou enormes desequilíbrios. Se, por um lado, nunca houve tanta riqueza no mundo, por outro lado, a miséria e a pobreza, a degradação ambiental e a poluição aumentam dia-a-dia. Diante desta constatação, surge a ideia do Desenvolvimento Sustentável (DS), que procura conciliar o desenvolvimento económico com a preservação ambiental, bem como atingir o fim da pobreza no mundo. O turismo sustentável deve compatibilizar os anseios dos turistas e das regiões receptoras, garantindo a protecção do meio ambiente e estimulando o desenvolvimento da actividade. O turismo desenvolvido com responsabilidade significa atender não somente as necessidades económicas, pois compreenderá aos anseios sociais e ambientais, garantindo a integridade cultural e ecológica, conforme enunciado pela OMT, no artigo 3º do Código Mundial de Ética do Turismo (anexo 3):

*"A infra-estrutura deve ser concebida e as actividades turísticas programadas de forma que seja protegido o património natural constituído pelos ecossistemas e pela biodiversidade, e que sejam preservadas as espécies ameaçadas da fauna e da flora selvagens. Os agentes do desenvolvimento turístico, principalmente os profissionais, devem permitir que sejam impostas limitações ou obstáculos às suas actividades, quando elas forem exercidas em zonas particularmente sensíveis: regiões desérticas, polares ou de elevadas montanhas, zonas costeiras, florestas tropicais ou zonas húmidas, propícias à criação de parques naturais ou reservas protegidas".*

Segundo Butler (1993), *"o turismo sustentável deve ser desenvolvido de uma forma e a uma escala que garanta a sua operacionalidade por um período de tempo bastante longo, sem degradar o ambiente natural e humano, e sem colocar em risco o bem-estar da comunidade local, assim como as actividades socioeconómicas da mesma."*

O turismo sustentável surge como alternativa ao turismo de massa, pois tem a preocupação com a quantidade de pessoas que visitarão as regiões receptoras. Neste sentido, o planeamento e a gestão da prática do turismo devem não somente evitar prejuízos ambientais, mas deve principalmente preservar a cultura e o meio ambiente,

minimizando os impactos da actividade e, fazendo com que os moradores locais consigam desenvolver a sua economia.

Através do planeamento da actividade, tendo em consideração os factores que irão garantir a sustentabilidade do turismo, gerando benefícios não somente para os clientes, mas também para o local no qual desenvolve a actividade.

Factores primordiais a serem observados no planeamento do turismo:

- Não adopção do turismo de massa;
- Desenvolver estruturas compatíveis com o meio ambiente em que se quer instalar;
- Demonstrar ao seu cliente o perfil de turismo que você desenvolve

Para a OMT (2005), o desenvolvimento sustentável é reconhecido mundialmente como uma meta comum.

*“O Turismo, assim, como toda a indústria pioneira em crescimento no mundo inteiro, reúne uma elevada quantidade potencial de benefícios para todas as partes interessadas. As iniciativas compulsórias e voluntárias formam novos elementos e condições de mercado, como também auxiliam na criação de um estilo turístico mais auto-suficiente em todos os destinos existentes e futuros.”*

O turismo de natureza e o ecoturismo são, igualmente, reconhecidos como formas de turismo especialmente enriquecedoras e valorizadoras, desde que respeitem o património natural e as populações locais, ajustando-se à capacidade de carga destes locais. Desenvolver formas de emprego sustentáveis e amigas do ambiente na área do Turismo e promovê-las entre profissionais da indústria e viajantes são duas das recomendações dadas pela OMT, frequentemente, e são igualmente factores a ter em conta aquando da sua actuação no cenário global. O desenvolvimento sustentável está presente nas várias esferas da sociedade por meio de diferentes formas de apropriação do espaço e de utilização de recursos naturais.

A sustentabilidade é um dos princípios fundamentais para o ordenamento do território. A sustentabilidade promove a organização do território, salvaguardando e protegendo valores e recursos, tais como, os naturais, culturais e ambientais; e promovendo a sustentabilidade da organização do território, de modo a viabilizar a estrutura territorial. O turismo, quando praticado de forma racional e com a consciencialização ambiental necessária, torna-se um fenómeno que permite preservar territórios, bem como aquilo que esses territórios guardam em si de mais natural, autêntico e genuíno. É neste contexto que surgem instituições, associações e redes que têm como principal objectivo, não só o turismo em si e a sua prática, mas também e como um dos objectivos principais, a preservação de culturas, histórias, lendas, identidades e sentimentos de pertença.

## 6.1.4 Porquê o Turismo?

*“ O turismo compreende as actividades de pessoas que viajam para (e permanecem em) locais fora do seu ambiente habitual, por um período inferior a um ano, por motivos de lazer, negócios e outros não relacionados com o exercício de uma actividade remunerada no local visitado ”*

**Eurostat e tal (2001)**

Segundo Cunha (2003) *“o turismo é o maior agente de globalização mas também uma das actividades que por ela é mais influenciado. Os efeitos da globalização entendida no sentido da interdependência das relações entre todos os países do mundo, quer a nível económico quer a nível político, sociológico ou ambiental, só muito recentemente se começaram a produzir mas aumentarão fortemente no futuro ”*.

De acordo com a publicação “Tourism Highlights” da Organização Mundial de Turismo – OMT (2009), o *“aumento de destinos turísticos abriu a porta aos investimentos no desenvolvimento do turismo”*, tornando este moderno sector, a *“chave para o progresso sócio económico, através da criação de empregos e empresas, desenvolvimento de infra-estruturas e ganhos de exportação.”*

Na mesma edição podemos ler que o Turismo é o sector de actividade que vai tendo uma maior importância e peso nas economias dos diversos países como destinos turísticos tendo-se tornado num motor de *“desenvolvimento, prosperidade e bem-estar”*.

A actual importância deste sistema turístico está bem presente no facto de as viagens internacionais terem passado de uns modestos 25 milhões de passageiros em 1950 para um previsível movimento mundial de 1600 milhões em 2020, com um aumento do número de destinos turísticos a acompanhar esse crescimento (OMT, 2009).

A globalização provocou nos últimos anos grandes e rápidas mudanças no Mundo. Cada vez mais desafios são colocados aos destinos turísticos que passam quer pelo aparecimento repentino de ameaças globais, como a crise financeira mundial e a pandemia do vírus da gripe H1N1, quer por desafios ecológicos, contribuir para a eliminação dos níveis de pobreza, contínua adaptação às atitudes dos consumidores e estar a par das novas tendências e inovações tecnológicas.

Segundo Cunha (2003) “ *as razões que levam à criação de obstáculos ao turismo são de várias naturezas e resultam de situações com carácter permanente ou apenas temporário*”.

Um dos grandes desafios para o turismo e que tem efeitos no contexto global é o terrorismo. O turismo experimentou enormes transformações na última década, mudanças que começaram com os trágicos atentados de 11 de setembro de 2001 e continuaram com mais atentados terroristas, desastres naturais, pandemias e a pior crise econômica dos últimos 70 anos.

Depois do 11 de Setembro de 2001, viajar tornou-se mais complicado devido às rígidas medidas de segurança, principalmente nos aeroportos, embora as restrições tenham sido estendidas a outros meios de transporte. Apesar dos controles restritos em algumas situações gerarem filas e atrasos, as pessoas se adaptaram rapidamente e as viagens, inclusive, aumentaram numa década, passando de 680 milhões para 940 milhões de turistas internacionais em 2010. O evento de 11 de setembro, realmente, transformou-se num marco histórico. Isto porque afetou as relações internacionais e instalou, principalmente nos Estados Unidos, a sensação da vulnerabilidade, tal como o 11 de Março de 2005, que deixou Espanha aterrorizada.

Segundo o responsável da OMT, na última década houve um crescimento nas viagens internacionais em todos os níveis, tanto nas de média distância, como nas de maiores percursos, o que significa que as companhias de baixo custo não tiveram impacto decisivo nesse aspecto. Por outro lado, destaca que as viagens longas, que antes eram consideradas bastante difíceis, quase um desafio, já não são tanto e as distâncias começam a ser encaradas por outra perspectiva.

Outra consequência clara da crise é que o viajante é mais exigente com o que é oferecido pelo dinheiro que paga, transformação que começou pelo factor económico e, uma vez que a cultura de viajar muda, já não se pode voltar atrás e é possível perceber os viajantes mais cultos e selectivos. De acordo com Cunha (2003) “ *por um lado, as viagens podem ser aproveitadas para praticar actos contra a segurança dos Estados, de pessoas e bens (terrorismo), mas, por outro, os viajantes podem ficar sujeitos a actos contra a sua liberdade ou mesmo contra a sua vida por motivos ligados à existência de problemas políticos (raptos, sequestros, atentados).*”

O turismo e o terrorismo levam necessariamente a que se pronuncie o factor segurança como das principais e fulcrais características que um destino turístico deve ter. O tema da segurança tende a dominar os segmentos de turismo e lazer, já tendo afectado

directamente hotéis, restaurantes e destruído destinos turísticos importantes – como foi o caso de Bali – e acabado com as esperanças turísticas de alguns países, como Israel. Responder às ameaças do terrorismo global é uma tarefa monumental que se coloca tanto aos governos quanto às empresas.

Primeiramente, os desafios estruturais são enormes. A jornada de um turista passa por uma indústria fragmentada que envolve comboios, autocarros, aeroportos, hotéis, cruzeiros, restaurantes, entre outros. Normalmente a segurança física é encarada sob um ponto de vista muito estreito, dando prioridade, por exemplo, aos aeroportos. Dessa forma, pode-se concluir que o turista ainda está exposto a riscos nos pontos mais vulneráveis da viagem.

As soluções tecnológicas para identificar uma ameaça terrorista entre os próprios turistas são complexas e muitos países vão considerar que a sua implementação é cara.

Outra questão, talvez a mais importante ligada à segurança, são as barreiras políticas que impedem uma resposta global para lidar com os riscos. Nem todos os países compartilham a mesma visão sobre segurança, nem estão em condição de aplicar a solução comum e mais barata. Espera-se que as maiores economias colaborem com medidas antiterrorismo, permitindo que os governos nacionais garantam a segurança do turista. Essas medidas terão um efeito dramático sobre os indivíduos, que serão forçados a sacrificar a sua privacidade e de se prepararem para aborrecimentos durante as viagens, o que obviamente vai influenciar tanto a escolha das pessoas quanto aos destinos e às formas de viajar, como o modo como a indústria responde a essa nova cultura do medo.

Um bom exemplo é a crescente popularidade dos cruzeiros, particularmente nos EUA, onde os que mais se preocupam com as viagens internacionais tendem a considerar essa alternativa como uma opção mais segura. A indústria de cruzeiros tem respondido à oferta crescente, criando portos próximos às maiores cidades, de forma que os turistas possam deslocar-se por meios próprios até lá, em vez de voar.

É esperado que o turista de amanhã estará mais preparado para priorizar a segurança acima de tudo, dividindo a responsabilidade pela segurança global. Informações de melhor qualidade e oferecidas no tempo certo por agências governamentais e pela própria indústria deverão garantir às pessoas o devido conhecimento para planear bem as suas viagens. Da mesma forma, os turistas estarão condicionados a estar em permanentemente vigilância.

Os governos, ao reconhecer a capacidade dos sectores de turismo e lazer em criar empregos e impulsionar a economia do país, farão muito mais para apoiar um crescimento

sustentável. Devem, aliás, associar-se às empresas do sector para identificar potenciais destinos turísticos, ajudando a desenvolver a infra-estrutura necessária e as ações de marketing, de acordo com os planos turísticos do país. Com um grande foco em questões de segurança, meio-ambiente e infra-estrutura, o desenvolvimento sustentável só poderá ser alcançado se as políticas de turismo estiverem integradas nas agendas nacionais. Excelentes exemplos nesse sentido são as estratégias da área de turismo anunciadas pelo governo da Austrália e o papel do governo do Dubai para o impressionante crescimento do local como destino turístico.

Segundo Cunha (2003), as organizações internacionais como a ONU – Organização das Nações Unidas, passaram a considerar que o turismo, além de contribuir para a expansão económica, é um factor que possibilita a compreensão entre os povos, uma vez que permite estabelecer relações interpessoais entre povos com culturas diferentes, reduzindo a insegurança e eliminando preconceitos. Trata-se, igualmente, de um factor de paz e de respeito universal, uma vez que fomenta o respeito pelos modos de vida e de “*encarar a existência humana*”. É também uma forma de aproximação entre os povos, já que o conhecimento e a compreensão intensificam o desejo de viajar e a troca de experiências culturais.

Assim, é fundamental e justifica-se a existência de uma organização que se ocupe deste sector que se mostra cada vez mais importante nas economias dos países.

Segundo Marques (2007), “*o turismo possui um aspecto claramente material. Entretanto, representa também uma considerável fonte de receita para qualquer estado, na medida em que este pode receber com certa facilidade divisas estrangeiras. Além disso, o turismo pode viver, ser um impulsionador do desenvolvimento.*”

Sendo a economia o estudo da forma como as sociedades utilizam recursos escassos para produzir bens com valor e de como os distribuem entre os vários indivíduos, podemos assumir o turismo como um serviço que surge para satisfazer necessidades. O turismo, apresenta-se, na sua forma mais simples, como uma corrente massiva que se desloca desde um mercado de origem até um núcleo receptor, apresentando dois problemas básicos: a sua má distribuição no tempo e a sua polarização no espaço. Isso revela a necessidade de disciplina no contexto global onde opera o turismo, visando dotá-lo de uma racionalidade económica que permita controlar as variáveis envolvidas, com o objectivo de obter o pleno desenvolvimento das suas potencialidades.

## 7. OMT – Limites e Possibilidades

### 7.1 Políticas

Uma política pública surge a partir de uma relação de problemas ou assuntos que chamam a atenção do governo e dos cidadãos.

Na origem das políticas públicas “*encontra-se o ideal construído por Stuart Mill de como melhorar a acção do governo para que ele aumente o bem-estar dos indivíduos*”.

