



HAL
open science

Os imperativos mundiais do turismo: dos porta-vozes e impactos

Andrea Sousa Dantas, Catherine Wihtol de Wenden, Lissa Fernandes Ferreira

► To cite this version:

Andrea Sousa Dantas, Catherine Wihtol de Wenden, Lissa Fernandes Ferreira. Os imperativos mundiais do turismo: dos porta-vozes e impactos. *Interface*, 2013, 10 (1), pp.98-127. hal-01053712

HAL Id: hal-01053712

<https://sciencespo.hal.science/hal-01053712v1>

Submitted on 1 Aug 2014

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Os Imperativos Mundiais do Turismo: dos porta-vozes e impactos

Global Imperatives of Tourism: of spokespersons and issues

AUTORES

ANDREA VIRGINIA SOUSA DANTAS

Professora do Departamento de Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN).

Doutoranda em Relações Internacionais do Institut d'Études Politiques de Paris – Sciences-Po Paris (bolsista CAPES, processo BEX nº 0972-12-6).

E-mail: dantas_andrea@hotmail.com

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4555976978556449>

CATHERINE WIHTOL DE WENDEN

Diretora de Pesquisa do Centre National de Recherche Scientifique (CNRS/CERI)

Doutora em Ciências Políticas pelo Institut d'Études Politiques de Paris (Sciences-Po)

E-mail: catherine.wihtoldewenden@sciencespo.fr

<http://www.sciencespo.fr/ceri/fr/users/catherinedewenden>

LISSA VALÉRIA FERNANDES FERREIRA

Professora do Departamento de Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN)

Doutora em Administração de Empresas pela Universidade de Barcelona (UB).

E-mail: lissaferreira.iadb@yahoo.es

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8015374156967844>

RESUMO

A teoria da interdependência, que defende a transmissão ou a sincronização de conjunturas político-econômicas, encontra repercussões significativas sobre o turismo internacional. Este artigo busca analisar o cerne dessa transmissão, qual seja, as orientações e ideologias transmitidas, chamadas aqui de “imperativos mundiais”, e seus “porta-vozes”, os atores responsáveis por sua difusão, tendo como objetivo mais ou menos intencional de orientar o desenvolvimento da atividade turística no interior dos Estados nacionais. No contexto desta pesquisa, o Brasil forneceu o campo ideal por ser, a uma só vez, um país do Sul, em tese mais facilmente atraído pelo discurso apologético do turismo, e um país emergente, “o Norte do Sul”. O método de abordagem das questões de pesquisa foi a análise qualitativa. A pesquisa de campo teve como instrumento a entrevista em profundidade, realizada com representantes da OMT, da administração pública nacional do turismo brasileiro e com especialistas e pesquisadores do assunto. A análise leva às hipóteses de que os imperativos são mais aceitos no nível do discurso do que propriamente impostos, e que os Estados nacionais não são os atores mais influentes do turismo internacional.

PALAVRAS-CHAVE

Turismo. Política. Imperativos mundiais.

ABSTRACT

The theory of interdependence, which supports the transmission or synchronization of political and economic conjunctures, has significant impacts on international tourism. Therefore, this article focuses on the heart of this transmission, i.e. on the orientations and ideologies transmitted, named here “global imperatives”, and their “spokespersons”, the stakeholders responsible for their dissemination, with the purpose more or less intentional of guiding the development of tourism within nation states. In this survey, Brazil has provided the ideal ground for being both a state from the Global South, in theory more easily attracted by the apologetic discourse of tourism, and an emerging country, “the North in the South”. The approach of our research questions was the qualitative analysis. The field research used in-depth interviews applied to representatives of the UNWTO, to representatives of the tourism national administration in Brazil, and to experts and researchers in the field. The analysis leads to the hypothesis that the imperatives are rather accepted in the speech than imposed, and that nation states are not the most influential actors in international tourism.

KEYWORDS

Tourism. Politics. Global imperatives.

1 INTRODUÇÃO

A teoria da interdependência, que defende a transmissão ou a sincronização de conjunturas político-econômicas (DABÈNE, 1997), encontra repercussões significativas no turismo internacional, com base nos resultados teóricos e empíricos de Hall (2008), Fonseca (2005) e Fayos-Solá (1996), para citar apenas alguns autores.

Falar de interdependência não significa simplesmente que dois ou mais países se influenciem mutuamente. O conceito de interdependência utilizado por Dabène (1997) diz respeito à dependência sem a teoria, isto é, à possibilidade de que alguns países possam ser mais afetados do que outros, não apenas em função de sua localização no centro ou na periferia do sistema capitalista internacional (que é o próprio cerne da teoria da dependência), mas também devido à inclusão de algumas variáveis da teoria da dependência úteis à análise da difusão de alguns modelos de governança e de política: a dependência econômica, que pode ser de natureza comercial (variáveis de importação e exportação) e/ou financeira (ajuda pública ao desenvolvimento e investimentos estrangeiros). Estes dois grupos de variáveis implicam sempre em graus mais ou menos acentuados de dependência política. A dependência política, por sua vez, manifesta-se de duas maneiras: a segurança externa (tratados e práticas diplomáticas são duas variáveis que explicam esse tipo de dependência política) e a ordem interna (importação de modelos e influências culturais).

A origem dos processos de convergência, ou seja, de transmissão global e de sincronização vertical de políticas públicas de turismo, remonta aos anos 1940, que contemplam o surgimento dos primeiros planos governamentais para o turismo no mundo. A evolução das principais ações dos governos, a partir de uma perspectiva histórica, mostra também o quadro evolutivo do que se denomina neste trabalho de “imperativos mundiais” (ideologias políticas paradigmáticas). Os imperativos são geralmente transmitidos das nações desenvolvidas aos países do Sul, fator intensificado com o crescimento do fenômeno da globalização a partir do final do século XX. Esses imperativos são ainda resultados diretos dessa interdependência que se estreita continuamente em virtude da globalização. Assim, cada vez mais eventos ocorridos no mundo se tornam fenômenos de sincronização vertical de políticas e de transmissão global de conjunturas (DABÈNE, 1997). Um evento aparentemente isolado termina por se difundir para outros destinos do planeta, seja para reorientar o fluxo turístico de um país ou de uma região receptora para outra, seja para interromper ou reduzir significativamente o fluxo de visitantes de um determinado centro

emissor (MOWFORTH, MUNT, 2003). O tsunami no Sudeste Asiático em 2004 é um exemplo do primeiro caso; os ataques terroristas nos Estados Unidos de 11 de setembro de 2001 e a crise econômica de 2008 nos Estados Unidos e na Europa são exemplos do segundo.

Este artigo se centra, portanto, no centro dessa transmissão, isto é, as orientações e ideologias transmitidas, aqui chamadas de “imperativos mundiais”, para orientar o desenvolvimento do turismo no interior dos Estados nacionais. No entanto, quando se trata do cerne do fenômeno da interdependência da política de turismo entre os países, parece faltar algo além dos imperativos. É evidentemente necessário tentar destacar os sujeitos responsáveis por essa interdependência internacional. Os sujeitos ou atores que colocam em marcha os princípios que guiam a política de turismo podem ser divididos em três categorias: (1) os Estados nacionais (HALL, 2008), (2) as organizações internacionais (OI) envolvidas com o turismo (HALL, 2008; DEVIN, SMOUTS, 2012; EQUATIONS, 2005), e (3) as companhias transnacionais (CT) (MOWFORTH, MUNT, 2003). Outra força determinante dos mecanismos de interdependência, que embora não deva ser desprezada, não será incluída neste estudo por não constituir exatamente um ator. Trata-se das crises naturais e econômicas que afetam profundamente o mercado turístico. Estes eventos podem ter a força catastrófica de um ataque terrorista para os mercados nacionais receptivos de turismo (BROWN, 2000).

Outro ponto relevante é que os imperativos fazem referência às tendências ditadas pelo mercado global e pelas sociedades internacionais. Daí a escolha do termo “imperativo”, isto é, a imposição de valores como condição de adesão, ou ainda o que é mais importante para os países em desenvolvimento, como condição para a concessão empréstimos e financiamentos de projetos turísticos. No entanto, deve-se ter em mente que em um mundo cada vez mais interdependente, esses requisitos também são mais negociados do que propriamente impostos. Isto ocorre tanto por causa da crescente importância dos países do Sul, com o fim da bipolaridade Leste-Oeste, sua participação maciça nas OI, o que lhes permite, pelo menos teoricamente, colocar em evidência seus próprios valores (especialmente no caso dos países emergentes); quanto porque os “valores do Norte” são muitas vezes adotados, sobretudo no nível do discurso (tais como as noções de desenvolvimento ou de turismo sustentável), em troca de outros interesses tidos como mais prioritários (a proteção à agricultura, à indústria nacional).

Desta forma, artigo tenta proporcionar algumas pistas para as seguintes questões: até que ponto os imperativos mundiais influenciam as gestões nacionais de turismo? Existe alguma contradição entre os objetivos nacionais de turismo e os imperativos mundiais? Esses imperativos mundiais são impostos ou negociados?