O surgimento das políticas públicas no turismo tem as suas raízes no processo de consolidação do *welfare state*. O *welfare state* é uma experiência descrita como um processo que alarga a intervenção do Estado para atender às necessidades de procura colocadas pela sociedade. O seu processo de consolidação é, na verdade, também um processo de institucionalização de áreas de intervenção pública, como na saúde, habitação, saneamento, transportes, comunicação, entre outras, ocorrido no período posterior à Segunda Guerra Mundial. Por outras palavras, o Estado delega funções a outras organizações que a sociedade julgava como pertencente a ele.

O turismo beneficiou dos resultados positivos provenientes das reivindicações sociais, o que contribuiu, igualmente, para a origem de políticas públicas em turismo que foram marcadas pela existência do Código do trabalho, da limitação do seu tempo, das férias remuneradas, da evolução dos transportes, da comunicação, além de outras conquistas da sociedade moderna, o que permitiu que a actividade crescesse e se desenvolvesse.

As políticas públicas em turismo são ferramentas primordiais para o planeamento turístico de uma localidade e a sua aplicação visa garantir o desenvolvimento sustentável da actividade por intermédio da intervenção do poder público. O papel do estado no desenvolvimento do turismo é fulcral desde que exista um especial ênfase nas políticas públicas como vectores desse processo. A presença do sector público, dentro de uma óptica de regulamentação, normas e na actividade é indispensável. A discussão do desenvolvimento de políticas públicas para o turismo envolve, portanto, uma convergência de aspectos que devem ser compreendidos e analisados de forma integrada no planeamento, tendo a consciência do papel do governo nesse processo bem como da

necessidade e legitimidade para actuar das organizações internacionais num sector cada vez mais importante num cenário global.

Contudo, o papel do sector privado no Turismo é cada vez mais importante, uma vez que, embora as políticas estabelecidas e pelas quais se guia o sector sejam públicas, a procura no sector é maioritariamente privada, uma vez que os investimentos têm sido, na sua maior parte, nos últimos tempos, privados, daí existência de uma interdependência do Estado em relação ao sector privado.

As políticas públicas assumem-se, para o sector do turismo, como preponderantes e condicionantes, traduzindo-se em políticas de planeamento regional, de agricultura, do ambiente, do desenvolvimento, entre outras.

A principal função de uma política pública no turismo passa pelo facto de a mesma ser um “instrumento” crucial para que se efectue um melhor planeamento, um melhor desenvolvimento e para o crescimento desta actividade económica que se assume como das mais relevantes na economia portuguesa, daí, também, a necessidade de intervenção do poder público.

As políticas públicas são essenciais para que se efectue:

1. Melhor distribuição do turismo, no tempo e no espaço, combatendo também a sazonalidade;
2. Melhor orientação financeira e gestão de fundos comunitários;
3. Melhoria e Reconhecimento do trabalho dos profissionais de turismo.

De acordo com Gonçalves (2006), as políticas públicas do turismo encontram-se *“actualmente estruturadas num desenvolvimento sustentável que procura facultar melhores condições sociais e económicas para as populações locais e proporcionar um elevado grau de satisfação para os turistas, exigem um planeamento cuidadoso dos projectos turísticos reportados à protecção do ambiente e da ecologia e da respectiva capacidade turística, bem como às estruturas necessárias e aos meios para limitar as pressões sobre os recursos.”*

Assim e de acordo com o mesmo autor, *“ ao considerarmos a potencialidade turística, as deficiências, as condições favoráveis, a situação da população e quaisquer outros obstáculos técnico-administrativos, as políticas públicas assumem um carácter regulador e procuram delinear e, sobretudo, normatizar as acções públicas e privadas”*.

Torna-se crucial que as autoridades públicas assegurem para o sector do Turismo:

1. “ Continuação do desenvolvimento dos recursos humanos, incluindo das populações locais;
2. Investimento social e ambiental reportado a infra-estruturas públicas;
3. Protecção e gestão saudável da sua herança natural e cultural”.

No entanto, o fenómeno da Globalização deve ser tido em conta, tanto no lado da oferta, como na procura, pois a procura turística pode constituir, paralelamente, uma ameaça na ausência da sensibilização dos decisores públicos sobre a necessidade da sua configuração permitir preservar a diversidade cultural.

## 7.2 Perspectivas

De acordo com a OMT, as receitas turísticas alcançarão 1,5 biliões de dólares no fim da primeira década de 2000 e 2 biliões no ano 2020.

Segundo Cunha (2003), *“a confirmarem-se estas perspectivas nos próximos 20 anos, as chegadas às fronteiras de todos os países do mundo aumentarão a uma média anual de 40 milhões de novos turistas em resultado não só do aumento da participação da população nas viagens internacionais mas também pela fragmentação das férias, o que significa que o mesmo viajante poderá ser várias vezes turista durante o mesmo ano.”*

**Tabela 2.** – Previsões das chegadas de turistas por destino de origem

<b>Regiões</b>	<b>2010</b>	<b>2020</b>	<b>Tx anual (%) 2000/2010</b>	<b>Média (%) 2010/2020</b>
África	47	77	5.6	5.1
Américas	190	282	3.9	4.0
Ásia Ocidental	195	397	7.7	7.4
Europa	527	717	3.0	3.1
Médio Oriente	36	69	7.0	4.7
Ásia do Sul	11	19	6.7	5.8
Total	1006	1561	4.2	4.5

**Fonte:** OMT, Tourisme Horizon 2020, Nouvelles Previsions de l'OMT, Décembre, 1999

Esta evolução poderá levar a uma nova organização daquilo a que se chamam os principais destinos turísticos mundiais, onde poderemos destacar a China como um dos principais turísticos a emergir.

Por sua vez e de acordo com Cunha (2003), *“ a Europa continuará a ser a zona de atracção turística mais importante do mundo, mas reduzirá a sua quota de mercado: em 2020 a Europa passará a receber 45% dos turistas mundiais quando em 1995 ainda recebia 59%. Será para os países europeus que a procura turística menos crescerá mas, em contrapartida, os novos destinos emergentes verão a sua procura aumentar a uma taxa média da ordem dos 7%”.*

**Tabela 3.** – Principais Destinos Turísticos em 2020

<b>Países</b>	<b>Turistas Milhões</b>	<b>Taxa de crescimento (%)</b>
1. China	130.0	7.8
2. França	106.1	2.3
3. USA	102.4	3.5
4. Espanha	73.9	2.6
5. Hong Kong	56.6	7.1
6. Reino Unido	53.8	3.4
7. Itália	52.5	2.1
8. México	48.9	3.6
9. Federação Russa	48.0	8.5
10. República Checa	44.0	2.7

**Fonte:** OMT, Tourism Horizon 2020, Nouvelles Prévisions de l'OMT, Décembre, 1999

Por sua vez, a Alemanha, o Japão e os Estados Unidos da América continuarão a ser os mais importantes emissores de turismo. No entanto, surgirão entre os primeiros 10 a China e a Federação Russa. Contudo, segundo Cunha (2003), *“o aparecimento de novos destinos emergentes e o aumento da procura conduzirá à reestruturação dos mercados na qual terão papel importante não só os poderes públicos mas também as próprias populações.”*

**Tabela 4.** – Principais emissores mundiais em 2020 *Unidade: milhões*

<b>Países</b>	<b>Total de chegadas geradas a nível mundial</b>
Alemanha	152.9
Japão	141.5
EUA	123.3
China	100.0
Reino Unido	94.5
França	54.6
Holanda	45.6
Canadá	31.3
Federação Russa	30.5
Itália	35.2

**Fonte:** OMT, Tourisme Horizon 2020, Nouvelles Prévisions de l'OMT, Décembre (1999)

## 8. OMT – Legitimidade Internacional, Europeia e Nacional

### 8.1 Legitimidade para actuar

No turismo, a questão da competitividade coloca-se com crescente acuidade num mundo que, definitivamente, se globalizou.

Tendo em conta que em vários países consideram o turismo como um sector estratégico, não restam dúvidas de que a tendência é para o agudizar da concorrência face ao surgimento de novos produtos e destinos turísticos, tudo isto num contexto internacional de concentração das grandes decisões de mercado num grupo restrito de grandes operadores.

Neste cenário de concorrência forte e, frequentemente, feroz, a intervenção da OMT é essencial para, em conjunto, com os países membros procurar um equilíbrio na actuação bem como estabelecer objectivos e perceber quais os problemas que afectam o cenário global, procurando solucioná-los. Contudo, impõem-se limites à actuação das organizações internacionais, muitas vezes pela tipologia de regime político em que vivem os países e onde o turismo surge, muitas vezes, como um factor modificador não só de mentalidades, mas como um factor de desenvolvimento social e económico. É não só nestes cenários, mas principalmente, nestes onde as organizações da esfera internacional devem focar os seus objectivos de trabalho, de forma a garantirem não só o crescimento saudável e crescimento do sector, mas contribuindo, igualmente, para a existência de uma igualdade social onde a democracia possa prevalecer e suscitar um crescimento económico eficaz e que proporcione uma diminuição do número de pessoas que vivem no limiar da pobreza. É preciso responsabilidade social por parte dos organismos internacionais.

A existência de políticas públicas é essencial para que as organizações internacionais como, neste caso, a OMT possam ter legitimidade para agir e dirimir conflitos e procurar soluções que, para todos, contribuam de forma positiva.

Contudo, não basta que as Organizações queiram agir, é necessário que os Estados permitam essas acções bem como as estratégicas de actuação pelas quais se regem e que consigam agir em mútuo acordo.

A intervenção pública é justificada, segundo a OMT (2001) pela existência de falhas no mercado, que explicam alguns dos problemas mais importantes que enfrenta a actividade turística. As principais falhas, como referência para entender o papel do Estado no mercado turístico são:

1. A presença de estruturas de mercado oligopolistas e monopolistas que limitam a competição e a igualdade na concorrência pelos recursos. Aqui o Estado deve evitar situações de controlo da oferta e da procura, aumentar a transparência e flexibilidade do mercado.

2. A existência de bens públicos: as infra-estruturas necessárias para alcançar os destinos turísticos, a segurança do visitante, as praias, os monumentos históricos entre outros. Por isso uma das funções das administrações públicas deve ser precisamente a provisão correcta desse tipo de bem, de forma que contribua para a melhoria dos espaços físicos – acesso, salubridade, beleza, segurança, etc. – onde se desenvolve a referida actividade.

3. Os factores externos, principalmente os custos sociais da actividade turística. Muitas actividades podem acarretar lucros ou custos a outras pessoas ou a actividades económicas diferentes e, portanto produzem efeitos que podem ser positivos ou negativos.

Apesar das inúmeras razões para a intervenção do Estado no turismo deve-se também ressaltar a existência de falhas na intervenção do sector público, em algumas ocasiões. Tendo em vista que todas as consequências de um programa público são fáceis de prever, deve ser levada em consideração uma série de factores que condicionam a actuação pública – existência de interesses próprios dentro das administrações públicas e interesses particulares de grupos de pressão – fazendo com que a mesma tome uma direcção ou outra.

Pode-se afirmar que a intervenção pública na economia em geral continuará sendo importante, ainda que a maneira de intervir seja modificada substancialmente, passando a valer o lado regulamentador, reduzindo-se o controle directo. (OMT, 2001).

Em relação ao mercado turístico, é cada vez mais evidente que o Estado deve exercer um papel central na fixação de critérios de desenvolvimento e na coordenação das actuações dos agentes privados que nele interagem.

## 8.2 Contributos dos Estudos da OMT

Segundo Ruschmann (1997), “*o turismo pode ser uma opção ao desenvolvimento das comunidades e das pessoas*”. Assim, os estudos visam mostrar de que forma é que o turismo pode ser a chave para enfrentar os actuais desafios económicos e ambientais com que o planeta se depara.

No contexto de uma nova ordem do mercado global, os estudos da OMT visam analisar as diferentes fases pelas quais passa o turismo, em especial, a do turismo pós-moderno compreendendo os seus dilemas e perspectivas para uma gestão sustentável.

Quando se analisa o turismo pós-moderno, partindo de uma escala global, considerando as diferenças existentes entre as regiões do planeta, permite-se questionar qual a gestão que se tem praticado nesses destinos, visando identificar que características as tornam mais evidentes, uma vez que se apresentam de forma exótica no mercado turístico, e, logo vai exigir dos investigadores uma apreciação criteriosa. Sendo assim, podemos examinar até que ponto o cenário actual do turismo em destinos mais novos é semelhante ao de destinos consolidados. Esses estudos permitem identificar problemas e procurar soluções e estratégias de planeamento para solucioná-los, daí a viabilidade e relevância dos estudos realizados pela OMT.

De forma a percebermos e aferirmos a forma como se organiza a OMT, atentemos na tabela seguinte, adaptação da tabela 1.

**Tabela 5** - “Formas e ratings de Democracia transnacional para as Organizações Internacionais na Global Governance”

Dimensão	Organiz. Globais		Organizações Funcionais				Organizações Regionais					
	<i>ONU</i>	<i>ICC</i>	<i>BM</i>	<i>FM I</i>	<i>OM C</i>	<b><i>OMT</i></b>	<i>UE</i>	<i>OUA</i>	<i>UA</i>	<i>NAFTA</i>	<i>NATO</i>	<i>ASEAN</i>
Nomeação	-1	0	0	-1	0	<b>+1</b>	+1	-1	-1	0	0	-1
Participação	-1	+1	0	0	-1	<b>+1</b>	+1	-1	0	0	-1	0
Transparência	0	0	0	0	-1	<b>0</b>	0	-1	0	0	0	0
Afirmação	0	+1	+1	-1	0	<b>+1</b>	+1	-1	-1	-1	-1	-1
Anular/Negar	-1	0	-1	-1	+1	<b>0</b>	+1	0	0	0	0	-1
Monitorar	-1	0	0	0	-1	<b>0</b>	+1	-1	0	0	0	0
Independência	-1	+1	-1	0	0	<b>+1</b>	-1	-1	0	-1	0	-1
<b>Rating Total</b>	<b>-5</b>	<b>+3</b>	<b>-1</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>+4</b>	<b>+4</b>	<b>-6</b>	<b>-2</b>	<b>-2</b>	<b>-2</b>	<b>-4</b>
<b>Ranking</b>	11	3	4	9	5	<b>1</b>	1		5	5	5	10

**Fonte:** Zweifel, Thomas (2006) - *International Organizations & Democracy*, pág. 177, coluna OMT adaptada pela autora.

A coluna de minha elaboração acerca da OMT pretende demonstrar a forma como, enquanto organização funcional, se organiza à luz das considerações de Zweifel. Assim, no que se refere à nomeação, a OMT elege os seus órgãos e respectivos representantes de forma independente, agindo de forma participativa nos assuntos que lhe dizem respeito. No que respeita à transparência, a OMT poderia ser uma organização mais fundamentada, mais empenhada nos seus objectivos bem como na forma como realiza as suas pesquisas. Poderia efectuar mais estudos de maneira a contribuir, positivamente e de forma, ainda mais, enriquecedora para o sector do Turismo.

Então, mostra-se pertinente aferir a legitimidade da OMT no contexto internacional, europeu e nacional, já que o futuro do turismo português passa pelo reforço da legitimidade deste sector bem como, segundo Cunha (2003), o reforço do seu carácter distinto e único.

## 9. O caso Português

É necessário reconhecer a importância do Turismo para o bem-estar económico do país. O Turismo tem impacto na balança de pagamentos e produto interno bruto (PIB), representando, de acordo com o Turismo de Portugal, cerca de 11% nos últimos anos, tendo impacto directo na criação de emprego, investimentos e rendimentos. O Turismo é, igualmente, reconhecido como “motor” de desenvolvimento, ao mesmo tempo que fomenta o crescimento de outras actividades económicas.

O fenómeno do turismo assume-se como uma actividade económica em crescimento por todo o mundo, contudo, o processo da Globalização, a que se tem vindo a assistir naquilo a que se chama economia mundial reforça em muito a concorrência entre os países e regiões enquanto destino turísticos, o que estimula as mudanças estruturais na indústria turística, e não só, mas também naquilo que é a necessidade da existência de uma organização que se ocupe daquilo que são as políticas do turismo, como é o caso da OMT.

Em Portugal, a história do turismo não tem início preciso, mas acredita-se que o seu início se situe entre 1700 e 1850. Todavia, é no século XX, por volta da década de 60, que o Turismo apresenta um maior crescimento e a fomentar a existência de um ambiente de interesse e que proporciona-se a sua evolução.

Portugal tem conseguido manter a sua participação a nível mundial, ao contrário do que se verifica com muitos dos seus concorrentes europeus, apesar da emergência de novos destinos que têm afastado os turistas dos mercados tradicionais. Não obstante ter havido recentemente uma expansão significativa da oferta turística no que respeita aos alojamentos turísticos, verifica-se, por outro lado, um movimento no sentido de uma maior diversificação da oferta.

Contudo há que valorizar ou salientar os impactos que as medidas impostas pela troika vieram ter no sector. Assim, enumeram-se de seguida as principais medidas impostas pela mesma:

- Relativamente ao IRS, quem recebe apoios sociais como o subsídio de desemprego ou o rendimento social de inserção vai passar a ter de declarar estes rendimentos;
- O aumento do IVA sobre a electricidade e o gás natural da taxa de 6% para 23%;

- O tabaco e os veículos são alvos de novos aumentos de impostos;
- Subida do imposto municipal sobre imóveis (IMI). O IMI vai ser reforçado através da reavaliação do valor patrimonial;
- As horas extraordinárias vão render menos aos trabalhadores;
- No que se refere aos despedimentos individuais, as indemnizações vão descer;
- O subsídio de desemprego vai passar a ter a duração máxima de 18 meses e o valor máximo do subsídio que será pago a quem perder o emprego será de 1.048,05 euros;
- Corte progressivo no valor do subsídio de desemprego que deverá ser de, pelo menos, 10% assim que tenham decorrido os primeiros seis meses;
- Cortes nas pensões acima de 1500 euros;
- Redução de trabalhadores no Estado é para continuar até 2013;
- Cortes nos subsídios de férias e de natal dos funcionários públicos;
- Aumento das taxas moderadoras nos hospitais;
- Redução das isenções de pagamento das taxas moderadoras;
- Cortes nas participações do sistema da ADSE (função pública), ADM (militares) e SAD (polícias);
- Fecho de uma em cada cinco repartições locais de finanças.
- Linha do TGV Lisboa – Porto suspensa enquanto durar o programa de ajuda a Portugal;
- Privatizações: TAP, EDP e Redes Energéticas Nacionais (REN);
- Eliminar as Golden Shares.

Assim, perante este cenário nacional, o sector do turismo pode sempre registar uma forte quebra de receitas.

No que se refere às perspectivas para o futuro do turismo português, o Governo pretende reforçar a área do turismo, estimulando a convergência estratégica e a eficiência dos investimentos promocionais, concentrar a actuação promocional em mercados externos mais relevantes para Portugal e nos quais os destinos e produtos nacionais detenham uma melhor posição competitiva, mas não descurando os mercados emergentes que se mostrem mais promissores e o público-alvo constituído pelos luso-descendentes.

Portugal possui recursos e potencialidades turísticas extraordinárias sobre as quais se tem vindo a desenvolver uma actividade relevante e com peso crescente na economia do país. Para o reforço do posicionamento do *cluster* (nicho de mercado) turismo – lazer em Portugal, tendo como base a qualificação da oferta turística, a modernização da gestão turística e das formas de acesso aos mercados, as medidas que integram o lançamento de

um novo quadro de apoio financeiro ao investimento, público e privado, centrado no desenvolvimento de novos pólos turísticos da excelência e na requalificação das zonas turísticas consolidadas, bem como através do Plano de Intervenção Turística para melhoramento das condições gerais dos espaços públicos e dos equipamentos de interesse turístico.

Em Portugal, o turismo é uma actividade que tem um efeito multiplicador capaz de fomentar o desenvolvimento indirecto de outros sectores de actividade, nomeadamente nas áreas económica, patrimonial, territorial e até social. Trata-se de uma actividade com um carácter multi-disciplinar, o que lhe confere algumas exigências adicionais de coerência de articulação, bem como esforço comum entre as entidades que por ele estão responsáveis e que nele actuam.

Num futuro, para o bem-estar económico e por consequência para o bem-estar político, porque um implica o outro, Portugal deve centrar-se nas empresas ligadas às actividades turísticas e afirmar as actividades hoteleiras, de forma a fomentar o crescimento do número de postos de trabalho, contribuindo, positivamente, para a diminuição do índice de pobreza.

O turismo português tem de deixar de ser pensado exclusivamente em termos da atracção em massa de visitantes, para passar a ser pensado em termos da optimização dos proveitos que podem ser obtidos do conjunto de visitantes que se desloca ao nosso país, nomeadamente porque a tendência é para que a quota de mercado do turismo na Europa diminua.

É preciso gerir e planear criteriosamente o processo de desenvolvimento do turismo em Portugal. Gerir e planear significam nomeadamente o seguinte: saber aquilo que temos para oferecer (*“inventário”*); saber como se pode utilizar aquilo que temos (*“definir capacidades e limites de utilização”*); saber o que é que os visitantes procuram nos nossos municípios (*“procura”*); saber como oferecer produtos que estejam em sintonia com a oferta e com os objectivos de desenvolvimento das comunidades locais (*“desenvolvimento local”*).

Se tais objectivos forem alcançados conseguir-se-á fazer com que os visitantes fiquem mais agradados com as suas visitas e, simultaneamente, conseguir-se-ão sanar, ou atenuar, muitos dos problemas: baixo tempo médio de permanência dos visitantes; excessiva concentração geográfica em determinadas parcelas do território e baixas receitas por visitante.

Os impactos criados pelo turismo têm uma tradução essencialmente local. Apesar do facto da movimentação de pessoas se dar entre países, os impactes gerados pelo turismo são, na maior parte das situações, sentidos numa escala regional/local. Isto é, é ao nível local que são criados postos de trabalho; que a melhoria dos rendimentos das famílias se processa; é ainda ao nível local que têm de ser equacionadas diversas necessidades adicionais criadas pelo sector do turismo em áreas tais como abastecimento de água, saneamento, electricidade, recolha de lixos, etc. Daí que tenha que ser ao nível local que diversas políticas de actuação na área do turismo tenham de ser pensadas.

Por definição, nível local entende-se o concelho bem como a região onde se insere. A relação do Turismo para com as Relações Internacionais prende-se com o facto de a Globalização ter levado a que preciosidades locais se tornem preciosidades globais. Como exemplo, temos a cidade de Évora, cujo património cultural, enquanto património mundial da Humanidade, é possível vender a cidade só por imagens na Internet, fazendo da mesma um fenómeno mundial. Assim, tal como a cidade de Évora, também a sua Capela dos Ossos, tornam mais fácil compreender o passado ocidental e a influência de outros povos que a visitaram. Tudo isto é possível ser visto e compreendido, muitas vezes, sem sair do lugar, uma vez que transformamos uma história local numa história global, acessível através de meios de comunicação que se encontram facilmente disponíveis nos tempos que correm. A compreensão do passado permite-nos melhor prever e não só reagir mas ser pró-activos no futuro do mundo. Vivemos numa gramática de civilizações, onde a compreensão e a “venda” desse serviço (que para além de rentável) permite a troca de culturas e melhor perspectivar o mundo, independentemente das doutrinas das Relações Internacionais que sigamos. O turismo pode ser *Realista* (o agente económico luta pelo poder na esfera mundial, poder económico e político), pode ser *Construtivista* (o turismo em si é uma construção da realidade como qualquer outra realidade social), o turismo pode seguir uma doutrina *Neo-marxista* (o turismo como toda a actividade económica é uma exploração do homem pelo homem e a sua “libertação” faz-se pela luta de classes: operador turístico versus trabalhador de turismo e clientes).

## 9.1 Aplicabilidade das normas, acções e políticas a

### Portugal

As políticas públicas em turismo são ferramentas primordiais para o planeamento turístico de uma localidade e a sua aplicação visa garantir o desenvolvimento sustentável da actividade por intermédio da intervenção do poder público. Portugal encontra-se numa situação vulnerável, em que é preciso estar atento ao cenário global, tendo, frequentemente, de sujeitar-se àquilo que são as decisões comunitárias e as suas directrizes, adaptando-as, assim, ao contexto nacional e à forma como podem melhorar o sector turístico. É de realçar o papel do Estado no desenvolvimento do turismo, com ênfase nas políticas públicas como vectores desse mesmo processo.

As políticas para o turismo devem ser conduzidas para que contribuam para a melhoria do nível de vida das populações das regiões e respondam às suas necessidades.

O turismo como uma força pró-activa que se desenvolve apropriadamente, procura maximizar os retornos positivos para o crescimento de toda a comunidade enquanto minimiza os custos para o meio ambiente e para a cultura.

No que respeita ao papel do Estado no desenvolvimento da actividade turística, o mesmo deve esforçar-se por ser intervencionista e participar activamente no crescimento do sector, pois com a chamada globalização, o próprio Estado tende a diluir-se, diminuindo, também por consequência, os potenciais de soberania do Estado, que passam a não ter o mesmo papel que tinham no século XIX ou em boa parte do século XX.

Anteriormente, o Estado intervinha no plano económico para condicionar políticas sociais, actuando no sentido de tirar recursos da sociedade por meio dos sistemas fiscais e redistribuí-los. Nesse mesmo processo, reformulava, igualmente, as suas bases institucionais de legitimidade. Agora, na actualidade, mesmo nesse aspecto, o Estado começa a enfrentar alguns problemas e a deparar-se com algumas dificuldades, pois perante o cenário global e as políticas definidas pelos organismos internacionais, como é o caso da OMT, o Estado está enfraquecido, vendo-se obrigado a submeter-se às normas da esfera global.

Assim, no que respeita ao papel dos actores envolvidos na actividade turística, o sector público tem um papel primordial e as suas principais funções têm sido formular

políticas para o segmento e aprovar estratégias para o seu desenvolvimento. Além das funções básicas de regular, fiscalizar e regulamentar as políticas, cabe ao Estado intervir nas áreas fiscais e financeiras, objectivando o desenvolvimento das infra-estruturas e outras aplicações, bem como o estabelecimento de condições favoráveis para a operação do sector privado na promoção do turismo interno e externo. Então, neste sentido, a definição do papel do poder público é de extrema valia dentro do processo de desenvolvimento sustentável do turismo e dentro da óptica de intervenção estratégica do Estado na definição, por intermédio das políticas públicas, dos rumos tomados pela actividade no país.

O Estado precisa ser reformulado a partir de outra sistemática, mais abrangente, pois dentro do sistema, com a chamada globalização, o próprio Estado começa a diluir-se. Diminuem também os potenciais de soberania do Estado.

Assim e neste sentido a definição do papel do poder público é de extrema valia dentro do processo de desenvolvimento sustentável do turismo e dentro da óptica de intervenção estratégica do Estado na definição, por intermédio das políticas públicas, dos rumos tomados pela actividade no país.

Hoje o cenário é de um Estado que se encontra a redefinir o seu papel, tentando agir mais como regulador. A realização de projectos tendo como elemento central investimentos gerais e de infra-estruturas somente com recursos públicos é uma prática em desuso.

## 9.2 Exemplos

### 9.2.1 Pent – Plano Estratégico Nacional para o Turismo – 2006/2015

Portugal centrou essencialmente a actividade turística num único produto desde a década de 60: o produto tradicional “Sol e Mar”, mais conhecido pelo turismo dos 3 “S” – Sun, Sea and Sand. A competitividade com outros países como a Espanha, a França, a Turquia, a Grécia, a Tunísia, entre outros, que oferecem o mesmo tipo de produto, alertam-nos para a necessidade de diversificação da oferta. Para tal, tem-se procurado diversificar a oferta de produtos no sentido de, por um lado combater a extrema dependência do turismo “Sol e Mar”, e por outro harmonizar o aproveitamento do espaço territorial português. O “Plano Estratégico Nacional de Turismo” 2006-2015 (PENT), é disso exemplo.

O desenvolvimento do turismo constitui, actualmente, uma preocupação central da política de desenvolvimento e do ordenamento territorial em Portugal, entre 2006 e 2015.

O PENT é exemplo de uma nova fase para o sector do Turismo em Portugal. É de destacar, entre as várias medidas, o esforço crescente na dinamização e diversificação da oferta. O PENT define as acções para o crescimento sustentado do turismo nacional e formula os objectivos e linhas de desenvolvimento estratégico para o sector, materializando-os em 5 eixos de actuação, através de 11 projectos de implementação.