No contexto deste tipo de questionamento, o Brasil aparece como um caso de estudo por excelência por oferecer-lhe possíveis respostas. Por um lado, o Brasil está entre os países do “grupo do Sul” chamado há algumas décadas atrás de “terceiro mundo” ou de “países periféricos”. O Brasil, enquanto um Estado do Sul, seria mais facilmente atraído pelo discurso apologético do turismo, haja vista a criação de um Ministério próprio para tratar de desenvolver essa atividade à altura de seu tamanho – em termos de população, de política regional e de economia. Por outro lado, o Brasil se diferencia de outros países do Sul, e mesmo de outros países emergentes, pelo fato de dispor de um notável poder econômico, de uma posição de liderança na América do Sul e de uma participação massiva no multilateralismo. Essas vantagens lhe conferem oportunidades de influenciar o próprio sistema internacional, e conseqüentemente a política e as organizações do turismo.

O método de abordagem das questões de pesquisa supra mencionadas foi a análise qualitativa, feita a partir de dados primários e secundários coletados por pesquisas bibliográfica e de campo. O trabalho de campo foi realizado entre os meses de março e abril de 2013, utilizado para coletar informações empíricas difíceis de obter de outro modo, levando-se em conta a escassa literatura sobre o assunto. A entrevista em profundidade foi a técnica por excelência da pesquisa de campo para a coleta de dados primários. As entrevistas foram realizadas com três tipos de atores identificados e selecionados segundo o critério de sua expertise *vis-à-vis* o objeto de estudo. Estes podem ser classificados como pertencendo aos três seguintes grupos: (1) as organizações internacionais (OI) diretamente envolvidas com o turismo, aqui representadas por um total de três atores da Organização Mundial do Turismo (OMT), a principal do setor; (2) o Estado brasileiro, especificamente três representantes de órgãos relacionados com a gestão nacional do turismo no Brasil, que são o Ministério do Turismo (MTUR) e o Conselho Nacional do Turismo (CNTUR); e (3) pesquisadores e especialistas em política de turismo em nível nacional e internacional, a maioria dos quais têm publicações relevantes no campo ora tratado e que foram amplamente utilizadas pelo presente estudo. O terceiro grupo contou com um total de sete entrevistados provenientes do Brasil, da França, da Espanha, do Reino Unido e da Nova Zelândia. As respostas fornecidas pelos atores passaram por uma análise qualitativa do discurso, a fim de descobrir a representação que se fazem os atores envolvidos da influência e da contrainfluência no processo político internacional do turismo. Além dos discursos proferidos, as reações não verbais, como a gagueira, as hesitações, os sinais de desconforto em face de algumas perguntas, etc., foram devidamente registradas, porque toda reação anuncia uma representação que se faz o ator do assunto tratado e acrescenta ao discurso

verbal importantes indícios para uma melhor compreensão e interpretação das informações fornecidas.

Nas linhas seguintes serão discutidos os principais atores da cena internacional que transmitem os imperativos mundiais do turismo. Estes, com seus problemas ou contradições em relação aos objetivos nacionais dos países receptores, mas também em relação às próprias premissas desses imperativos (suas contradições intrínsecas), serão tratados em seguida. As conclusões decorrentes desta primeira parte teórica se revelam de fundamental importância para a interpretação e análise dos resultados obtidos com a pesquisa de campo, apresentados nas duas últimas partes do artigo, quando será abordado o contexto político internacional do turismo propriamente dito na perspectiva dos atores nacionais e internacionais entrevistados: (a) seus porta-vozes mais influentes; (b) seus graus de influência exercidos e os imperativos mundiais difundidos.

2 OS PRINCIPAIS ATORES DA CENA INTERNACIONAL

2.1 Os Estados nacionais

Os Estados nacionais ainda podem ser considerados como os principais atores na governança e na cena política internacional (HALL, 2008). Às vezes, as políticas implementadas pelos estados afetam profundamente o turismo internacional, uma vez que elas têm a capacidade de alterar o fluxo de turistas: de aumentá-lo, de reduzi-lo ou, mais frequentemente, de redirecioná-lo.

Vários Estados do Norte publicam alertas contra viagens em alguns países, tanto por razões de perigo para a saúde, quanto por motivos de perigos físicos potenciais, tais como os representados por ameaças terroristas ou por conflitos políticos armados. Mowforth e Munt (2003) e Brown (2000) relatam graves reveses econômicas causadas por estes conselhos contra a viagem, como foi o caso da Gâmbia em 1994. Com efeito, é pertinente observar que os avisos de viagem muitas vezes têm razões políticas que nem sempre têm a ver com o perigo real para a integridade física dos viajantes. Mowforth e Munt (2003) nos fornecem, neste sentido, o exemplo dos Estados Unidos, que em sua lista de avisos de “DON’T GO” não incluem alguns países potencialmente perigosos, com os quais têm interesses econômicos e boas relações, tais como Israel, Brasil, México e Egito.

Além das advertências contra a viagem, os Estados ainda podem exercer o controle sobre o turismo internacional de várias maneiras: a restrição à entrada de visitantes (como no Butão e Tibete), a prevenção de viagens de cidadãos por meio embargos (como os Estados Unidos em relação a Cuba e vice-versa), a restrição de entrada ou de saída de

turistas através da concessão (estrita) de vistos. Todos estes exemplos dão-nos uma dimensão de que os Estados nacionais são responsáveis de que a experiência turística, especialmente em termos interestatais, tenha lugar, já que mesmo a chegada de visitantes estrangeiros em um território determinado requer um acordo prévio entre os países envolvidos (entre aqueles que emitem turistas e aqueles que os recebem), como um acordo aéreo (OMT, 2003).

2.2 As organizações internacionais (OI)

Todas as políticas e ideologias, e, portanto, os imperativos globais de turismo, têm alguma relação com as OI, porque “são elas que desenvolveram e consolidaram o que acontece na sociedade internacional” (DEVIN, SMOUTS, 2012, p. 55). Em um estudo encomendado pelo Departamento para o Desenvolvimento Internacional do Governo do Reino Unido para os consultores da Deloitte & Touche (BENNET, ROE, ASHLEY, 1999) sobre as iniciativas de turismo para a luta contra a pobreza apoiadas pelas OI, os pesquisadores chegaram a identificar mais de vinte organizações internacionais que financiam projetos turísticos, apesar das declarações de que elas “do not do tourism”.

A principal OI envolvida no turismo é, sem dúvida, a Organização Mundial do Turismo (OMT). Herdeira da União Internacional de Organismos Oficiais de Propaganda Turística (UIOOPT) estabelecida pelo Congresso em Haia, em 1925, transformada em 1946 em União Internacional de Organismos Oficiais de Turismo (UIOOT). Em 27 de setembro de 1970, a reunião da Assembleia Geral da UIOOT no México adota o status de Organização Mundial do Turismo (OMT) (WTO, 2012c)¹.

A missão da OMT é promover “um turismo responsável, sustentável e universalmente acessível” (OMT, 2012c, p. 1). Seus principais objetivos nos dias atuais são fazer com que o turismo seja reconhecido como uma prioridade pelos governos, aumentar a competitividade de seus membros (destinos e empresas privadas), promover o turismo sustentável, promover o turismo como instrumento para alcançar os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM) estabelecidos pela Organização das Nações Unidas, apoiar a formação e a educação e fazer a mediação entre os diversos setores que compõem a indústria do turismo.

A desregulamentação e a liberalização dos mercados, o desenvolvimento via crescimento econômico causado pelo turismo e, no aspecto “soft” e mais retórico, a luta contra a pobreza e a preservação ambiental, parecem ser os principais imperativos

¹A partir de 1980, esta data será celebrada todos os anos como o dia mundial do turismo.

difundidos pelas OI no setor do turismo. A preeminência pertence às agências responsáveis pela concessão de empréstimos a projetos de desenvolvimento turístico nos destinos do Sul, a fim de possibilitar experiências turísticas positivas, principalmente em termos de infraestrutura urbana e de acesso para os turistas do Norte. A preocupação com o que deveria ser a prioridade do governo, a população residente, muitas vezes vem em último lugar, após a satisfação dos interesses dos investidores e visitantes (os últimos querem desfrutar de ambientes preservados, mas ao mesmo tempo com todos os confortos da vida ocidental aos quais estão acostumados). Trata-se, portanto, de uma tarefa imposta às OI: conciliar interesses conflitantes e, ao mesmo tempo, conduzir uma governança que leve em conta os interesses nacionais das populações receptoras.

2.3 As companhias transnacionais (CT)

As companhias transnacionais (CT) representam os interesses do mercado global. É amplamente difundido que o turismo é uma das “indústrias” mais globalizadas do mundo, a ponto de que se estima que oitenta por cento do mercado de turismo de massa seja dominado por empresas multinacionais, especialmente nos setores da hotelaria, da aviação comercial e das operadoras turísticas (MOWFORTH, MUNT, 2003).

É verdade que o setor é muito fragmentado e que não é o mesmo em todos os lugares. Dizer também que as empresas transnacionais dominam todos os mercados turísticos é uma simplificação, pois pequenas empresas de propriedade familiar podem predominar em vários destinos. No entanto, dois pontos precisam ser considerados aqui: o primeiro sugere que a presença de CT é capaz de colocar um destino na desejável rota dos fluxos turísticos internacionais. O segundo defende que as empresas transnacionais são muitas vezes as únicas capazes de exercer poder ou influência tanto sobre a legislação dos governos nacionais, quanto sobre as próprias práticas da indústria. “Mas, em geral, a escala das operações reflete o nível de poder e a capacidade de influenciar outras organizações competentes em matéria de turismo, como o governo” (MOWFORTH, MUNT, 2003, p. 172).