Os Eixos de actuação são os seguintes:

1. Território, Destinos e Produtos
2. Marcas e Mercados
3. Qualificação de Recursos
4. Distribuição e Comercialização
5. Inovação e Conhecimento

Os projectos de implementação são os que abaixo se indicam:

1. Produtos, Destinos e Pólos
2. Urbanismo, Ambiente e Paisagem
3. Desenvolvimento de conteúdos distintivos e inovadores
4. Eventos
5. Acessibilidade aérea
6. Marcas, Promoção e Distribuição
7. Programa de Qualidade
8. Excelência no Capital Humano
9. Conhecimento e Inovação
10. Eficácia do relacionamento Estado – Empresas
11. Modernização Empresarial

O PENT apresenta-se como uma grande oportunidade para um forte desenvolvimento do sector a nível qualitativo e quantitativo.

Esta estratégia passa, igualmente, por consolidar e desenvolver 10 produtos estratégicos. Portugal dispõe das “ matérias-primas” – condições climáticas, recursos naturais e culturais – potenciadoras do desenvolvimento e consolidação de 10 produtos.

Para Cunha (2003), é fulcral atender não só aos valores pessoais dos turistas, bem como ao fortalecimento da cultura e preservação do património, a que o autor chama de “Novo Turismo” caracterizado pelos 3 novos “S” - Sophistication, Specialization and Satisfaction. Assim, tem-se procurado diversificar a oferta de produtos estratégicos, tais como:

1. Sol e Mar – Turismo que se pratica na zona do **Algarve**
2. Touring Cultural e Paisagístico – A cidade de Évora permite efectuar um Touring Cultural e Paisagístico, tanto só a nível da cidade, bem como dos arredores.

3. City Break – Pequenos circuitos por cidades como **Évora, Porto e Lisboa**
4. Turismo de Negócios –**BTL (Bolsa de Turismo de Lisboa), Porto, Algarve**
5. Turismo de Natureza – Badoca – Safari Park – **Vila Nova de Santo Santo André**
6. Turismo Náutico (inclui cruzeiros) – Turismo praticado na **Amieira Marina**
7. Saúde e Bem-estar – Turismo praticado nas termas, por exemplo em **Castelo de Vide**.
8. Golfe – Campos de Golfe, Torneios
9. Resorts Integrados e Turismo Residencial
10. Gastronomia e Vinhos – Viagens realizadas onde o principal interesse se prende com a degustação da gastronomia local e respectivos vinhos.

Os produtos turísticos estratégicos foram seleccionados tendo em conta os recursos e os factores distintivos de Portugal, mas também o seu potencial de crescimento futuro.

Também o Estado deve ter uma intervenção activa no sector do Turismo, bem como ter em atenção as necessidades do mesmo e actuar de forma a não causar desequilíbrios e carências no sector turístico.

O papel do Estado tem evoluído ao longo dos tempos e difere de país para país, contudo tem em atenção, sempre, as formas como deve agir. Assim, pode dizer-se que o Estado deve ser, de acordo com Cunha (2003):

a) Promotor – o desenvolvimento da promoção transformou-se na primeira definição do papel dos responsáveis pelas políticas nacionais do turismo e o Estado assumiu o papel de promotor do turismo, em especial, no estrangeiro.

b) Estimulador – a preocupação passou a ser, cada vez mais, a de aumentar os fluxos turísticos através da criação de novos pólos de atracção, da valorização turística de certas zonas, da criação de novos itinerários e circuitos turísticos para descongestionar as principais vias de penetração e da construção de infra-estruturas: vias de comunicação, aeroportos, saneamento básico.

Ainda de acordo com o autor, através da injeção de fundos e pela concessão de facilidades fiscais, o Estado procura suscitar o interesse da iniciativa privada e, ao mesmo tempo, desenvolver a formação de profissionais.

c) *Intervencionista* – segundo Cunha (2003), o desenvolvimento acelerado do turismo cedo se confrontou com os problemas inerentes ao crescimento muito rápido da procura e alguns governos tiveram de assumir a responsabilidade não só de atrair os turistas mas também de os proteger enquanto consumidores. Os próprios organismos internacionais contribuíram para que os Estados passassem a assumir novas responsabilidades em áreas de interesse para o turismo como é o caso da UNESCO e do Conselho da Europa com as suas iniciativas na defesa do património natural, histórico e cultural.

Segundo o autor, o estado deve saber gerir as crises e surge, então, nos novos tempos do turismo como o responsável pela resolução de problemas, da gestão das crises e impulsionador de mudanças.

O Estado deve trabalhar na promoção dos países de forma a maximizar os benefícios do sector do turismo. Deve defender a imagem do país, maximizar as vantagens para a economia nacional, remediar as falhas do mercado e fomentar a existência de campanhas de promoção do turismo interno, tal como o “*Vá para fora, cá dentro*”.

Contudo e de acordo com Lickorish et al (1997) “*as funções do Estado relativamente ao turismo podem resumir-se da seguinte forma:*

1. *Formulação de políticas e aprovação de estratégias de desenvolvimento;*
2. *Regulamentação, inspecção e protecção dos consumidores;*
3. *Providenciar um fórum consultivo como base para a coordenação do Governo e entre este e os sectores públicos e privados;*
4. *Acção Fiscal*
5. *Assistência financeira para o desenvolvimento, em especial pela criação de infra-estruturas e correcção de falhas do mercado;*
6. *Estabelecimento de condições favoráveis ao crescimento do sector privado*
7. *Fornecimento de estatísticas e informações técnicas económicas*
8. *Promoção dos destinos nacionais nos países estrangeiros”*

No turismo, o Estado deve intervir, essencialmente, em áreas como: coordenação, promoção, planeamento, regulamentação, criação de incentivos e estímulos e produção. (Cunha, 2003).

Este Plano tem como objectivo “ (...) traçar, com o contributo de todos, um caminho estável de acção, com metas e objectivos claros, que permita ao Turismo contribuir decisivamente para o bem-estar da população portuguesa, através da geração de riqueza, da criação de postos de trabalho, da capacidade que lhe é inerente de promover a coesão territorial” (PENT:3). Pretende posicionar Portugal como um dos destinos de maior crescimento na Europa, com taxas previstas entre os 2,7% ao ano para as regiões do Algarve e R.A. Madeira e os 10,8% ao ano para o Alentejo, até 2015. Neste sentido aposta na consolidação e desenvolvimento de 10 produtos turísticos estratégicos.

De forma mais sintética, o Turismo português deverá qualificar a oferta, passando, por isso, por uma fase de ordenamento do território, pelo licenciamento e fiscalização dos empreendimentos turísticos, bem como apostar em métodos e sistemas eficazes de controlo de qualidade para que possa melhor classificar os locais disponíveis aos turistas. Contudo, a promoção externa de Portugal e a coordenação eficaz dos agentes turísticos e a formação e certificação nas mais diversas áreas do turismo são, igualmente, um grande contributo para o sector.

## Conclusão: Análise e Reflexão Crítica

A análise da OMT assevera-se ser da maior importância, pois ao regular os fluxos turísticos mundiais, e ao oferecer uma compreensão cabal e aprofundada quer do lado da procura quer do lado da oferta, quer dos intermediários no processo turístico, permite compreender a dimensão da variável turística como um eixo geoestratégico.

A dimensão do trinómio PLA assegura que através do seu aprofundamento e compreensão, as políticas públicas e privadas face ao turismo estão inseridas no âmbito da *Global Governance*.

A análise de dimensões como o PENT a nível nacional e local, a análise do conceito de turismo sustentável, alicerçam âncoras de desenvolvimento económico e explicam a dimensão da OMT e do turismo no paradigma das relações internacionais. Quer sejam, análises enquadradas no paradigma realista das Relações Internacionais, ou seja, da lógica do poder pelo poder, quer sejam análises liberais, e deixar o mercado fluir livremente.

Esta tese permite infirmar recorrendo ao caso local e nacional português e ao seu enquadramento mundial a importância do estudo do turismo e da OMT como um veículo geoestratégico do ordenamento do espaço internacional.

A expansão do turismo tem a sua génese na Revolução Industrial e está directamente relacionada com três causas: o aumento dos tempos livres, o progresso e desenvolvimento dos meios de transporte, e a melhoria do nível de vida principalmente nos países mais desenvolvidos.

Segundo Badaró (2008), o crescimento do turismo é um dos principais fenómenos políticos culturais, económicos e sociais do século XX, atingindo uma dimensão mundial ainda hoje relevante na economia global. Esta silenciosa revolução começou no século XIX com o processo de massificação do sector turístico, graças ao desenvolvimento das tecnologias de transporte da época, facilitando mais as viagens das pessoas. A formulação e implementação de planos e programas para a expansão internacional dos serviços de turismo devem ocorrer em parceria entre o governo, as instituições competentes e o sector privado, tendo em consideração também as recomendações dos órgãos internacionais habilitados para tal.

Cada vez mais o turismo é visto como factor estratégico pelas entidades estatais na busca de políticas verdadeiramente dinamizadoras, que promovam o desenvolvimento local, regional e concorram para a coesão social.

Tal como referido na introdução, a necessidade de existir um organismo internacional que se preocupe com as questões do turismo prende-se com o facto de o turismo se apresentar, na sua forma mais simples, como uma corrente massiva que se desloca desde um mercado de origem até um núcleo receptor. Tal facto revela a necessidade de disciplina no contexto global onde opera o turismo, visando dotá-lo de uma racionalidade económica, política e social, que permita controlar as variáveis envolvidas, com o objectivo de obter o pleno desenvolvimento das suas potencialidades.

O turismo vem-se assumindo, ao longo dos últimos cinquenta anos, como uma actividade económica vigorosa capaz de contribuir de forma eficaz para o desenvolvimento económico e diversificação das actividades geradoras de riqueza. A capacidade de gerar tais impactos económicos para um qualquer destino turístico, seja uma cidade, uma região, ou um país advém dos seus visitantes, dos respectivos gastos e do efeito multiplicador decorrente da sua presença.

A sustentabilidade do turismo é no presente, já não uma utopia, olhada com desconfiança, mas antes uma absoluta necessidade, assim encarada pelo vasto conjunto de agentes envolvidos na actividade turística. É hoje comum entre aqueles agentes a ideia de que o desenvolvimento da sua actividade apenas poderá ser garantido através da compatibilização daquela com os recursos patrimoniais locais existentes, sejam eles ambientais ou culturais, já que são estes valores, devidamente preservados e valorizados, que funcionam como atractivos turísticos.

O turismo tem vindo a assumir uma posição de destaque no contexto do actual processo de internacionalização da economia designado de globalização, sendo considerado um sector estratégico para países e regiões que procuram o desenvolvimento económico. Trata-se de uma actividade que apresenta grande potencial de expansão em escala mundial.

O processo de globalização deu origem não só a uma crescente interdependência, mas também a fortes desigualdades internacionais.

O conceito de globalização denota muito mais do que a ampliação de relações e actividades sociais, atravessando regiões e fronteiras. Sugere, igualmente, uma magnitude ou intensidade crescente de fluxos globais, de tal modo que os Estados e as sociedades ficam cada vez mais envolvidos em sistemas mundiais e redes de interacção.

Com a globalização temos, também, uma modificação da oferta turística, caracterizada pela homogeneização e pela instabilidade, produzidos pela modernidade e pelo capitalismo, onde o consumidor desta segmentação é o pós-turista<sup>1</sup>. A literatura mais recente já aponta uma retracção da procura por “pacotes padronizados”, enquanto cresce a procura por destinos considerados “exóticos”, para que o turista possa vivenciar com significado e autenticidade o local visitado.

A OMT define que *"o turismo compreende actividades desenvolvidas por pessoas ao longo de viagens e estadas em locais situados fora do seu enquadramento habitual por um período consecutivo que não ultrapasse um ano, para fins recreativos, de negócios e outros"*, definição esta que já inclui actividades não tão turisticamente convencionais, tais como o turismo de negócios e eventos, como também o excursionista.

O mercado está cada vez mais competitivo, os destinos concorrem mundialmente, na globalização todos têm, ou pretendem ter, a mesma visibilidade, principalmente se for tido em consideração o uso da internet como meio de divulgação. Porém outras oportunidades também podem ser observadas neste novo mercado.

Com a segmentação do mercado, temos uma oferta de novos tipos de produtos turísticos, sendo esses mais específicos a cada tipo de consumidor.

As possibilidades são inúmeras, o que permanece constante é o desejo do turista de que lhe seja prestado o melhor tipo de serviço, satisfazendo assim os seus desejos e necessidades.

Alguns factores podem pesar na escolha do turista, estes factores são limitadores da escolha, principalmente em função do poder aquisitivo dos consumidores, estes passam a ser factores de distinção e/ou até mesmo de exclusão social, são esses: o *preço* dos destinos, o *meio de transporte* utilizado para chegar a tal destino, o *local*, a *sazonalidade* que interfere directamente no preço, a *distância* do destino, empresas de *credibilidade* para efectuar a compra, a *moda* e a *segurança* do local. A partir dos mais recentes mercados emergentes e das mudanças de oferta, temos um verdadeiro ajuste, através de novos produtos turísticos e de modificações feitas nos produtos antigos.

O Turismo deve continuar a ser, no futuro, um sector de aposta crescente na medida em que:

- a) Contribui para o Produto Interno Bruto (PIB)
- b) Contribuição do turismo para a criação de empregos, na medida em que a atividade turística é uma indústria que depende, em grande parte, do factor humano, pois é óbvio que favorece a criação de emprego.
- c) O turismo como motor da atividade empresarial, pois é considerado, também, como um motor da atividade empresarial, devido às suas múltiplas conexões com os

demais sectores da economia. A atividade turística está composta por um grupo heterogêneo de empresas.

Por outro lado, o turismo necessita do estabelecimento de *infra-estruturas* das quais beneficiam os demais sectores da economia e a população de moradores dos destinos. Assim, por exemplo, a construção de um aeroporto melhora o acesso a regiões turísticas e, também, facilita o intercâmbio industrial e comercial da própria comunidade residente. Devido ao custo dessas *infra-estruturas*, o turismo costuma atrair investimentos estrangeiros, sobretudo nos países em desenvolvimento, animados pelo constante crescimento da oferta turística e a relativa rapidez em conseguir lucros, ao compará-lo com outras indústrias.

Outro benefício económico do turismo amplamente reconhecido é, não só o aumento dos lucros na área em que se desenvolve, mas, também, a melhoria na sua distribuição, tanto em termos de população como em termos da contribuição para o equilíbrio regional de um país.

Em geral, pode-se afirmar que o turismo representa uma possibilidade de melhoria económica no nível de vida da população residente, assim como um instrumento excelente para acelerar as possíveis mudanças positivas que possam operar no lugar onde se desenvolva.

No contexto das doutrinas fundadoras da Global Governance, no que se refere à OMT e, utilizando os conceitos geoestratégicos de Nye (2004), mais precisamente, o *hardpower* e o *softpower*. O *hardpower* trata-se de um conceito usado no realismo e habitualmente utilizado nas relações internacionais e refere-se ao poder nacional que advém de meios militares e económicos, ou seja, trata-se da capacidade de coagir ou induzir.

O conceito de *softpower* tem origem na diplomacia, cultura e história. Trata-se da habilidade de um corpo político, um Estado, para influenciar o comportamento ou interesses de outros corpos políticos por meios culturais ou ideológicos. O turismo de cada país pode ser influenciado pelo contexto cultural, social e até mesmo económico de outro país, podendo, mesmo, assumir certas ideologias e assumindo outros comportamentos, direcionando-se mais em uma direcção do que noutra e focalizando-se naquilo que acontece no mesmo sector em países cujos contextos ideológicos, culturais e sociais são iguais ou semelhantes.

Relativamente a Portugal e no que se refere a medidas públicas, podemos considerar que o PENT poderá estar desactualizado, uma vez que se compararmos as suas medidas iniciais poderemos perceber que não está de acordo e não foi pensado à luz da conjuntura actual do país em que vivemos bem como da sua economia que se encontra fortemente condicionada pelas medidas da tróica, entre as quais, os cortes dos subsídios de férias dos funcionários públicos que condiciona em muito e faz baixar as receitas do sector turístico.

Contudo, futuramente, o sector deve olhar em frente e adquirir responsabilidades bem mais acrescidas para os próximos anos. Deverá existir um esforço para consolidar o sector bem como a criação de novas políticas incentivadoras e parcerias com colaboradores, por forma a renovar o período positivo que o sector iniciava à data do PENT. O PENT ou qualquer outra política criada para enaltecer o sector, deverá recentrar os mercados, continuar a apostar na qualidade e desenvolvimento do sector bem como reanalisar a estratégia inicial à luz do cenário nacional por forma a torná-la inovadora, ao mesmo tempo que repensa os produtos estratégicos e os seus principais polos de desenvolvimento, criando pacotes acessíveis à economia dos potenciais turistas estrangeiros mas também nacionais, pois é necessário prever a economia, pois essa é a condição prévia para o desenvolvimento económico e para a mudança social. A competitividade turística do país em relação ao resto do mundo tem melhorado nos últimos tempos, pois, citando Cunha (2003) *“a oferta tem que se adaptar às necessidades de uma clientela com origens muito diferenciadas e à intensificação da concorrência, que obriga os destinos a reforçarem o seu carácter distinto e único”*, uma vez que o turista se encontra cada vez mais informado e exigente.

## Referências Bibliográficas

**Badaró, Rui** (2008) – *Direito internacional do turismo: o papel das organizações internacionais no turismo*. São Paulo. Editora Senac

**Baumann, Zygmunt** (1999) – *Globalização: As consequências humanas*. Tradução de *Marcus Penchel*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor

**Butler, R. W.** (2001) *Tourism in the 21st Century: Maintaining the Unsustainable or Attaining the Sustainable?* Canada

**Butler, R.W.** (1994). *Seasonality in Tourism: Issues and Problems*, in Seaton et al. (eds.), *Tourism – The State of the Art*, Chichester

**Carvão, Sandra** (2009) – *Tendências do Turismo Internacional*, consultado em: <http://www.exedrajournal.com/docs/S-tur/02-Sandra-Carvao-32.pdf> em 12/12/2010 às 15h25m

**Centro Regional de Informação das Nações Unidas** – *Objectivos de Desenvolvimento do Milénio* - <http://www.unric.org/pt/objectivos-de-desenvolvimento-do-milenio-actualidade>, consultado em 08/06/2012 às 16h38.

**Código Mundial de Ética do Turismo**, consultado em: <http://www.madeiraislands.travel/pls/madeira/docs/F1522518145/Codigo%20Etica%20do%20Turismo-PT.pdf> em 20/06/2011 às 12h57m

**Cunha, Licínio** (2001) - *Introdução ao Turismo*. Lisboa: Editorial Verbo

**Cunha, Licínio** (2006) – *Economia e políticas do turismo*. Lisboa: Editorial Verbo

**Ferreira, Luís** (2009) – *Impactos do turismo nos destinos turísticos* Revista Científica do Iscet, Percursos & Ideias – nº1 – 2ª Série 2009

**Goeldner, Ritchie e McIntosh** (2000) – *Turismo – princípios, práticas e filosofias*. Artmed Editora, S.A.

**Marques, Albano J.** (2007) – *Introdução à Hotelaria*. Barcelos, Civilização Editora.

**Marujo, Maria Noémi** (2008) – *Turismo e Comunicação*. Castelo Branco, RVJ Editores.

**Matias, Álvaro** (2008) – *Avanços em Economia e Gestão do Turismo*. Instituto Piaget.

**Nascimento e Silva (2009)** - *Turismo Pós-Moderno : Dilemas e Perspectivas para uma Gestão Sustentável*, consultado em:

<http://www2.ifrn.edu.br/ojs/index.php/HOLOS/article/viewFile/258/263> em 11/11/2010 às 21h15m.

**Nye, Joseph (2004)**- *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. Public Affairs

**Organização Mundial de Turismo** [www.unwto.org/aboutwto/why/en/why.php?op=1](http://www.unwto.org/aboutwto/why/en/why.php?op=1)  
- consultado em 10 de Janeiro de 2012, às 13h40m.

**Organização Mundial de Turismo (2005)** – *Iniciativas Voluntárias para o Turismo Sustentável*. São Paulo, Brasil. Roca Ltda.

**Organização Mundial de Turismo, UNWTO.** *World tourism barometer*. Madrid: OMT - <http://unwto.org/facts/menu.html> - consultado em 05 de Dezembro de 2011, às 11h22m.

**PENT** – *Plano Estratégico Nacional de Turismo*, consultado pela última vez em : [http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/conhecimento/planoestrategiconacionaldoturismo/Anexos/PENT\\_VERSAO\\_REVISTA\\_PT.pdf](http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/conhecimento/planoestrategiconacionaldoturismo/Anexos/PENT_VERSAO_REVISTA_PT.pdf) em 01/09/2011 às 13h00m

**Reisinger, Yvette** – *International Tourism – Cultures and Behavior*.

**Relatório da Organização Mundial do Turismo para as Nações Unidas Secretário-Geral**, em preparação para a Reunião de Alto Nível sobre a Revisão intercalar global e abrangente do Programa de Acção para os Países Menos Desenvolvidos para a Década 2001-2010 em: <http://www.un.org/specialrep/ohrrls/ldc/MTR/WorldTourisminput.pdf> consultado em 06/08/2011 às 21h34m.

**Sousa, Vasconcelos Gonçalo, (2005)** – *Metodologia da Investigação, Redacção e Apresentação de Trabalhos Científicos*. Porto: Livraria Civilização Editora.

**Tocqueville, Alexis de. (1989)** - *O Antigo Regime e a Revolução*. Lisboa. Fragmentos.

**Turismo de Portugal, I.P.** - <http://www.turismodeportugal.pt> - consultado em 05 de Abril de 2012, às 20h55m.

**Zweifel, Thomas (2006)** - *International Organizations & Democracy*, United States of America, Lynne Rienner Publishers.

# ANEXOS

## ANEXO 1

**Quadro 1 – Membros Europeus da Organização Mundial de Turismo.**

<b>Europa</b>		
<b>Membros</b>		
1-	Albania	<a href="http://www.albaniantourism.com">www.albaniantourism.com</a>
2-	Alemania	<a href="http://www.germany-tourism.de">www.germany-tourism.de</a>
3-	Andorra	<a href="http://www.andorra.ad">www.andorra.ad</a>
4-	Arménia	<a href="http://www.minted.am/en">www.minted.am/en</a>
5-	Austria	<a href="http://www.austria-tourism.at">www.austria-tourism.at</a>
6-	Azerbaijón	<a href="http://azerbaijan.tourism.az">azerbaijan.tourism.az</a>
7-	Belarús	--
8-	Bosnia y Herzegovina	<a href="http://www.bhtourism.ba">www.bhtourism.ba</a>
9-	Bulgaria	<a href="http://www.bulgariatravel.org">www.bulgariatravel.org</a>
10-	Chipre	<a href="http://www.visitcyprus.org.cy">www.visitcyprus.org.cy</a>
11-	Croacia	<a href="http://www.croatia.hr">www.croatia.hr</a>
		<a href="http://www.mmtpr.hr">www.mmtpr.hr</a>
12-	Eslovaquia	<a href="http://www.slovakiatourism.sk">www.slovakiatourism.sk</a>
13-	Eslovenia	<a href="http://www.slovenia-tourism.si">www.slovenia-tourism.si</a>
14-	España	<a href="http://www.tourspain.es">www.tourspain.es</a>
15-	ex República Yugoslava de Macedonia	<a href="http://www.exploringmacedonia.com">www.exploringmacedonia.com</a>
16-	Federación de Rusia	<a href="http://www.russiatourism.ru">www.russiatourism.ru</a>
17-	Francia	<a href="http://www.franceguide.com">www.franceguide.com</a>
18-	Georgia	<a href="http://www.tourism.gov.ge">www.tourism.gov.ge</a>
19-	Grecia	<a href="http://www.qnto.gr">www.qnto.gr</a>
20-	Hungría	<a href="http://www.hungarytourism.hu">www.hungarytourism.hu</a>
21-	Israel	<a href="http://www.tourism.gov.il">www.tourism.gov.il</a>
22-	Italia	<a href="http://www.enit.it">www.enit.it</a>
23-	Kazajstán	<a href="http://www.president.kz">www.president.kz</a>
24-	Kirguistán	--
25-	Letonia	<a href="http://www.latviatourism.lv/">www.latviatourism.lv/</a>
26-	Lituania	<a href="http://www.tourism.lt">www.tourism.lt</a>
27-	Malta	<a href="http://www.visitmalta.com">www.visitmalta.com</a>
28-	Mónaco	<a href="http://www.monaco-tourisme.com">www.monaco-tourisme.com</a>
29-	Montenegro	<a href="http://www.montenegro.travel">www.montenegro.travel</a>
30-	Noruega	<a href="http://www.visitnorway.com">www.visitnorway.com</a>
31-	Países Bajos	<a href="http://www.holland.com">www.holland.com</a>
32-	Polonia	<a href="http://www.poland.gov.pl">www.poland.gov.pl</a>
33-	<b>Portugal</b>	<a href="http://www.visitportugal.pt">www.visitportugal.pt</a>
		<a href="http://www.turismodeportugal.pt">www.turismodeportugal.pt</a>
34-	República Checa	<a href="http://www.czechtourism.com">www.czechtourism.com</a>
35-	República de Moldova	<a href="http://www.turism.md">www.turism.md</a>
36-	Rumania	<a href="http://www.romaniatourism.com">www.romaniatourism.com</a>
37-	San Marino	<a href="http://www.visitsanmarino.com">www.visitsanmarino.com</a>
38-	Serbia	<a href="http://www.serbia-tourism.org">www.serbia-tourism.org</a>
39-	Suiza	<a href="http://www.myswitzerland.com">www.myswitzerland.com</a>
40-	Tajikistán	--
41-	Turkmenistán	<a href="http://www.tourism-sport.gov.tm/en">www.tourism-sport.gov.tm/en</a>
42-	Turquía	<a href="http://www.tourismturkey.org">www.tourismturkey.org</a>
43-	Ucrania	<a href="http://www.tourism.gov.ua">www.tourism.gov.ua</a>
44-	Uzbekistán	<a href="http://www.uzbektourism.uz">www.uzbektourism.uz</a>
<b>Membros associados</b>		
<b>Comunidad Flamenca de Bélgica</b>		<a href="http://www.visitflanders.com">www.visitflanders.com</a>
<b>Madeira</b>		<a href="http://www.madeiratourism.org">www.madeiratourism.org</a>
<b>Observadores</b>		
<b>Santa Sede</b>		<a href="http://www.vatican.va">www.vatican.va</a>

## **ANEXO 2**

### **“Estatutos da Organização Mundial de Turismo”**

#### **ARTIGO 1**

Fica estabelecida a Organização Mundial de Turismo - denominada a "Organização" nos artigos subseqüentes - como organização internacional de caráter intergovernamental resultante da transformação da União Internacional dos Organismos Oficiais de Turismo

.

#### **ARTIGO 2**

A sede da Organização será determinada e poderá ser modificada a qualquer momento por decisão da Assembléia Geral.

#### **ARTIGO 3**

1. O objetivo fundamental da Organização é promover e desenvolver o turismo para contribuir à expansão econômica, à compreensão internacional, à paz, à prosperidade e ao respeito universal e à observância dos direitos e das liberdades humanas fundamentais, sem distinção de raça, sexo, língua e religião. A Organização tomará todas as medidas necessárias para alcançar esse objetivo.

2. Ao visar a esse objetivo, a Organização prestará particular atenção aos interesses dos países em desenvolvimento, no domínio do turismo.

3. Para definir seu papel central no campo do turismo, a Organização estabelecerá e manterá cooperação eficaz com os organismos competentes das Nações Unidas e sua agências especializadas. Com tal finalidade, a Organização procurará estabelecer laços de cooperação e de participação com o Programa de Desenvolvimento das Nações Unidas, como organização participante e encarregada da execução do programa.

#### **ARTIGO 4**

A condição de membro da Organização será acessível aos:

- a) Membros Efetivos;
- b) Membros Associados;
- c) Membros Filiados.