O controle da indústria é difícil de conseguir, dada a sua intensa fragmentação, de um lado, e também a dispersão de acordos, organizações e princípios cada vez mais técnicos, de outro, particularmente no campo ambiental (DEVIN, SMOUTS, 2012; HALL, 2008). Essas são as principais razões para o aumento da clivagem entre os ideais defendidos pela academia (as recomendações dadas pelos estudos e pesquisas sobre o turismo) e as práticas da indústria observada por Brown (2000) e Jafari (2005). Esta situação faz com que praticamente cada destino e cada empreendimento da indústria turística interpretem a sua maneira a sustentabilidade e que desenvolvam práticas específicas para alcançá-la no

discurso, a fim de conferir uma boa imagem perante o seu público consumidor. A falta de um paradigma unificado para orientar as ações (e neste aspecto as organizações diretamente envolvidas no turismo se justapõem e perdem muitas vezes em importância em relação às diretrizes emanadas por ONGs globais, por outras agências do sistema da ONU, por associações, etc.) leva à redefinição (ou adaptação) das práticas sustentáveis por parte das CT: o velho turismo de massa escondido sob belos títulos e discursos retóricos de luta contra a pobreza e respeito ao meio ambiente. O imperativo sustentável é, por conseguinte, apoiado pela indústria do turismo, mais frequentemente apenas no nível do discurso, assim como a necessidade de desregulamentação e liberalização dos mercados, resumida na máxima “liberalizar o comércio para um comércio justo” (“*free trade for fair trade*”) (MOWFORTH, MUNT, 2003).

3 OS IMPERATIVOS MUNDIAIS E SEUS PROBLEMÁTICAS

3.1 O imperativo econômico: o desenvolvimento via crescimento econômico guiado pelo turismo

Ninguém pode negar a força propulsora do turismo para as economias nacionais. Praticamente todos os autores e relatos sobre o turismo dão conta que o conjunto da atividade, a assim chamada “indústria turística”, cresce de 4 a 5% por ano, a despeito dos conflitos políticos violentos e das crises econômicas (OMT, 2012a, 2012b). Os números podem variar, mas o discurso permanece sempre o mesmo: o turismo aumenta e gera riqueza, a tendência é o crescimento contínuo, e como tal se faz corolário tomar “o avião” (ou o foguete) do turismo e compartilhar de seus benefícios antes que seja muito tarde.

Esse discurso irresistível, o turismo como fonte de riquezas e como panaceia aos problemas econômicos, constitui uma verdadeira ideologia difundida à medida que as pessoas dos países desenvolvidos têm cada vez mais acesso à informação sobre lugares longínquos e a meios rápidos e mais baratos de visitá-los (MOWFORTH, MUNT, 2003). Dessa forma, seria difícil a alguém afirmar que o imperativo mundial do turismo como força econômica motriz é contraditório aos objetivos nacionais quando se trata dos países menos desenvolvidos do planeta (LDC)².

² O acrônimo LDC vem da nomenclatura em inglês *Least Developed Countries*. O grupo dos LDC é uma classificação criada pelas Nações Unidas em 1971 que reúne as nações que possuem os índices de desenvolvimento humano (IDH) mais baixos. Atualmente a lista abrange 49 países, sendo que três Estados já conseguiram sair dessa classificação: Botswana em 1994, Cabo Verde em 2007 e a República das Maldivas em 2012.

A questão não é, portanto, que o discurso sobre a capacidade do turismo de levar ao desenvolvimento pelo crescimento econômico proporcionado seja contraditório com o desejo de melhoria das condições de vida das populações e dos governos dos países mais empobrecidos. A contradição desse imperativo reside principalmente no aspecto intrínseco dele. Há tempos que o crescimento econômico é contestado como a via mais segura para o desenvolvimento. O desenvolvimento não depende simplesmente do aumento da renda, mas, sobretudo, do acesso de toda a população às oportunidades da cooperação social (SEN, 2000). No âmbito do turismo como fator de desenvolvimento, Krippendorf (2000) coloca em evidência os custos escondidos do turismo, onde os principais responsáveis são as próprias populações receptoras, que negligenciam os potenciais impactos negativos na euforia inicial de receber não apenas as visitantes, mas as divisas que vêm com eles.

3.2 O imperativo social: o combate à pobreza por meio do turismo no âmbito dos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM)

Outro valor em voga para o planejamento estatal do turismo a partir da década de 2000 é o da sustentabilidade e do desenvolvimento humano, que emergem na cena internacional em torno das discussões sobre o papel do turismo para atingir os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM) até 2015 estabelecidos pela ONU. Em 1999, o conceito de “turismo pró-pobre” (TPP) aparece pela primeira vez, um termo cunhado pelo Ministério do Desenvolvimento do Reino Unido nas discussões sobre os ODM, em uma tentativa de transformar o turismo sustentável, que tinha uma abordagem “fundamentalmente muito verde”, em uma ferramenta para o desenvolvimento humano e a redução da pobreza (ASHLEY, 2007; BENNET, ROE, ASHLEY, 1999). O turismo pró-pobre é definido como aquele que busca aumentar a participação das partes menos favorecidas das comunidades receptoras no mercado turístico sem que haja necessariamente um crescimento do fluxo de visitantes (trata-se de “*tilt the cake*”³ em favor dos mais pobres) (ASHLEY, 2002, 2007; ASHLEY, BOYD, GOODWIN, 2000; OMT, 2002; BENNET, ROE, ASHLEY, 1999). A ampliação das oportunidades para os pobres é um objetivo em si, do qual a proteção ambiental constitui um reforço (BENNET, ROE, ASHLEY, 1999).

A OMT é hoje a principal porta-voz desse imperativo. Segundo a Organização (2013a, par. 2), “O turismo pode desempenhar um papel significativo para os objetivos 1, 3, 7 e 8, relativos à pobreza extrema e à fome, à igualdade de gêneros, à sustentabilidade ambiental e à parceria global, respectivamente”. Assim, a fim de envolver o turismo no

³ Literalmente, “inclinar o bolo”.

compromisso de atingir os ODM de combater a pobreza, a OMT lança em 2002 o Programa de Turismo Sustentável para a Eliminação da Pobreza (ST-EP, sigla inglesa para *Sustainable Tourism – Eliminating Poverty*). O programa ST-EP visa fornecer assistência técnica e mesmo financeira, através de parceiros público-privados, a iniciativas de TPP. O Programa conta atualmente com mais de 100 projetos, apoiados pela Fundação ST-EP sediada em Seul (Coréia do Sul). “Todos os beneficiários de projetos ST-EP são destinatários da Ajuda Pública ao Desenvolvimento (APD)⁴, e metade deles estão entre os países menos desenvolvidos (LDC)” (OMT, 2013b, par. 1).

Ainda que, em teoria, o TPP seja um imperativo em conformidade com os objetivos políticos de melhoria das condições de vida que os governos nacionais esperam alcançar por meio do turismo, há, no entanto, contradições inerentes possíveis de identificar. Em primeiro lugar, há o fato de que o “conhecimento científico e técnico” da pobreza, seus critérios de classificação e as formas de combatê-la, é ditado pelo Norte, que continua a definir os padrões de vida e de desenvolvimento adequados às populações do Sul (MOWFORTH, MUNT, 2003). Em segundo lugar, o próprio título “turismo pró-pobre” evoca uma atitude paternalista. Terceiro, as iniciativas de turismo pró-pobre, fundamentadas nas parcerias estabelecidas diretamente entre a iniciativa privada e os “pobres locais”, não passam de paliativos, que dificilmente afetarão as verdadeiras causas da pobreza e poderão, assim, provocar qualquer alteração nesse sentido. Finalmente, os resultados das iniciativas de TPP são muito difíceis de separar dos benefícios advindos das atividades turísticas ditas “normais”, elas próprias de difícil aferição, em função das profundas inter-relações do turismo com outros setores da economia (ASHLEY, 2002).

4 O IMPERATIVO DA SUSTENTABILIDADE “VERDE”

Segundo Fayos-Solá (1996) e Fonseca (2005), um dos principais paradigmas no contexto atual da política e do planejamento do turismo é a competitividade. Essa competitividade possui estreitas relações semânticas com o conceito de sustentabilidade (HALL, 2008; MOWFORTH, MUNT, 2003; BARRETTO, 2005), que de acordo com a classificação feita por Hall (2008), insere-se de forma mais incisiva na política nacional a partir de pressões de organizações e de mobilizações transnacionais e internacionais.

Com efeito, o turismo sustentável é um ideal paradigmático para destinos turísticos. Inúmeras conferências e documentos internacionais reforçam o turismo sustentável como uma boa prática a ser adotada por governos e destinos. Tal fato reflete o alto nível técnico e

⁴ Trata-se do Fundo da Organização de Cooperação e de Desenvolvimento econômico – OCDE.

de dispersão de princípios e diretrizes para o turismo sustentável, que parece difícil de ser atingido na prática, uma vez que o setor turístico também é hiperfragmentado. Como resultado, cada subdivisão da indústria tenta interpretar e aplicar a sustentabilidade a sua própria maneira, isto é, a fim de criar uma boa imagem pública sem afetar a sua margem de lucros.

Não é de interesse direto deste trabalho a enumeração dos impactos positivos ou negativos que o turismo pode causar. O que parece ser mais relevante são os conflitos que estão por trás dos bastidores desta questão. O conceito de sustentabilidade está longe de um consenso, entendido de maneiras diferentes segundo os indivíduos, as organizações e os grupos sociais e, por conseguinte, expressa a diversidade de interesses que estão muitas vezes em conflito uns com os outros (MOWFORTH, MUNT, 2003; BROWN, 2000; SWARBROOKE, 1999). Além disso, e mais importante no âmbito dessa investigação, é que o conceito de sustentabilidade é construído social e politicamente, e reflete os interesses, valores e percepções dos envolvidos. Como uma ideologia que permeia todo o discurso político da atualidade (MOWFORTH, MUNT, 2003), a sustentabilidade e, por extensão, o turismo sustentável, muitas vezes refletem os interesses, percepções e valores das sociedades e dos indivíduos ocidentais (SWARBROOK, 1999; MOWFORTH, MUNT, 2003; BROWN, 2000). Ele também tem um determinante histórico, com ligações estreitas com o campo das relações internacionais: o fim da Guerra Fria representa o divisor de águas entre o final do confronto Leste-Oeste e o início dos conflitos Norte-Sul, sendo o meio ambiente e o desenvolvimento as principais questões de disputa entre esses dois novos “polos”. Trata-se, em última instância, de uma via de influência das nações do Norte, detentoras da maior parte dos recursos financeiros, de ditar como e quando as nações do Sul, possuidoras dos recursos naturais, devem conduzir seus negócios internos e gerenciar seus territórios e recursos. Essa influência se dá por meio de métodos e tendências ditadas pelo mercado e pelas companhias transnacionais, como o comumente chamado “novo turismo” ou “novas formas de turismo”, assunto a ser tratado em seguida.

4.1 O imperativo do mercado turístico internacional: as novas formas de turismo

Uma resposta do turismo às mudanças no mercado internacional se dá pela criação de “novas formas de turismo”, ou “novo turismo”, em oposição diametral ao “velho turismo”, ou seja, o famigerado “turismo massa”, eu além das acusações de destruidor da natureza e das paisagens (KRIPPENDORF, 2000), também se reveste dos preconceitos de classe social: o turista que viaja por pacote e em grande número, uma vez que não detém

grande recursos financeiros, contra a imagem do viajante solitário e rico da nobreza da época do “pré-turismo”, os “*Grands Tours*” do século XVIII e até mesmo o turismo praticado até a primeira metade do século XX, antes de que o turismo se massificasse (e se “democratizasse”). A imagem negativa em torno do turismo e, sobretudo, dos turistas, passa muitas vezes pelo preconceito de classe, como afirma Urbain (2002).

Além de satisfazer os desejos de classe média que, mais experimentada em termos de viagens, não quer mais se identificar com a figura pejorativo do “velho turismo” de massa, a busca por novas experiências, mais participativas e em lugares cada vez mais insólitos, é resultado também de mudanças no modo de produção capitalista: a transição da produção em massa “fordista” para a produção flexível. Basicamente, é o mesmo “velho” capitalismo e, portanto, o mesmo “velho” turismo de massa por trás de uma nova fachada. É desse modo que, em oposição aberta ao turismo de massa, com uma abordagem mais ética em termos sociais e ambientais, sobretudo no nível do discurso e da comercialização de operadores turísticos, que as novas formas de turismo são criadas, tais como o ecoturismo, o turismo sustentável, o turismo de base comunitária, o turismo ético ou de comércio justo (*fair trade*) e o já comentado turismo pró-pobre (MOWFORTH, MUNT, 2003; OMT, 2002; FENNELL, 2006).

Além de uma série de contradições constitutivas, todas as novas formas de turismo têm em comum a questão da mercantilização (“*commodification*”): é atribuído um valor monetário à natureza, às pessoas, à cultura, que se tornam eventualmente produtos à venda no mercado global de turismo (KNAFOU 2008; MOWFORTH, MUNT, 2003).

4.2 O imperativo da globalização: liberalização de economias e desregulamentação política

A ideia de democracia engloba uma grande variedade de conceitos, após ter evoluído ao longo das últimas décadas para incluir outras noções econômicas e políticas, tais como livre comércio, globalização, desregulamentação, descentralização e privatização (RICHTER, 2007; SINGER, 2004). Nesse sentido, várias OI claramente acreditam que elas desempenham o papel de promover a democracia ou de “exportá-la” para os países mais pobres do Sul. A maior parte das OI se declara ser um fórum regional ou global de discussões democráticas e de soluções relativas à totalidade ou a alguns setores determinados da indústria do turismo. A OMT, além de proporcionar um fórum para as questões ligadas ao turismo mundial, tenta promover “um turismo responsável, sustentável e acessível a todos” (OMT, 2012c, p. 1). O acesso ao turismo ou à liberdade de viajar é claramente associado à

democracia (RICHTER, 2007). O turismo “responsável, sustentável e acessível” constitui, conseqüentemente, um paradigma praticado e promovido sob circunstâncias “democráticas” de participação e a serviço do bem-estar das populações receptoras implicadas (MOWFORTH, MUNT, 2003; EQUATIONS, 2005; SHARPLEY, TELFER, 2007, 2008).

A liberalização do comércio, defendida pela maioria das organizações internacionais, reflete-se no turismo através de “maiores oportunidades para as empresas, incluindo redução das regulamentações para o funcionamento da indústria turística, novas possibilidades para fusões, reduções fiscais e exigências ambientais” (RICHTER, 2007, p. 8). Em última análise, a liberalização do comércio e a desregulamentação são difundidas como sendo favoráveis às populações locais, sob a alegação de que essas medidas favorecem o comércio justo (“*free trade for fairer trade*”) e uma melhor qualidade de bens e serviços, devido a uma maior competitividade. Finalmente, o funcionamento pouco regulamentado das CT valoriza o destino turístico no mercado internacional, ao aumentar sua competitividade e qualidade dos serviços, ou, ao contrário, afeta a indústria e a economia nacionais e provoca um grande vazamento de recursos para o exterior? Esse ponto é ainda controverso e não isento de contradições.

5 OS ATORES INTERNACIONAIS E SEUS GRAUS DE INFLUÊNCIA SOBRE AS GESTÕES NACIONAIS DO TURISMO: A HIPÓTESE DA POTÊNCIA MAIOR DAS CT E O PODER DE INFLUÊNCIA DA OMT EM XEQUE

Diversas organizações internacionais foram mencionadas como possuindo um grau de influência considerável na cena política internacional do turismo. A organização mais mencionada pelos entrevistados foi o BID, sobretudo pelos pesquisadores e especialistas brasileiros ou residentes no Brasil (M. Fonseca⁵, T. Enders⁶, R. Cruz⁷). Entretanto, dois especialistas estrangeiros também observaram a ação do BID em nível mundial e no Brasil: M. Mowforth⁸ et R. Knafou⁹. O BID financia uma das políticas de urbanização para fins turísticos com maior impacto sobre o turismo da região costeira do Nordeste brasileiro, que

⁵ Maria Aparecida Pontes da Fonseca, geógrafa, professora da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Pesquisadora e autora brasileira de estudos sobre a influência dos empreendimentos estrangeiros sobre as políticas de turismo no Brasil.

⁶ Wayne Thomas Enders, geógrafo, professor americano aposentado da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Especialista em políticas e governança do turismo no Brasil.

⁷ Rita de Cássia Ariza da Cruz, geógrafa, professora da Universidade de São Paulo (USP). Pesquisadora e autora brasileira de diversas publicações, é considerada uma das maiores autoridades sobre a política de turismo no Brasil na atualidade.

⁸ Martin Mowforth, geógrafo, pesquisador britânico da *University of Plymouth* (Reino Unido), autor de publicações relevantes à temática desta pesquisa.

⁹ Rémy Knafou, geógrafo, pesquisador e autor francês sobre o turismo, professor da *Université Paris 1*.

levou à inclusão desta política na esfera federal e a sua ampliação para cobrir todas as regiões do país. Trata-se do Programa de Ação para o Desenvolvimento do Turismo no Nordeste, antigo PRODETUR/NE, hoje PRODETUR Nacional. “Não se pode negligenciar o fato de que organismos supranacionais estão diretamente relacionados ao fomento ao turismo no Brasil (BID, principalmente) e que tais organismos impõem condições de gestão da atividade na escala nacional” (R. CRUZ, 2013).

Entre o grupo de gestores públicos do turismo no Brasil, à exceção de J. Silva¹⁰, nenhum ator indica a influência do BID sobre a gestão nacional do turismo, nem tampouco de qualquer OI. Em princípio, O Secretário Nacional de Políticas de Turismo Vinícius Lummertz, ainda que mencione o WTTC e a OMT, defende que essas organizações têm muito pouca influência sobre a gestão nacional do turismo no Brasil. Ele considera que o país é muito grande e autocentrado, possuindo uma economia complexa e diversificada, para ser profundamente influenciado pelas OI no campo do turismo. Mesmo porque, como afirmam R. Knafou, F. Frangialli¹¹, M. Fonseca, R. Cruz e a literatura (CRUZ, SAN SOLO, 2003; FONSECA, 2005), o turismo não é considerado como uma prioridade econômica e política pelo governo brasileiro. Houve um reforço nesse sentido durante a gestão do Presidente Lula, que novamente perdeu seu élan com a gestão da Presidente Dilma Rousseff a partir de 2010 (segundo afirmam J. Silva, M. Fonseca e T. Enders). Contudo, quando V. Lummertz foi questionado sobre o papel do BID no PRODETUR, ele termina por reconhecer que “O BID tem uma influência singular no Brasil, até desproporcional ao seu tamanho, porque não é um banco tão grande. Eu acho que o BID tem sido importante, principalmente na questão da infraestrutura. Principalmente no Nordeste, não é?”.