## ARTIGO 5

1. A condição de Membro Efetivo da Organização será acessível a todos os Estados Soberanos.
2. Os Estados cujos organismos oficiais de turismo forem Membros Efetivos da "UIOOT" na data da adoção dos presentes Estatutos pela Assembléia-Geral Extraordinária da "UIOOT" terão o direito de, sem necessidade de votação, tornar-se Membros Efetivos da Organização, mediante uma declaração formal de adoção dos Estatutos da Organização e de aceitação das obrigações inerentes à condição de membro.
3. Outros Estados poderão tornar-se Membros Efetivos da Organização, desde que a sua candidatura seja aprovada pela Assembléia-Geral por uma maioria de dois terços dos Membros Efetivos presentes e votantes, compreendendo tal maioria a maioria dos Membros Efetivos.

## ARTIGO 6

1. A condição de Membro Associado da Organização será acessível a todos os territórios ou grupos de territórios não responsáveis pelas próprias relações internacionais.
2. Os territórios ou grupos de territórios que forem Membros Efetivos da "UIOOT" na data da adoção dos presentes Estatutos pela Assembléia-Geral Extraordinária da "UIOOT" terão o direito de, sem necessidade de votação, tornar-se Membros Associados da Organização, desde que contem para isso com a aprovação do Estado responsável pelas respectivas relações internacionais, o qual deverá, em nome dos mesmos, declarar que esses territórios ou grupos de territórios adotam os Estatutos da Organização e aceitam as obrigações inerentes à condição de membros.
3. Os territórios ou grupos de territórios poderão tornar-se Membros Associados da Organização, desde que suas candidaturas obtenham a aprovação prévia do Estado Membro responsável pelas respectivas relações internacionais, o qual deverá, em nome dos mesmos, declarar que esses territórios ou grupos de territórios adotam os Estatutos da Organização e aceitam as obrigações inerentes à condição de membros. Essas candidaturas deverão ser apreciadas pela Assembléia por uma maioria de dois terços dos Membros Efetivos presentes e votantes, compreendendo tal maioria a maioria dos Membros Efetivos.
4. Quando um Membro Associado da Organização tornar-se responsável pelas suas próprias relações internacionais, terá o direito de tornar-se Membro Efetivo da Organização, mediante uma declaração formal escrita pela qual comunique ao Secretário-

Geral a adoção dos Estatutos da Organização e a aceitação das obrigações inerentes à condição de membro Efetivo.

#### ARTIGO 7

1. A condição de Membro Filiado da Organização será acessível às organizações internacionais, intergovernamentais e não governamentais que se ocupem de interesse especializados em turismo, e também às organizações comerciais e associações cujas atividades estejam relacionadas com os objetivos da Organização ou que participem de seu escopo.

2. Os Membros Associados da "UIOOT" na época da adoção dos presentes Estatutos pela Assembléia-Geral Extraordinária da "UIOOT" terão o direito de tornar-se Membros Filiados da Organização, sem necessidade de votação, mediante declaração de que aceitam as obrigações inerentes à condição de Membro Filiado.

3. Outras organizações internacionais, intergovernamentais e não governamentais que se ocupem de interesses especializados em turismo poderão tornar-se Membro Filiados da Organização, desde que apresentem por escrito ao Secretário-Geral sua candidatura à condição de membro, e desde que essa candidatura seja aprovada pela Assembléia por maioria de dois terços dos Membros Efetivos presentes e votantes, compreendendo tal maioria a maioria dos Membros Efetivos.

4. Organizações comerciais ou associações que se ocupem de interesses definidos anteriormente no parágrafo 1 poderão tornar-se Membros Filiados da Organização, desde que sua candidatura à condição de membro seja submetida por escrito ao Secretário-Geral e seja apoiada pelo Estado no qual se localize a sede do candidato. Tais candidaturas devem ser aprovadas pela Assembléia por maioria de dois terços dos Membros Efetivos presentes e votantes, compreendendo tal maioria a maioria dos Membros Efetivos.

5. Poderá ser constituído um Comitê de Membros Filiados que estabelecerá seu próprio regulamento submetendo-o à aprovação da Assembléia. O Comitê poderá ser representado nas reuniões da Organização. Poderá solicitar a inclusão de pontos na agenda. Poderá, igualmente, formular recomendações durante as reuniões.

6. Os Membros Filiados poderão participar das atividades da Organização, individualmente ou em grupo, no Comitê de Membros filiados.

#### ARTIGO 8

1. Os órgãos da Organização são os seguintes:
  - a) a Assembléia-Geral, doravante denominada a Assembléia;
  - b) o Conselho Executivo, doravante denominado o Conselho;
  - c) o Secretariado.
2. As reuniões do Conselho e da Assembléia serão realizadas na sede da Organização a menos que os mesmos órgãos o decidam de outra forma.

#### ARTIGO 9

1. A Assembléia é o órgão supremo da organização e será composta de delegados que representem os Membros Efetivos.
2. Quando das sessões da Assembléia, os Membros Efetivos e Associados serão representados por cinco delegados, no máximo, um dos quais, por indicação do Membro, será o Chefe da Delegação.
3. O Comitê dos Membros Filiados poderá designar um total de três observadores, e cada Membro Filiado poderá acreditar um observador para tomar parte nos trabalhos da Assembléia.

#### ARTIGO 10

A Assembléia reunir-se-á em sessão ordinária cada dois anos e em sessão extraordinária desde que o exijam as circunstâncias. As sessões extraordinárias poderão ser convocadas a pedido do Conselho ou da maioria dos Membros Efetivos da Organização.

#### ARTIGO 11

A Assembléia adotará seu próprio regulamento.

#### ARTIGO 12

A Assembléia poderá examinar qualquer questão e formular recomendações sobre qualquer assunto que se enquadre na competência da Organização, além das que lhe tenham sido atribuídas em outras passagens dos presentes Estatutos, serão as seguintes as atribuições da Assembleia:

- a) eleger o Presidente e os Vice-Presidentes;
- b) eleger os membros do Conselho;
- c) nomear o Secretário-Geral mediante recomendação do Conselho;

- d) aprovar o Regulamento Financeiro da Organização;
- e) fornecer diretrizes gerais para a administração da Organização;
- f) aprovar o regulamento de pessoal aplicável ao pessoal do Secretariado;
- g) eleger os comissários de contas, mediante recomendação do conselho;
- h) aprovar o programa geral de trabalho da Organização;
- i) supervisionar a política financeira da Organização e aprovar o Orçamento;
- j) criar os órgãos técnicos ou regionais que se façam necessários;
- k) estudar e aprovar os relatórios de atividades da Organização e de seus órgãos e tomar as providências necessárias para que sejam executadas as medidas resultantes;
- l) aprovar ou delegar poderes para aprovar a conclusão de acordos com governos e com organismos internacionais;
- m) aprovar ou delegar poderes para aprovar a conclusão de acordos com organizações ou instituições privadas;
- n) elaborar e recomendar acordos internacionais sobre qualquer questão que se enquadre na competência da organização;
- o) decidir, de acordo com os presentes Estatutos, a respeito dos pedidos de admissão à condição de membro.

#### ARTIGO 13

1. A Assembléia elegerá seu Presidente e seus Vice-Presidentes no início de cada sessão.
2. O Presidente presidirá à Assembléia e cumprirá as obrigações que lhe forem atribuídas.
3. O Presidente será responsável perante a Assembléia, durante as sessões da mesma.
4. o Presidente representará a organização durante o seu mandato em todas as ocasiões em que se fizer necessária tal representação.

#### ARTIGO 14

1. O Conselho será composto dos Membros Efetivos eleitos pela Assembléia na proporção de um membro para cada cinco Membros Efetivos, conforme o regulamento adotado pela Assembléia, com vistas a atingir uma distribuição geográfica justa e equitativa.
2. Um Membro Associado, designado pelos Membros Associados da Organização, poderá participar dos trabalhos do Conselho, sem direito a voto.
3. Um representante do Comitê de Membros Filiados poderá participar dos trabalhos do Conselho, sem direito a voto.

#### ARTIGO 15

O mandato dos membros eleitos do Conselho será de quatro anos, com exceção do mandato da metade dos membros do primeiro Conselho designados por sorteio, que será de dois anos. A eleição da metade dos membros do Conselho será feita cada dois anos.

#### ARTIGO 16

O Conselho reunir-se-á pelo menos duas vezes por ano.

#### ARTIGO 17

O Conselho elegerá um Presidente e Vice-Presidente, entre os seus membros eleitos, para um mandato de um ano.

#### ARTIGO 18

O Conselho adotará seu próprio regulamento.

#### ARTIGO 19

As funções do Conselho, além das que lhe são conferidas em outras passagens dos presentes Estatutos, serão as seguintes:

- a) tomar, em consulta com o Secretário-Geral, todas as medidas necessárias para a execução das decisões e recomendações da Assembléia e disso informar esta última;
- b) receber do Secretário-Geral relatórios sobre as atividades da Organização;
- c) submeter propostas à Assembléia;
- d) examinar o programa geral de trabalho da Organização elaborado pelo Secretário-Geral, antes de sua apresentação à Assembléia;
- e) submeter à Assembléia relatórios e recomendações quanto às contas e às previsões orçamentárias da Organização;
- f) criar qualquer órgão subsidiário necessário às atividades do Conselho;
- g) exercer qualquer outra função que lhe possa ser confiada pela Assembléia.

#### ARTIGO 20

No intervalo das sessões da Assembléia, e na ausência de qualquer disposição contrária nos presentes Estatutos, o Conselho tomará as decisões de ordem administrativa e técnica que possam ser necessárias, no quadro das atribuições e dos recursos financeiros da

Organização, e enviará à próxima sessão da Assembléia, para sua aprovação, relatório a respeito das decisões tomadas.

#### ARTIGO 21

O Secretariado será composto do Secretário-Geral e do pessoal necessário à Organização.

#### ARTIGO 22

O Secretário-Geral será nomeado por maioria de dois terços dos Membros Efetivos presentes e votantes na Assembléia, mediante recomendação do Conselho, e por um período de quatro anos. Seu mandato poderá ser renovado.

#### ARTIGO 23

1. O Secretário-Geral será responsável perante a Assembléia e o Conselho.
2. O Secretário-Geral encarregar-se-á da execução das diretivas da Assembléia e do Conselho. Deverá submeter ao Conselho relatórios sobre as atividades da Organização, as contas de gestão e o projeto de programa geral de trabalho, assim como as propostas orçamentárias da Organização.
3. O Secretário-Geral encarregar-se-á da representação jurídica da Organização.

#### ARTIGO 24

1. O Secretário-Geral nomeará o pessoal do Secretariado conforme o regulamento de pessoal aprovado pela Assembléia.
2. O pessoal da Organização será responsável perante o Secretário-Geral.
3. A consideração dominante na seleção do pessoal, e no estabelecimento das condições de emprego, deverá ser a de assegurar à Organização os serviços de pessoas que possuam as mais altas qualificações de eficiência, de competência técnica e de integridade. Tomando - se em conta tal consideração, dar-se-á a importância devida à seleção feita com vistas a uma distribuição geográfica tão ampla quanto possível.
4. No cumprimento de seus deveres, o Secretário-Geral e o pessoal não solicitarão nem aceitarão instruções de qualquer Governo ou de qualquer autoridade estranha à Organização. Os funcionários abster-se-ão de qualquer ato incompatível com uma situação de servidores internacionais, e só serão responsáveis perante a Organização.

## ARTIGO 25

1. O orçamento da Organização abrangerá suas atividades administrativas e de programa geral e será custeado pelas contribuições dos Membros Efetivos, Associados e Filiados segundo uma escala de rateio de despesas aceita pela Assembléia e por outras fontes eventuais de receita da Organização, conforme as disposições de Regulamento de Financiamento anexo aos presentes Estatutos dos quais formam parte integrante.
2. O orçamento preparado pelo Secretário-Geral deverá ser submetido à Assembléia pelo Conselho, para exame e aprovação.

## ARTIGO 26

1. As contas da Organização serão examinadas por dois auditores, eleitos pela Assembléia para um mandato de dois anos mediante recomendação do Conselho. Os auditores serão legíveis.
2. Os auditores, além de suas funções de contas, poderão formular as observações que julgarem necessárias a respeito da eficácia dos procedimentos financeiros e de gestão, do sistema de contabilidade, do controle financeiro interno e, de maneira geral, das conseqüências financeiras das práticas administrativas.

## ARTIGO 27

1. A presença da maioria dos Membros Efetivos será necessária para que se verifique quorum nas reuniões da Assembléia.
2. A presença da maioria dos Membros Efetivos do Conselho será necessária para que se verifique quorum nas reuniões do Conselho.

## ARTIGO 28

Cada Membro Efetivo disporá de um voto.

## ARTIGO 29

1. Com exceção dos casos em que os presentes Estatutos estabelecerem o contrário, as decisões da Assembléia em todas as matérias serão adotadas por maioria simples dos Membros Efetivos presentes e votantes.
2. Para que sejam aprovadas as decisões que acarretem obrigações financeiras e orçamentárias para os Membros, que versem sobre a localização da Organização, e outras decisões que a maioria simples dos Membros Efetivos presentes e votantes estime de

particular importância, será necessária na Assembléia a maioria de dois terços dos Membros Efetivos presentes e votantes.

#### ARTIGO 30

O Conselho tomará suas decisões por maioria simples dos Membros presentes e votantes, com exceção de recomendações em assuntos financeiros e orçamentários, para cuja aprovação será necessária a maioria de dois terços dos Membros presentes e votantes.

#### ARTIGO 31

A Organização possuirá personalidade jurídica.

#### ARTIGO 32

A Organização beneficiar-se-á, no território dos Estados Membros, dos privilégios e imunidades necessários ao exercício de suas funções. Tais privilégios e imunidades poderão ser definidos por acordos concluídos pela Organização.

#### ARTIGO 33

1. Qualquer projeto de emenda aos presentes Estatutos e ao seu Anexo deverá ser transmitido ao Secretário-Geral, que o comunicará aos Membros Efetivos pelo menos seis meses antes de ser submetido ao exame da Assembléia.
2. Será necessária a maioria de dois terços dos Membros Efetivos presentes e votantes para que uma emenda seja aprovada pela Assembléia.
3. Uma emenda entrará em vigor para todos os Membros quando dois terços dos Estados Membros tiverem notificado o Governo depositário de sua aprovação da mesma.