No contexto mais geral dos atores que exercem influências significativas sobre a cena política internacional do turismo, M. Mowforth esboça um esquema complexo. De acordo com o pesquisador britânico, existem três grupos principais de atores internacionais que atuam sobre os processos decisórios nacionais do turismo. O primeiro conforma o assim chamado “Consenso de Washington”, isto é, as agências financeiras, como o Banco Mundial, o Fundo Monetário Internacional (FMI) e os bancos regionais de desenvolvimento, dos quais o pesquisador coloca em evidência o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID). Curiosamente, M. Mowforth inclui na classificação de OI pertencentes ao Consenso de Washington duas organizações diretamente envolvidas com o turismo e que constituem as

¹⁰ Jurema Márcia Dantas da Silva, membro titular do Conselho Nacional do Turismo (CNTUR-MTUR) como representante do Fórum Nacional de Cursos Superiores de Turismo e Hotelaria.

¹¹ Francesco Frangialli, Secretário Geral da OMT, de origem francesa, de 1997 a 2008. Atual Presidente da Fundação ST-EP da OMT.

duas principais do setor: a OMT e o WTTC. Essas duas OI não são tradicionalmente incluídas no Consenso de Washington (ver definição e classificação, por exemplo, na obra de DEVIN, SMOUTS, 2012).

O segundo grupo pode ser subdividido em dois outros: (a) o grupo de organizações internacionais não governamentais (OING) progressistas; e (b) o grupo de ONG nacionais e internacionais (ONNG e OING) corporativas. M. Mowforth menciona três exemplos específicos de OING corporativas que atuam no campo do turismo, sendo, segundo ele, as três principais organizações dedicadas à conservação ambiental: *The Nature Conservancy*, o WWF (*World Wide Fund for Nature*) e *Conservation International*, “mas existe também equivalentes nacionais na maior parte dos países do Sul”. As três OING corporativas citadas por M. Mowforth possuem um escopo de ação no Brasil que ultrapassa o marco comum da Floresta Amazônica e do Pantanal, englobando também outros projetos em praticamente todas as regiões do território brasileiro. Diversos projetos apoiados incluem práticas de ecoturismo.

O terceiro grupo de atores internacionais com uma notável influência sobre as governanças nacionais do turismo, especialmente aquelas dos países do Sul, ainda segundo M. Mowforth, é aquele formado pelas CT: “[...] elas têm uma enorme influência sobre a regulamentação internacional por meio das megaconferências, como a Rio +20, onde o seu *lobbying* teve uma influência muito considerável sobre os acordos finalmente estabelecidos. Esses acordos internacionais são em seguida impostos a todas as nações”. Se o esquema de M. Mowforth é verdadeiro, parece lógico deduzir que são as CT que exercem a influência mais forte sobre as administrações nacionais do turismo, haja vista que elas participam dos três grupos de atores internacionais mencionados pelo pesquisador.

Um ator internacional do turismo que esta análise não pode deixar de citar é a OMT. O tema da influência da OMT conformou um grande divisor de opiniões entre os entrevistados. Seu papel de organização central no sistema político internacional do turismo é incontestável, pois a OMT foi mencionada pela quase totalidade dos atores interrogados (por nove dos treze atores). Aparentemente, todos os atores, com exceção de M. Mowforth (que inclui a OMT no grupo do Consenso de Washington, como comentado acima), estão de acordo que esta organização possui uma influência mínima, que se manifesta apenas sob a forma de recomendações mais gerais no sentido do desenvolvimento adequado e continuado da atividade, direcionado ao bem-estar de todos os atores implicados (governos, sociedades receptoras, empresas e investidores, turistas). Essas recomendações, reunidas no Código Mundial de Ética do Turismo adotado pela OMT em 1999 (HALL, 2008; BADARÓ, 2008), não têm qualquer poder coercitivo sobre os Estados ou instituições membros. É

possível que em razão disso, e também porque a OMT não atua diretamente como organismo de financiamento, que ela não seria tida como a mais influente no cenário internacional.

No entanto, após uma análise cruzada mais cuidadosa, é possível observar que a influência “soft” da OMT é evocada por razões diversas de acordo com o grupo ao qual pertence o ator entrevistado. O primeiro grupo, o dos representantes da OMT, demonstrou um certo nível de desconforto quando confrontado com a questão da possível influência desta organização. Primeiramente, os atores da OMT demonstraram ter interpretado a questão de uma forma literal. F. Frangialli, por exemplo, ressalta o princípio da não ingerência das Nações Unidas, ao qual a OMT, enquanto agência especializada do “sistema” da ONU, deve forçosamente obedecer (segundo prescreve o artigo 2, parágrafo VII da Carta das Nações Unidas).

Ademais, F. Frangialli considera que as OI que atuam no turismo, como a OMT, aparentemente não exercem muita influência em razão da mínima importância concedida pelos Estados ao turismo:

O turismo é um sector econômico importante, mas em muitos países ele tem um papel na organização do governo que é muito, muito baixo. [...] Então, em muitos países, não há administração sólida do turismo. Para a OMT, isso é um problema. Quando os Estados Unidos anularam sua agência, um ano depois eles deixaram a OMT, porque não havia ninguém encarregado do turismo nacional. Assim, o interesse da OMT é de ter administrações fortes do turismo.

Nos países do Norte, há uma tendência à descentralização e à supressão de uma administração central. Há, contudo, exceções: “o Sul do Norte”, como Grécia, Turquia e Espanha. Nos países do Sul, a tendência é de existir uma forte administração nacional, e nos grandes países de sistema federativo, uma dupla administração, ao mesmo tempo centralizada e descentralizada. A descentralização, a governança do turismo propriamente dita, não existe nos pequenos países do Sul. A tendência parece ser de possuir uma governança do turismo mais descentralizada nos níveis locais à medida que o país se desenvolve. O problema para a OMT em relação às OI dos outros setores é que isso é percebido como uma redução da importância do turismo por parte dos governos nacionais: enquanto que os demais setores possuem uma administração centralizada (a agricultura, a saúde, o comércio, por exemplo), o turismo é geralmente relegado a um nível “mais baixo”, não restando quase nenhuma representação administrativa central. Isso torna difícil o diálogo da OMT com os Estados. Em suma: “Porque é um tipo de relação dialética, [...] entre

a força da OMT e a força dos governos. Essa é a fraqueza da OMT [...]. A OMT tem encontrado dificuldades em obter bons suportes, bons contatos em um nível suficientemente importante” (F. FRANGIALLI, 2013). Essa opinião sobre a menor importância concedida ao turismo pelos governos nacionais é reforçada por alguns atores do grupo de pesquisadores e especialistas do turismo, como R. Knafou, no caso específico do Brasil, e por M. Hall¹² e M. Figuerola¹³, de forma mais geral.

O princípio da não interferência, somado à alegação de que a OMT não pode favorecer nenhum membro em particular, e o fato de que o turismo seja um tanto desprezado pelos governos nacionais, constituiu a fórmula repetida por todos os representantes da OMT. A ideia subjacente a essas declarações é de fazer uma espécie de defesa da Organização, uma vez que foi possível, por meio das pausas e das hesitações frequentes, e mesmo por outros sinais, que a questão era considerada de forma muito negativa, como se o fato de tentar exercer uma influência fosse necessariamente algo que denegrise a imagem da organização.

Não, a OMT é um órgão que faz recomendações. Ela recomenda, ela não pode interferir de maneira nenhuma na gestão do MTUR. [...] Agora, realmente dizer “você têm que fazer isso, isso e isso”, [...] não é o papel dela. Nós temos toda uma farta documentação, toda uma fonte de conhecimentos... Nosso poder é o conhecimento. Nós temos o apoio também institucional muito forte para determinadas iniciativas, mas dizer, influenciar diretamente no caminho que o ministério ou o governo tem que tomar, isso não faz. Nem é o nosso papel.

Contudo, os atores reconheceram que a OMT financia projetos de desenvolvimento turístico, ou seja, que ela busca investidores para projetos específicos que ela tem interesse em realizar. Um exemplo disso é a Fundação ST-EP, criada em 2002 e que tem como objetivo financiar projetos turísticos nos países menos desenvolvidos (LDC) (OMT, 2013b). Quando questionado se isso não constituiria uma forma de a OMT influenciar o curso do desenvolvimento turístico de certos países, a resposta defensiva foi imediata:

A Coreia [do Sul, sede da Fundação ST-EP, da qual F. Frangialli é o presidente] é um país membro da OMT, está disposta a colocar esses

¹² C. Michael Hall, um dos pesquisadores (de origem neozelandesa) mais conhecidos do turismo em nível internacional, autor de algumas publicações que abordam diretamente o assunto tratado por este estudo. Professor da *University of Canterbury* (Nova Zelândia), da *Linnaeus University School of Business and Economics* (Suécia), da *University of Eastern Finland* e da *University of Johannesburg* (África do Sul).

¹³ Manuel Figuerola Palomo, memória viva do turismo na Espanha e na Europa, tendo desenvolvido diversos trabalhos para a OCDE e a OMT. Economista espanhol, atualmente professor da *Universidad Antonio de Nebrija* (Espanha).

recursos [...]. Mas enfim, por que não, não é? Estamos fazendo algo errado? Não, nós definitivamente não estamos fazendo algo errado. Pelo contrário, estamos fazendo algo que é desenvolver o turismo em comunidades de baixa renda e mostrando que efetivamente o turismo tem potencial (M. FAVILLA¹⁴, 2003).

M. Favilla explica que esses recursos provêm de fundos privados, posto que o orçamento anual da OMT, resultante da contribuição anual dos Estados membros e dos membros afiliados, não pode ser utilizado em ações que não sejam para beneficiar a coletividade, como a realização de publicações, de estatísticas, de conferências e eventos. Resta, por outro lado, a questão do interesse que anima a iniciativa da realização desses projetos “individuais”.

Os entrevistados da OMT mencionaram igualmente que certos estudos publicados regularmente pela organização, sobretudo aqueles que fazem comparações entre os países e entre as administrações nacionais do turismo, podem exercer uma influência considerável sobre os Estados membros, assim como a transformação da OMT em agência especializada da ONU em 2003. Contudo, o cuidado de destacar o caráter “*soft*” da influência da OMT foi uma constante: “Então, naturalmente trata-se de um estímulo para que os Estados tratem o turismo como um setor sério. Portanto, eu acredito que isso seja uma mudança importante, mas não é, digamos, uma interferência. É uma forma de atrair. É um reconhecimento” (F. FRANGIALLI, 2013).

Os representantes do governo brasileiro também emitiram uma opinião sobre a influência muito fraca da OMT sobre a gestão nacional do turismo no Brasil, que se exprime, mormente, por meio de recomendações muito gerais e sem nenhum impacto direto. Isso ocorre quer devido à centralização da gestão e à diversificação da economia brasileira, que consequentemente não teria necessidade de recorrer às OI (V. Lummertz), quer em razão de que a OMT não possui nenhuma ação de financiamento de projetos no Brasil, a exemplo do BID (J. Silva). C. Carvalho¹⁵ levanta a hipótese de que a atuação menos forte da OMT sobre a política e a gestão do turismo no Brasil se deve a um certo menosprezo da Organização pela América Latina, ainda que ele destaque que a presença de M. Favilla desde 2010 como Diretor Executivo de Competitividade, Relações Exteriores e Parcerias na OMT possa eventualmente modificar essa situação.

¹⁴ Márcio Favilla Lucca de Paula, Diretor Executivo de Competitividade, Relações Exteriores e Parcerias na OMT. Antigo Ministro Adjunto do Turismo no Brasil de 2003 a 2007.

¹⁵ Caio Luiz Cibella de Carvalho, antigo Secretário Nacional de Turismo e Serviços, Presidente da EMBRATUR e Ministro do Esporte e do Turismo de 1992 a 2002.

Entre os universitários, R. Knafou consegue resumir de forma representativa a opinião da quase totalidade dos atores deste grupo, opinião compartilhada igualmente pelos atores do grupo da gestão nacional do turismo no Brasil, a respeito da pouca influência da OMT como organização central do turismo em escala mundial. Essa posição, que poderia conferir à OMT um papel decisivo na governança internacional da atividade, não chega a se concretizar, segundo R. Knafou. Em vez de uma política internacional, a arena mundial do turismo permanece um estado não governado de natureza:

Primeiramente, eu não tenho certeza se há uma governança internacional do turismo. Eu não tenho certeza em absoluto. Bem, há uma Organização Mundial do Turismo, que é [...] um lugar de encontro, tanto entre os países quanto entre um grande número de empresas de turismo, é um lugar de diálogo, um lugar de construções comuns, de algumas ações, de boas palavras... Quando eu digo “boas palavras”, não é num sentido pejorativo, não é completamente irônico, são boas palavras que se destinam a alimentar boas práticas, vamos dizer, do desenvolvimento do turismo. Mas isso não significa que há uma governança internacional, o que eu chamo de governança internacional do turismo. [...] Digamos que a OMT adote em escala, ou seja, na esfera turística, os grandes princípios internacionais ou mundiais do momento, o desenvolvimento sustentável em particular. [...] Mas no essencial, não passam de palavras.

Esse aspecto mencionado remete à questão dos imperativos mundiais difundidos pelos atores internacionais, outro tema pertinente a esse estudo, uma vez que dizem respeito às ideologias que guiam a gestão e o desenvolvimento da atividade turística nos territórios dos Estados nacionais. Como já discutido anteriormente, essas ideologias são transmitidas de forma interdependente (DABÈNE, 1997), ainda que de maneira desigual, e servem principalmente aos interesses daqueles que detêm maior poder no sistema político internacional (MOWFORTH, MUNT, 2003).

6 OS IMPERATIVOS MUNDIAIS DO TURISMO E SUAS CONTRADIÇÕES: DESTAQUE PARA OS INTERESSES DIVERGENTES E O FAVORECIMENTO DAS EMPRESAS PRIVADAS COM O JOGO DE DUPLOS CRITÉRIOS

Depois de abordar o assunto dos principais atores internacionais e seus graus de influência a partir da perspectiva dos entrevistados, resta saber quais são os imperativos difundidos pelos atores e que servem como vetores ideológicos para a gestão e desenvolvimento da atividade turística nos territórios dos Estados nacionais.

Os imperativos mundiais difundidos pelos atores internacionais, de acordo com a literatura consultada, mostrou-se preciso a partir das respostas fornecidas pelos

entrevistados por esta pesquisa. Considere-se primeiro o caso das organizações internacionais aqui representadas pela OMT. Os agentes da OMT entrevistados concordaram entre si e com a literatura que essa organização se esforça em disseminar os cinco principais imperativos anteriormente relatados. Os representantes da OMT, grosso modo, não indicaram qualquer contradição entre as recomendações da organização e os objetivos nacionais com o turismo porque, como afirmou F. Frangialli, “[...] o interesse da OMT é ter administrações fortes do turismo”. Em outras palavras, o principal papel da OMT é fazer com que o turismo prospere no mundo (M. Favilla, R. Corrêa). O apoio da OMT, com esse objetivo, às administrações nacionais de turismo, deve ser igual e imparcialmente distribuído entre todos os Estados membros e membros afiliados. Neste sentido, e reconhecendo, como resume o especialista M. Figuerola, que “o turismo se encontra muito mal tratado, muito mal considerado”, opinião compartilhada por todos os atores da OMT interrogados, a organização desenvolveu o programa “*Global Leaders of Tourism*”,

em que o secretário geral da OMT, desde fevereiro de 2011, quer dizer, tem vinte e seis meses, já esteve com quase cinquenta chefes de Estado e chefes de governo, para entregar uma carta aberta sobre a importância do turismo. [...] de todo jeito, nós já temos até hoje quase cinquenta presidentes e primeiros ministros que receberam o secretário geral da OMT. Então, é um ato político de fortalecimento do turismo dentro de um país e que é um ato político da OMT com o WTTC (M. FAVILLA, 2013).

Esse ato político serve aos interesses tanto da OMT (bem como do WTTC) quanto dos governos nacionais em relação ao crescimento econômico promovido pelo turismo, logo, não haveria nenhuma contradição nesse sentido.

Os imperativos da sustentabilidade “verde” e social foram destacados por todos os representantes da OMT, tendo todos mencionado a importância do Código Mundial de Ética do Turismo e do Programa ST-EP a esse respeito. Os Estados seguem, em teoria, essas recomendações (incluindo o Brasil, segundo R. Corrêa e M. Favilla), uma vez que não haveria contradição nesse caso.

F. Frangialli é o único ator da OMT a levantar a contradição presente no ambiente multilateral e que se reflete no domínio do turismo, entre os interesses particulares dos Estados (e das CT), com foco nos países do Norte, e os interesses coletivos que as OI devem, em teoria, garantir. As contradições ocorrem à medida que vários países do Norte contribuem com o desenvolvimento de certas nações do Sul, principalmente no caso das antigas colônias, mas ao mesmo tempo algumas práticas que visam proteger seus interesses muitas vezes conflitam com essas ações de ajuda internacional:

Quando o Ministro francês das Relações Exteriores publica um mapa da África, onde a metade da África está na zona vermelha, isso desencoraja os franceses a ir para esses países. O Ministério tem a intenção de proteger os franceses, mas ao mesmo tempo em que ele aconselha o viajante, ele não se preocupa com a extrema importância [do turismo] e, por vezes, com o impacto negativo muito forte para os países em desenvolvimento (F. FRANGIALLI, 2013).

É possível observar na citação acima a contradição entre o bem privado e o bem coletivo, que se encontra no centro da noção de política, bem como a influência exercida pelos Estados nacionais sobre outros através das advertências contra a viagem (MOWFORTH, MUNT, 2003; BROWN, 2000).