#### ARTIGO 34

1. Se a Assembléia julgar que um Membro persiste em adotar uma política contrária ao objetivo fundamental da Organização tal como definido no Art. 3 dos presentes Estatutos poderá a Assembléia, mediante uma resolução adotada por maioria de dois terços dos Membros Efetivos presentes e votantes, suspender esse Membro, privando-o do exercício dos direitos e do gozo dos privilégios inerentes à condição de membro.
2. A suspensão será mantida até que a Assembléia reconheça que se verificou uma modificação na referida política do Membro.

## ARTIGO 35

1. Qualquer Membro Efetivo poderá retirar-se da Organização quando expirar o aviso prévio de um ano endereçado por escrito ao Governo depositário.
2. Qualquer Membro Associado poderá retirar-se da Organização nas mesmas condições de aviso prévio, mediante uma notificação escrita endereçada ao Governo depositário pelo Membro Efetivo, responsável pelas relações internacionais do Membro Associado.
3. Qualquer Membro Filiado poderá retirar-se da Organização quando expirar o aviso prévio de um ano endereçado por escrito ao Secretário-Geral.

## ARTIGO 36

Os presentes Estatutos entrarão em vigor cento e vinte dias depois que cinqüenta e um Estados, cujos organismos oficiais de turismo forem Membros Efetivos da "UIOOT" no momento da adoção dos presentes Estatutos, houverem comunicado oficialmente ao depositário provisório sua aprovação dos Estatutos e sua aceitação das obrigações inerentes à condição de membro.

## ARTIGO 37

1. Os presentes Estatutos e todas as declarações de aceitação das obrigações inerentes à condição de membro deverão ser depositados, a título temporário, junto ao Governo suíço.
2. O Governo suíço comunicará a todos os Estados habilitados a receber tal comunicação o recebimento das referidas declarações e a data de entrada em vigor dos presentes Estatutos.

## ARTIGO 38

As línguas oficiais da Organização serão o inglês, o francês, o russo e o espanhol.

## ARTIGO 39

Os textos inglês, francês, russo e espanhol dos presentes Estatutos farão igualmente fé.

## DISPOSIÇÕES TRANSITÓRIAS

## ARTIGO 40

Enquanto a Assembléia-Geral não tomar uma decisão a respeito, nos termos do Artigo 2, a sede da Organização será provisoriamente em Genebra (Suíça)

#### ARTIGO 41

Durante um prazo de cento e oitenta dias a contar da entrada em vigor dos presentes Estatutos, os Estados Membros da Organização das Nações Unidas, das agências especializadas e da Agência Internacional de Energia Atômica ou que são partes do Estatuto da Corte Internacional de Justiça terão o direito de tornar-se Membros Efetivos da Organização, sem necessidade de votação, e mediante uma declaração formal de que adotam os Estatutos da Organização e aceitam as obrigações inerentes à condição de Membro.

#### ARTIGO 42

Durante o prazo de um ano após a entrada em vigor dos presentes Estatutos, os Estados cujos organismos nacionais de turismo eram membros da "UIOOT" no momento da adoção dos presentes Estatutos e que adotaram os presentes Estatutos sob condição de confirmação poderão participar das atividades da Organização com todos os direitos e obrigações de um Membro Efetivo.

#### ARTIGO 43

No curso do ano que se seguir a entrada em vigor dos presentes Estatutos, os territórios ou grupos de territórios não responsáveis pelas respectivas relações internacionais, mas cujos organismos nacionais de turismo eram Membros Efetivos da "UIOOT", e que, em consequência, têm direito à condição de Membro Associado, e que aprovaram os presentes Estatutos, sob condição de confirmação pelo Estado responsável por suas relações internacionais, poderão participar das atividades da Organização com os direitos e obrigações inerentes à condição de Membro Associado.

#### ARTIGO 44

A partir da entrada em vigor dos presentes Estatutos os direitos e as obrigações da "UIOOT" serão transferidos para a Organização.

#### ARTIGO 45

O Secretário-Geral da "UIOOT", na oportunidade da entrada em vigor dos presentes Estatutos, agirá como Secretário-Geral da Organização até o momento que o Secretário-Geral da Organização for eleito pela Assembléia.”

## **ANEXO 3**

### **“ O CÓDIGO MUNDIAL DE ÉTICA DO TURISMO”**

#### Preâmbulo

Nós, Membros da Organização Mundial do Turismo (OMT), representantes da indústria

mundial, delegados dos Estados, territórios, empresas, instituições e organismos reunidos em Assembleia-Geral em Santiago do Chile neste 1 de Outubro de 1999,

Reafirmando os objectivos enunciados no artigo 3º dos Estatutos da Organização Mundial do Turismo, e conscientes do papel “decisivo e central” reconhecido a esta Organização pela Assembleia-Geral das Nações Unidas, na promoção e desenvolvimento do turismo, visando contribuir para a expansão económica, compreensão internacional, paz, e prosperidade, bem como para o respeito universal e observância dos direitos do homem e liberdades fundamentais, sem distinção de raça, sexo, língua ou religião;

Profundamente convencidos que, pelos contactos directos, espontâneos e não mediatizados que permite entre homens e mulheres de culturas e modos de vida diferentes, o turismo representa uma força viva ao serviço da paz, bem como um factor de amizade e compreensão entre os povos do mundo;

Inserindo-se numa lógica tendente a conciliar sustentavelmente a protecção ambiental, desenvolvimento económico e a luta contra a pobreza, como a formulada pelas Nações Unidas em 1992 aquando da “Cimeira da Terra” do Rio de Janeiro, expressa no Programa de acção 21, adoptado nessa ocasião;

Tomando em consideração o crescimento rápido e contínuo, não só passado como previsível, da actividade turística, que resulta de motivações de lazer, negócios, cultura, religião ou saúde, e produz poderosos efeitos, positivos e negativos, no ambiente, economia e sociedade dos países de origem e destino, nas comunidades locais e populações autóctones, e nas relações e trocas internacionais;

Tendo por finalidade promover um turismo responsável e sustentável, acessível a todos no quadro do direito que qualquer pessoa tem de utilizar o seu tempo livre em lazer ou viagens, e no respeito pelas escolhas sociais de todos os povos;

Mas igualmente persuadidos que a indústria turística mundial, no seu conjunto, tem muito a ganhar em desenvolver-se num meio que favoreça a economia de mercado, a

empresa privada e a liberdade do comércio, permitindo-lhe otimizar os seus efeitos benéficos em termos de criação de actividade e empregos;

Intimamente convencidos que sempre que se respeitem determinados princípios, e observem certas regras, um turismo responsável e sustentável não é incompatível com uma liberalização acrescida das condições que presidem ao comércio de serviços e ao abrigo das quais operam as empresas deste sector, e que é possível, neste domínio, conciliar economia e ecologia, ambiente e desenvolvimento, abertura às trocas internacionais e protecção das identidades sociais e culturais;

Considerando, ao intentá-lo, que todos os actores do desenvolvimento turístico - administrações nacionais, regionais e locais, empresas, associações profissionais, trabalhadores do sector, organizações não governamentais e outros organismos da indústria turística - mas também as comunidades de acolhimento, órgãos de informação e os próprios turistas, exercem responsabilidades diferenciadas mas interdependentes na valorização individual e social do turismo, e que a enumeração dos direitos e deveres de cada um contribuirá para a realização deste objectivo;

Preocupados em promover um verdadeiro partenariado entre os actores públicos e privados do desenvolvimento turístico, a exemplo do que a Organização Mundial do Turismo vem fazendo ao abrigo da Resolução 364 (XII) adoptada pela Assembleia Geral de 1997 (Istambul), e desejando ver um partenariado e uma cooperação da mesma natureza estender-se, de modo aberto e equilibrado, às relações entre países emissores e receptores e respectivas indústrias turísticas; Colocando-nos na esteira das Declarações de Manila de 1980 sobre o turismo mundial e de 1997 sobre o impacto do Turismo na sociedade, bem como da Carta do Turismo e do Código do Turista adoptados em Sofia em 1985 sob a égide da OMT;

Mas estimando que estes instrumentos devem ser completados por um conjunto de princípios interdependentes na sua interpretação e aplicação, com base nos quais os actores do desenvolvimento turístico deveriam reger a sua conduta neste início do século XXI; Utilizando, para efeitos do presente instrumento, as definições e classificações aplicáveis às viagens, e nomeadamente as noções de “visitante”, de “turista” e de “turismo”, adoptados pela Conferência Internacional de Otava, realizada de 24 a 28 de Junho de 1991, e aprovadas, em 1993, pela Comissão de Estatística das Nações Unidas na sua 27ª Sessão;

Fazendo referência nomeadamente aos seguintes instrumentos:

- Declaração Universal dos Direitos do Homem, de 10 de Dezembro de 1948;
- Pacto Internacional relativo aos direitos económicos, sociais e culturais, de 16 de Dezembro de 1966;
- Pacto Internacional relativo aos direitos civis e políticos, de 16 de Dezembro de 1966;
- Convenção sobre o transporte aéreo de Varsóvia, de 12 de Outubro de 1929;
- Convenção Internacional da aviação civil de Chicago, de 7 de Dezembro de 1944, bem como às Convenções de Tóquio, Haia e Montreal com ela relacionadas;
- Convenção sobre facilidades alfandegárias para o turismo, de 4 de Julho de 1954 e Protocolo associado;
- Convenção sobre a protecção do património cultural e natural mundial, de 23 de Novembro de 1972;
- Declaração de Manila sobre o Turismo Mundial, de 10 de Outubro de 1980;
- Resolução da 6ª Assembleia-Geral da OMT (Sofia) adoptando a Carta do Turismo e Código do Turista, de 26 de Setembro de 1985;
- Convenção relativa aos Direitos da Criança, de 26 de Janeiro de 1990;
- Resolução da 9ª Assembleia-Geral da OMT (Buenos Aires), sobre matérias de facilitação das viagens, da segurança e protecção dos turistas, de 4 de Outubro de 1991;
- Declaração do Rio de Janeiro sobre o ambiente e o desenvolvimento, de 13 de Junho de 1992;
- Acordo Geral sobre o Comércio e os Serviços, de 15 de Abril de 1994;
- Convenção sobre a biodiversidade, de 6 de Janeiro de 1995;
- Resolução da 11ª Assembleia-Geral da OMT (Cairo) sobre a prevenção do turismo sexual organizado, de 22 de Outubro de 1995;
- Declaração de Estocolmo contra a exploração sexual de crianças para fins comerciais, de 28 de Agosto de 1996;
- Declaração de Manila sobre o impacto do turismo na sociedade, de 22 de Maio de 1997;
- Convenções e recomendações adoptadas pela Organização Internacional do Trabalho em matéria de convenções colectivas, de proibição do trabalho forçado e do trabalho de menores, de defesa dos direitos dos povos autóctones, de igualdade de tratamento e de não

discriminação no trabalho; Afirmamos o direito ao turismo e à liberdade das deslocações turísticas; Expressamos a nossa vontade em promover uma ordem turística mundial, equitativa, responsável e sustentável, em benefício partilhado de todos os sectores da sociedade, num contexto de uma economia internacional aberta e liberalizada, e Proclamamos solenemente com esse objectivo os princípios do Código Mundial de Ética do Turismo.

## PRINCÍPIOS

### ARTIGO 1º

Contribuição do turismo para a compreensão e respeito mútuo entre homens e sociedades

- 1) A compreensão e a promoção dos valores éticos comuns à humanidade, num espírito de tolerância e de respeito pela diversidade das crenças religiosas, filosóficas e morais, são ao mesmo tempo fundamento e consequência de um turismo responsável; os actores do desenvolvimento turístico e os próprios turistas devem ter em conta as tradições ou práticas sociais e culturais de todos os povos, incluindo as das minorias e populações autóctones, reconhecendo a sua riqueza;
- 2) As actividades turísticas devem conduzir-se em harmonia com as especificidades e tradições das regiões e países de acolhimento, e observando as suas leis, usos e costumes;
- 3) As comunidades de acolhimento por um lado, e os actores profissionais locais por outro, devem aprender a conhecer e respeitar os turistas que os visitam, e informar-se sobre os seus modos de vida, gostos e expectativas; a educação e formação ministradas aos profissionais contribuem para um acolhimento hospitaleiro;
- 4) As autoridades públicas têm por missão assegurar a protecção dos turistas e visitantes, bem como dos seus bens; devem conceder especial atenção à segurança dos turistas estrangeiros, por causa da sua particular vulnerabilidade; disponibilizar meios específicos de informação, de prevenção, de protecção, de seguros e de assistência, correspondendo às necessidades deles; os atentados, agressões, raptos ou ameaças visando os turistas e os trabalhadores da indústria turística, bem como as destruições voluntárias de instalações turísticas

ou de elementos do património cultural ou natural, devem ser severamente condenadas e reprimidas em conformidade com as respectivas legislações nacionais;

5) Os turistas e visitantes devem evitar, aquando das suas deslocações, praticar actos criminosos ou considerados delituosos pelas leis do país visitado, bem como comportamentos considerados chocantes ou que firam as populações locais, ou ainda susceptíveis de atentar contra o meio ambiente local; devem abster-se de todo o tráfico de droga, armas, antiguidades, espécies protegidas, bem como de produtos ou substâncias perigosas ou proibidas pelas regulamentações nacionais;

6) Os turistas e visitantes têm a responsabilidade de procurar informar-se, antes mesmo da sua partida, sobre as características dos países que se propõem visitar; devem ter consciência dos riscos em matéria de saúde e segurança inerentes a toda a deslocação para fora do seu meio habitual, e comportar-se de maneira a minimizar esses riscos.