Por essa e outras declarações de F. Frangialli, pode-se ainda perceber que o entrevistado parece confundir (consciente ou inconscientemente) os Estados do Norte e as organizações internacionais. Talvez ele pessoalmente acredite que são os países do Norte que estão por trás das OI, como também sugeriu R. Knafou. Isso faz com que os interesses do Norte sejam às vezes compatíveis com os imperativos difundidos pelas OI, e às vezes não, porque os interesses particulares podem eventualmente colidir com os interesses do multilateralismo (HALL, 2008), que em teoria deve promover o bem-estar coletivo dos Estados que constituem as sociedades internacionais (M. Favilla, R. Corrêa).

Os representantes do Ministério e do Conselho Nacional do Turismo no Brasil incluem os imperativos na perspectiva econômica, não vendo neste aspecto qualquer contradição entre os objetivos nacionais de crescimento do turismo e as recomendações nesse sentido dos atores internacionais. J. Silva foi a única representante da gestão nacional do turismo brasileiro a ressaltar a contradição existente entre o discurso internacional que o Brasil assume de preservação ambiental e as poucas medidas tomadas a esse respeito, coincidindo nesse ponto com as visões expressadas por M. Fonseca, R. Knafou e F. Frangialli sobre o assunto.

As opiniões expressas pelos pesquisadores concordam novamente com os imperativos identificados na literatura. Os universitários enfatizaram o imperativo econômico (o discurso apologético e consensual de que o turismo gera renda, divisas estrangeiras e emprego), o imperativo do desenvolvimento sustentável e o imperativo da liberalização e desregulamentação. Uma vez mais M. Mowforth fornece uma descrição pormenorizada dos imperativos mundiais do turismo e suas origens:

As diretrizes globais para o turismo vêm de conferências tais como a Rio +20, a Conferência sobre o Ecoturismo, a Convenção sobre a Diversidade Biológica, e de diversas organizações, como o Programa ST-EP do PNUE [e da OMT]. Outras organizações óbvias das Nações Unidas, como a

Os Imperativos Mundiais do Turismo: dos porta-vozes e impactos

Andréa Virgínia Dantas, Catherine Wihtol de Wenden, Lissa Valéria Fernandes Ferreira

Organização Mundial do Turismo (OMT), o PNUD, a UNESCO, para citar alguns exemplos, são igualmente importantes. Ademais, várias organizações autóctones internacionais emitem declarações que podem ter uma incidência sobre o desenvolvimento de atividades turísticas: o *Indigenous Environmental Network*, a Instância Permanente das Nações Unidas sobre as Questões Autóctones (UNPFII), *Survival International*, *Cultural Survival*, *Minority Rights Group International* e *Third World Network*. Outras organizações nesse sentido são *The International Ecotourism Society* (TIES) e o Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC).

Alguns pesquisadores mencionaram imperativos mundiais de turismo não prescritos pela literatura. T. Enders, por exemplo, mostra o conceito de governança participativa e descentralizada, inclusive divulgada pelas agências financeiras, como o Banco Mundial, no Pacífico Sul, e o BID, no caso do Brasil. Segundo ele, essa ideologia serve ao paradigma neoliberal, uma vez que se opõe à noção de desenvolvimento territorial de base local. No entanto, o especialista, a exemplo de Knafou (2008), considera importante para o desenvolvimento de destinos o investimento de recursos financeiros e humanos de fora da região ou do país, mesmo porque pequenas comunidades muitas vezes não têm esses próprios recursos. Além do que as agências financeiras, de acordo com ele, têm boas intenções para o desenvolvimento das sociedades do Sul: “Eu não sinto que estas organizações estejam tentando explorar as regiões” (T. ENDERS, 2013). Assim, não haveria, de acordo com o entrevistado, contradições entre o imperativo da governança, ainda que ela seja imposta como condição para o financiamento, e os objetivos nacionais de desenvolvimento.

Dois outros imperativos mundiais indicados por T. Enders foram a segurança dos turistas, observado também por F. Frangialli, como comentado anteriormente, e a classificação hoteleira. M. Figuerola também se pronunciou sobre esses dois aspectos. No que concerne ao primeiro, o da segurança dos visitantes, o especialista espanhol ressalta o aspecto comercial da segurança (a proteção ao consumidor): “Uma diretriz que tem sido exigida pelos países do Norte com uma maior influência é a proteção do turista enquanto consumidor. Dito do outro modo, a normalização dos pacotes turísticos” (M. FIGUEROLA, 2013). O outro imperativo, relativo à classificação hoteleira, seja no Brasil (T. Enders, J. Silva) ou em outros países do globo (M. Figuerola), todos têm encontrado dificuldades para a sua implementação.

R. Cruz foi a única entrevistada do grupo dos universitários a apontar a influência de um imperativo mundial não levantado pela literatura, especificamente no Brasil:

O que é correto dizer, sem dúvida, é que não se pode dissociar as mudanças macroestruturais que ocorrem na administração pública federal brasileira [no campo do turismo] dos processos de mudança em curso em outras escalas como, por exemplo, a redemocratização da América Latina e o aprofundamento do paradigma neoliberal.

Trata-se aqui do imperativo da democracia, que se encontra, em certa medida, ligado à necessidade de liberalização política e econômica (neoliberalismo). Neste ponto, esse imperativo é consistente com as hipóteses discutidas anteriormente de Richter (2007) e Singer (2004), que argumentam que a ideia de democracia tem evoluído nas últimas décadas para incluir outros conceitos econômicos e políticos, tais como livre comércio, globalização, desregulamentação, descentralização e privatização. Como discutido previamente, diversas OI, nesse sentido, e especificamente a OMT, claramente acreditam que elas desempenham o papel de promoção da democracia: o turismo sustentável só pode ser alcançado em um contexto democrático, participativo (daí a noção de governança difundida pelas OI, de acordo com T. Enders) e de livre ação dos indivíduos, tanto no sentido físico (para viajar, para receber e desfrutar dos benefícios econômicos envolvidos pela atividade de turismo receptivo por parte das populações locais) quanto legal (empresas locais e internacionais e devem receber o mesmo “justo” tratamento nacional, segundo preconiza a OMC).

Retomando uma vez mais a temática das contradições entre os imperativos mundiais e os objetivos nacionais para o turismo, pode-se afirmar, em resumo, que as contradições apontadas pelos estudiosos vão no sentido de que ou elas são inerentes ao próprio nível conceitual dos imperativos, no caso do desenvolvimento sustentável (M. Fonseca, R. Knafou); ou que o imperativo neoliberal frequentemente entra em conflito com as recomendações para a sustentabilidade ambiental e o desenvolvimento humano (R. Cruz, M. Mowforth, M. Fonseca). A literatura consultada concorda novamente a este respeito com o ponto de vista expresso por esse grupo de entrevistados (MOWFORTH, MUNT, 2003; EQUATIONS, 2005; RICHTER, 2007).

É pertinente ressaltar, no que concerne ao imperativo do crescimento econômico conduzido pelo turismo, que a exemplo dos grupos de entrevistados da OMT e do MTUR, os pesquisadores e especialistas do turismo trataram a questão como consensual. Sobretudo no caso do Brasil, M. Fonseca reconhece que “o Brasil sempre perseguiu o crescimento, mesmo em detrimento do seu meio ambiente”, similarmente a R. Cruz, que sustenta que a falta de contradições a esse respeito no Brasil se deve ao fato de que este último, “como a grande parte do planeta, é um país capitalista que busca, portanto, criar as condições necessárias para a reprodução do capital”.

M. Figuerola expressou o pensamento mais difundido entre os atores internacionais sobre a importância do crescimento econômico conduzido pelo turismo ao desenvolvimento humano dos países que o promovem, não encontrando nenhuma possibilidade de contradição nesse sentido. “Eu sou, como todo mundo sabe, um homem totalmente próximo do turismo, eu compreendo o turismo como fator de desenvolvimento”. Em sua opinião, as críticas ao turismo como fator de desenvolvimento via crescimento econômico não passam de prejuízos contra a atividade, sustentado por pessoas que não conhecem suficientemente o fenômeno, a exemplo do que defende Knafou (2008).

Se as contradições não se dão no nível econômico, elas ocorrem entre a desregulamentação imposta pela maioria das CT e das OI e o desenvolvimento sustentável do turismo (M. Fonseca, R. Cruz, R. Knafou, F. Frangialli, M. Mowforth), além da contradição constitutiva da própria noção de desenvolvimento sustentável (R. Knafou).

A tendência mais direta e visivelmente importante para a indústria do turismo é a desregulamentação à qual os governos dos países do Sul são exortados, pressionados e persuadidos a retirar ou ignorar considerações sociais ou ambientais restritivas, susceptíveis de entrar a expansão das empresas. Os exemplos compreendem as exigências muito fracas sobre a execução de análises de impacto ambiental (EIA – *Environmental Impact Analysis*), como no Panamá. Mesmo quando as EIA são exigências legais para todos os empreendimentos, é relativamente fácil aos governos e às empresas designar quais serão as instituições que irão produzir EIA suficientemente “soft”, de modo a permitir que as companhias atuem independentemente dos problemas ambientais ou sociais que elas poderão provocar (M. MOWFORTH, 2013).

M. Mowforth é o único entre os entrevistados a observar a existência de “duplos critérios dos governos nacionais”, o que vai ao encontro à hipótese levantada anteriormente da negociação e da adaptação do imperativo da sustentabilidade, de forma a que esta não prejudique os objetivos de crescimento econômico, fato evidenciado por Krippendorf (2000). Tal situação, segundo M. Fonseca, faz parte da realidade do Brasil. R. Knafou e F. Frangialli concordam igualmente que o Brasil não despense muitos esforços práticos nesse sentido, ou seja, que o apoio à sustentabilidade não passa do nível do suporte formal à causa ambiental, como a organização de conferências de grande impacto mundial, como a Rio-92 e a Rio +20.