## ARTIGO 2º

O turismo, vector de desenvolvimento individual e colectivo:

1) O turismo, actividade a maior parte das vezes associada ao repouso, à descontração, ao desporto, ao acesso à cultura e à natureza, deve ser concebido e praticado como meio privilegiado de desenvolvimento individual e colectivo; praticado com a necessária abertura de espírito, constitui um factor insubstituível de auto-educação, de tolerância mútua e de aprendizagem das diferenças legítimas entre povos e culturas, e da sua diversidade;

2) As actividades turísticas devem respeitar a igualdade entre homens e mulheres; devem tender a promover os direitos do homem e, especialmente, os particulares direitos dos grupos mais vulneráveis, nomeadamente as crianças, os idosos ou deficientes, as minorias étnicas e os povos autóctones;

3) A exploração dos seres humanos sob todas as suas formas, nomeadamente sexual, e especialmente no caso das crianças, vai contra os objectivos fundamentais do turismo e constitui a sua própria negação; a esse título e em conformidade com o direito internacional, ela deve ser rigorosamente combatida com a cooperação de todos os Estados envolvidos e sancionada sem concessões pelas legislações nacionais, quer dos países

visitados, quer dos de origem dos actores desses actos, mesmo quando estes são executados no estrangeiro;

4) As deslocações por motivos de religião, de saúde, de educação e de intercâmbios culturais ou linguísticos constituem formas particularmente interessantes de turismo, que merecem ser encorajadas;

5) A introdução nos programas de educação de um ensino sobre o valor dos intercâmbios turísticos, dos seus benefícios económicos, sociais e culturais, mas também dos seus riscos, deve ser encorajada.

### ARTIGO 3º

O turismo, factor de desenvolvimento sustentável:

1) O conjunto dos actores do desenvolvimento turístico têm o dever de salvaguardar o ambiente e os recursos naturais, na perspectiva de um crescimento económico são, contínuo e sustentável, capaz de satisfazer equitativamente as necessidades e as aspirações das gerações presentes e futuras;

2) Todos os tipos de desenvolvimento turístico que permitam economizar os recursos naturais raros e preciosos, nomeadamente a água e a energia, bem como evitar na medida do possível a produção de dejectos, devem ser privilegiados e encorajados pelas autoridades públicas nacionais, regionais e locais;

3) A repartição no tempo e no espaço dos fluxos de turistas e de visitantes, especialmente o que resulta das licenças de férias e das férias escolares, e um melhor equilíbrio entre locais frequentados devem ser procurados por forma a reduzir a pressão da actividade turística sobre o meio ambiente, e a aumentar o seu impacto benéfico na indústria turística e na economia local;

4) As infraestruturas devem estar concebidas e as actividades turísticas ser programadas por forma a que seja protegido o património natural constituído pelos ecossistemas e a

biodiversidade, e que sejam preservadas as espécies ameaçadas da fauna e flora selvagens; os actores do desenvolvimento turístico, nomeadamente os profissionais, devem permitir que lhes sejam impostas limitações ou obstáculos às suas actividades quando elas sejam exercidas em zonas particularmente sensíveis: regiões desérticas, polares ou de alta montanha, zonas costeiras, florestas tropicais ou zonas húmidas, propícias à criação de parques naturais ou reservas protegidas;

5) O turismo de natureza e o ecoturismo são reconhecidos como formas de turismo especialmente enriquecedoras e valorizadoras, sempre que respeitem o património natural e as populações locais se ajustem à capacidade de acolhimento dos lugares turísticos.

#### ARTIGO 4º

O turismo, utilizador do património cultural da humanidade e contribuindo para o seu enriquecimento

1) Os recursos turísticos pertencem ao património comum da humanidade. As comunidades dos territórios onde eles se situam têm face a eles direitos e obrigações especiais;

2) As políticas e actividades turísticas são desenvolvidas no respeito pelo património artístico, arqueológico e cultural, competindo-lhes a sua preservação e transmissão às gerações futuras; um cuidado especial deve ser concedido à preservação e valorização dos monumentos, santuários e museus, bem como de locais históricos e arqueológicos, quando estejam em grande parte abertos à frequência turística; deve ser encorajado o acesso do público aos bens e monumentos culturais privados, no respeito pelos direitos dos seus proprietários, bem como aos edifícios religiosos, sem prejudicar as necessidades do culto;

3) Os recursos obtidos pela frequência dos locais e monumentos culturais estão vocacionados, pelo menos em parte, para ser utilizados na manutenção, salvaguarda, valorização e enriquecimento desse património;

4) A actividade turística deve ser concebida por forma a permitir a sobrevivência e desenvolvimento de produções culturais e artesanais tradicionais, bem como do folclore, e não para provocar a sua padronização e empobrecimento.

## ARTIGO 5º

O turismo, actividade benéfica para os países e comunidades de acolhimento

- 1) As populações locais estão associadas às actividades turísticas e participam equitativamente nos benefícios económicos, sociais e culturais que geram, e nomeadamente na criação de emprego directo ou indirecto que daí resulta;
- 2) As políticas turísticas devem ser conduzidas de tal forma que contribuam para a melhoria do nível de vida das populações das regiões visitadas e respondam às suas necessidades. A concepção urbanística e arquitectónica e o modo de exploração das estâncias e alojamentos devem visar a sua melhor integração no tecido económico e social local. Em caso de iguais habilitações deve ser prioritariamente seleccionado o emprego de mão de obra local;
- 3) Uma particular atenção deve ser dada aos problemas específicos das zonas costeiras e aos territórios insulares, bem como às regiões rurais ou de média montanha frágeis, para quem o turismo representa muitas vezes uma das raras oportunidades de desenvolvimento face ao declínio das actividades económicas tradicionais;
- 4) Os profissionais do turismo, nomeadamente os investidores, devem, no quadro da regulamentação estabelecida pelas autoridades públicas, proceder a estudos de impacto dos seus projectos de desenvolvimento no ambiente e meios naturais; devem de igual forma prestar, com a maior transparência e objectividade requerida, as informações quanto aos seus futuros programas e aos impactos previstos, abrindo-se ao diálogo nessas matérias com as populações interessadas.

## ARTIGO 6º

Obrigações dos actores do desenvolvimento turístico:

- 1) Os actores profissionais do turismo têm por obrigação fornecer aos turistas uma

informação objectiva e sincera sobre os destinos, sobre as condições de viagem, de acolhimento e de estada; asseguram a transparência perfeita das cláusulas dos contactos propostos aos seus clientes, quer em matéria da natureza, preço e qualidade das prestações que se comprometem fornecer, quer das contrapartidas financeiras que lhes incumbem em caso de ruptura unilateral por sua parte dos referidos contratos;

2) Os profissionais do turismo, quando isso depender de si, preocupam-se, em cooperação com as autoridades públicas, pela segurança, prevenção de acidentes, protecção sanitária e higiene alimentar dos que aos seus serviços recorrem; zelam pela existência de sistemas de seguro e assistência apropriados; aceitam a obrigação de prestar contas, segundo as modalidades previstas nas regulamentações nacionais, e, se necessário, pagar uma indemnização equitativa no caso de desrespeito pelas suas obrigações contratuais;

3) Os profissionais do turismo, quando tal depender de si, contribuem para o pleno desenvolvimento cultural e espiritual dos turistas e permitem o exercício, durante as deslocações, do seu culto religioso;

4) As autoridades públicas dos Estados de origem e dos países de acolhimento, em ligação com os profissionais interessados e suas associações, zelam pela existência dos mecanismos necessários ao repatriamento dos turistas no caso de falência das empresas que organizaram as suas viagens;

5) Os governos têm o direito - e o dever - especialmente em caso de crise, de informar os seus viajantes das condições difíceis, mesmo dos perigos que podem encontrar por ocasião das suas deslocações ao estrangeiro; incumbelhes, no entanto, fornecer tais informações sem prejudicar de forma injustificada ou exagerada a indústria turística dos países de acolhimento e os interesses dos seus próprios operadores; o conteúdo de eventuais avisos deve assim ser previamente discutido com as autoridades dos países de acolhimento e os profissionais interessados; as recomendações formuladas serão estritamente proporcionais à gravidade das situações e limitadas às zonas geográficas onde a insegurança estiver provada devendo ser aligeiradas ou anuladas logo que o retorno à normalidade o permitir;

6) A imprensa, nomeadamente a imprensa turística especializada e os outros média, incluindo os modernos meios de comunicação electrónica, devem fornecer uma

informação honesta e equilibrada sobre os acontecimentos e situações susceptíveis de influir na frequência turística; têm igualmente por missão fornecer indicações precisas e fiáveis aos consumidores de serviços turísticos. As novas tecnologias de comunicação e o comércio electrónico devem ser igualmente desenvolvidos e utilizados para esse fim, não devendo, de forma alguma tal como a imprensa e os média incentivar o turismo sexual.

## ARTIGO 7º

Direito ao turismo:

- 1) A possibilidade de aceder, directa e pessoalmente, à descoberta das riquezas do planeta constitui um direito aberto a todos os habitantes do mundo. A participação cada vez mais alargada no turismo nacional e internacional deve ser considerada como uma das melhores expressões possíveis do crescimento contínuo do tempo livre, e não deve ser obstaculizada;
- 2) O direito ao turismo para todos deve ser visto como corolário do direito ao repouso e aos tempos livres, e nomeadamente do direito a uma razoável limitação da duração do trabalho e licenças periódicas pagas, garantido no artigo 24 da Declaração Universal dos Direitos do Homem, e no artigo 7.1 do Pacto Internacional relativo aos direitos económicos, sociais e culturais;
- 3) O turismo social, e nomeadamente o turismo associativo, que permite o acesso do maior número de cidadãos aos tempos livres, às viagens e às férias, deve ser desenvolvido com o apoio das autoridades públicas;
- 4) O turismo das famílias, dos jovens e dos estudantes, das pessoas de idade e dos deficientes deve ser encorajado e facilitado.

## ARTIGO 8º

Liberdade das deslocações turísticas:

- 1) Os turistas e visitantes beneficiam, no respeito pelo direito internacional e legislações nacionais, da liberdade de circulação, quer no interior do seu país, quer de um para outro Estado, em conformidade com o artigo 13 da Declaração Universal dos Direitos do Homem; devem poder aceder às zonas de trânsito e estada, bem como aos locais turísticos e culturais sem exageradas formalidades, nem discriminação;
- 2) Os turistas e visitantes devem ver-lhes reconhecida a faculdade de utilizar todos os meios de comunicação disponíveis, interiores ou exteriores; devem beneficiar de um pronto e fácil acesso aos serviços administrativos, judiciários e de saúde locais; bem como ao livre contacto com as autoridades consulares do seu país de origem, em conformidade com as convenções diplomáticas em vigor;
- 3) Os turistas e visitantes beneficiam dos mesmos direitos que os cidadãos do país visitado quanto à confidencialidade dos dados e informações pessoais que lhes respeitem, nomeadamente as armazenadas sob forma electrónica;
- 4) Os procedimentos administrativos de passagem das fronteiras, impostos pelos Estados ou resultantes de acordos internacionais, como vistos, ou formalidades sanitárias e aduaneiras, devem ser adaptados de modo a facilitar a liberdade de viajar e o acesso do maior número de pessoas ao turismo internacional; os acordos entre grupos de países visando harmonizar e simplificar tais procedimentos devem ser encorajados; os impostos e encargos específicos penalizando a indústria turística e atentando contra a sua competitividade devem ser progressivamente eliminados ou corrigidos;
- 5) Os viajantes devem poder dispor, desde que a situação económica dos países onde são originários o permita, do abono de divisas convertíveis necessário às suas deslocações.

## ARTIGO 9º

### Direito dos trabalhadores e dos empresários da indústria turística :

- 1) Os direitos fundamentais dos trabalhadores assalariados e independentes da indústria turística e actividades conexas devem ser assegurados sob controlo das administrações, quer dos Estados de origem, quer dos países de acolhimento, com especial atenção dadosos

obstáculos específicos ligados especialmente à sazonalidade da sua actividade, à dimensão global da sua indústria e à flexibilidade que a natureza do seu trabalho muitas vezes impõe;

2) Os trabalhadores assalariados e independentes da indústria e das actividades conexas têm o direito e o dever de adquirir uma formação ajustada, inicial e contínua; é-lhes assegurada uma protecção social adequada; a precaridade do emprego deve ser limitada ao máximo possível; um estatuto especial, nomeadamente no que diz respeito à sua protecção social, deve ser proposto aos trabalhadores sazonais do sector;

3) Toda a pessoa física e moral, desde que cumpra as imposições e disponha das qualificações necessárias, deve ver-se reconhecido o direito de desenvolver uma actividade profissional no domínio do turismo, no quadro das legislações nacionais em vigor; os empresários e os investidores - especialmente no domínio das pequenas e médias empresas - devem ver-lhes reconhecido o livre acesso ao sector turístico com um mínimo de restrições legais ou administrativas;

4) As trocas de experiência oferecidas aos quadros e trabalhadores, assalariados ou não, de diferentes países, contribuem para o desenvolvimento da indústria turística mundial, devendo ser incentivadas sempre que possível, no respeito pelas legislações nacionais e convenções internacionais aplicáveis;

5) Factor insubstituível de solidariedade no desenvolvimento e dinamismo das trocas internacionais, as empresas multilaterais da indústria turística não devem abusar das situações de posição dominante que por vezes detêm; devem evitar tornar-se vector de modelos culturais e sociais artificialmente impostos às comunidades de acolhimento; em troca da liberdade de investir e operar comercialmente, que lhes deve ser plenamente reconhecida, devem comprometer-se com o desenvolvimento local evitando, pelo repatriamento excessivo dos seus benefícios ou pelas importações induzidas, reduzir a contribuição que dão às economias onde estão implantadas;

6) O partenariado e o estabelecimento de relações equilibradas entre empresas dos países emissores e receptores concorrem para o desenvolvimento sustentável do turismo e para uma repartição equitativa dos benefícios do seu crescimento.

## ARTIGO 10º

### Aplicação dos princípios do Código Mundial de Ética do Turismo

- 1) Os actores públicos e privados do desenvolvimento turístico cooperam na aplicação dos presentes princípios e devem zelar pelo controlo da sua efectivação;
- 2) Os actores do desenvolvimento turístico reconhecem o papel das Instituições internacionais, na primeira linha das quais a Organização Mundial do Turismo, e das organizações não governamentais competentes em matéria de promoção e desenvolvimento do turismo na protecção dos direitos do homem, do ambiente ou da saúde, no respeito dos princípios gerais do direito internacional;
- 3) Os mesmos actores manifestam a intenção de submeter, para efeitos de conciliação, os litígios relativos à aplicação ou interpretação do Código Mundial de Ética do Turismo a um organismo terceiro imparcial denominado: Comité Mundial de Ética do Turismo.