Essa realidade faz que o imperativo da sustentabilidade, no seu sentido integral, seja defendido apenas no papel. De onde decorre a afirmação já colocada no início desse artigo de que se trata de um imperativo negociado e adaptado segundo os interesses mais imediatos de crescimento econômico, que é o primeiro aspecto que os países vislumbram

por meio do turismo, com o propósito de financiar o desenvolvimento humano (em teoria), como afirma M. Figuerola. Esse objetivo por vezes entra em conflito direto com o imperativo da globalização, à medida que o último implica a liberalização de economias e a desregulamentação de políticas e normas legais que têm, em princípio, a finalidade de proteger os interesses das populações sob suas jurisdições.

Isso reforça o discurso apologético de caráter econômico como predominante (em conformidade com a visão economicista manifestada por M. Figuerola sobre o turismo), bem como a hipótese emitida acima da preeminência da potência das CT na cena internacional do turismo.

7 CONCLUSÃO

Foi observado que estudos realizados por Dabène (1997), Equations (2005) e Mowforth e Munt (2003) apoiam a hipótese da interdependência das relações e influências, o que produziria imperativos globais mais negociados do que impostos. A esse respeito, é do interesse do Estado adotar, ainda que em um nível puramente formal, as regras do jogo internacional para desfrutar dos benefícios da cooperação. Neste sentido, não haveria exatamente imposição, mas a negociação e a adesão voluntárias. Foi discutido, além disso, que a falta de normas internacionais menos dispersas e mais rigorosas, especialmente no âmbito da proteção ambiental, promove uma interpretação de forma adaptada por cada ator internacional, com vistas a projetar uma imagem positiva e desfrutar das vantagens decorrentes dela.

As respostas fornecidas pelos entrevistados confirmam fortemente essa hipótese. O caso brasileiro é emblemático. O país apoia formalmente uma série de acordos e conferências para a preservação ambiental no nível internacional, e no nível nacional, ele possui uma legislação relativamente sofisticada. No entanto, o Brasil enfrenta graves problemas no momento de implementar a sua legislação ambiental e, conseqüentemente, de legitimar o discurso assumido perante a sociedade internacional. A questão ambiental é um dos pilares para a compreensão das relações Norte-Sul, que também passam pelo turismo. É tanto uma questão de disputa entre aqueles que já não dispõem de tantos recursos naturais (a maioria dos Estados do Norte) e aqueles que os detêm em abundância; uma questão que coloca em evidência os Estados do Sul ricos em recursos naturais, fator responsável por seu ingresso na categoria emergente; e, finalmente, um imperativo transmitido em nível global que reúne a adesão voluntária dos Estados do Sul às normas internacionais criadas e controladas pelo Norte, não só para poder se beneficiar do financiamento de agências internacionais (que muitas vezes impõem condições de

Os Imperativos Mundiais do Turismo: dos porta-vozes e impactos

Andréa Virgínia Dantas, Catherine Wihtol de Wenden, Lissa Valéria Fernandes Ferreira

preservação ambiental), mas também para salvaguardar suas soberanias através da divulgação de uma imagem de países que sabem como proteger seus territórios e gerir os seus recursos, o turismo representando cada vez mais uma estratégia crucial nesse sentido.

Uma não contradição entre os objetivos nacionais e os imperativos mundiais pode ser observada especialmente em relação ao imperativo do crescimento econômico liderado pelo turismo. Trata-se, talvez, do discurso mais antigo e que permanece como o principal objetivo visado pelos Estados nacionais, o Brasil incluído, difundido por todos os atores internacionais. Os outros imperativos, compreendidos mais como recomendações do que como imposições pela maioria dos entrevistados, não apresentam propriamente contradições explícitas com as administrações nacionais. Isso acontece ou porque as gestões nacionais interpretam e adaptam às suas próprias maneiras os imperativos, devido à falta de uma regulamentação uniforme e à sua aplicação de forma pouco rigorosa, como é o caso do imperativo da sustentabilidade verde; ou porque as populações afetadas em escala local não são ouvidas pelas administrações nacionais, mesmo em um sistema formalmente participativo e descentralizado como o brasileiro, e muito menos pelas OI, que conformam sociedades de Estados, e não sociedades de povos. Assim, as contradições ocorrem geralmente enquanto problemas de inconsistência constitutiva, como o próprio conceito de desenvolvimento sustentável.

Uma nova hipótese levantada durante a análise dos dados coletados diz respeito ao grande poder das companhias transnacionais enquanto atores do turismo mundial. As respostas fornecidas pelos entrevistados apontaram para esse indício, uma vez que, de acordo com a quase totalidade deles, os Estados nacionais não se interessam verdadeiramente com o turismo, mormente os Estados do Norte. As OI envolvidas com o turismo tampouco detêm maior poder coercitivo, seja porque elas são guiadas pelos interesses das CT, seja porque os Estados nacionais são “fracos” nesse sentido, não possuindo em geral organizações nacionais sólidas na área do turismo e não considerando como uma vantagem política o envolvimento na governança internacional do setor. Deve-se ainda considerar que o compromisso mais visível dos Estados do Norte com a regulamentação do turismo internacional se limita quase que exclusivamente à proteção de seus cidadãos e da livre atividade de suas empresas transnacionais em destinos turísticos do exterior. Como resultado, as CT parecem ser os atores mais poderosos do turismo internacional, uma vez que o imperativo do neoliberalismo parece predominar, conforme relatado por Equations (2005), Mowforth e Munt (2003) e Hall (2008). Essa hipótese é reforçada pelo fato de que os governos dos destinos do Sul podem ser mais flexíveis em termos de aplicação da legislação trabalhista ou ambiental quando confrontados com o

considerável poder de barganha de algumas corporações. No entanto, não foi possível realizar entrevistas com representantes das CT. Como consequência, essa hipótese não pôde ser examinada a fundo. Resta, então, como uma linha de pesquisa para futuras investigações sobre o assunto.

Finalmente, quanto à questão da influência do contexto internacional sobre as gestões nacionais do turismo, esta parece inegável, o Brasil não constituindo nenhuma exceção. O sector do turismo não só afeta significativamente outros com o seu efeito multiplicador, mas é, por sua vez, afetado por diversas variáveis provenientes de diferentes atividades econômicas e diferentes aspectos da política nacional e internacional. As questões de segurança internacional ou de saúde, por exemplo, têm impactos profundos sobre a indústria do turismo, com as quais os Estados não estão preparados para lidar, devido a uma visão limitada do fenômeno. As influências internacionais poderiam, portanto, ser bem mais extensas se os Estados, especialmente os Estados do Norte, tivessem maior interesse nesse aspecto da política internacional. Os Estados do Sul, com exceção dos países emergentes, e mesmo estes, em certa medida, concedem, em geral, maior importância ao turismo como um vetor de desenvolvimento, mas, por outro lado, não dispõem de meios para influenciar o curso do turismo internacional.

Portanto, os Estados do Norte podem determinar a política internacional do turismo, mas aparentemente eles não querem fazê-lo. Os Estados do Sul gostariam de fazê-lo, mas não possuem os meios para tanto. Os Estados nacionais, dessa forma, não parecem ser os atores mais influentes do turismo internacional. Consequentemente, as OI tampouco, à exceção, quiçá, das agências de financiamento. Essa questão reforça a hipótese do poder maior das companhias transnacionais, bem como das OING e das organizações internacionais de vocação financeira, como os atores mais importantes da cena turística internacional, que merecem, deste modo, uma análise mais aprofundada por estudos futuros.

8 REFERÊNCIAS

ASHLEY, Caroline. **Entrétien pour le panel Turismo, comunidades rurales y desarrollo local**. El Salvador: PRISMA, 12 jun. 2007. 11 p.

_____. Methodology for pro-poor tourism case studies. **PPT Working Papers**, nº 10, Londres, Overseas Development Institute, dezembro 2002, p. 1-23.

_____. BOYD, Charlotte, GOODWIN, Harold. Pro-poor tourism: putting poverty at the heart of the tourism agenda. *Natural Resource Perspectives*, nº 51, Londres: ODI, mar. 2000.

BADARÓ, Rui Aurélio de Lacerda. *Direito internacional do turismo: o papel das organizações internacionais no turismo*. São Paulo: Senac São Paulo, 2008. 237 p.

BARRETTO, Margarita. **Planejamento e organização em turismo**. 8. ed. Campinas: Papyrus, 2003. 108 p. (Col. Turismo).

BENNET, Oliver, ROE, Billy, ASHLEY, Caroline dir. **Sustainable tourism and poverty elimination study**: a report to the Department of International Development. Londres: Deloitte & Touche, IIED, ODI, abr. 1999. 99 p.

BROWN, Frances. **Tourism reassessed**: blight or blessing? Oxford: Butterworth-Heinemann, 2000. 141p.

CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. **Política de turismo e território**. São Paulo: Contexto, 2001. 167 p.

DABÈNE, Olivier. Introduction In DABÈNE, Olivier dir. **La région Amérique Latine. Interdépendance et changement politique**. Paris: Sciences Po, 1997, p. 1-15.

DEVIN, Guillaume, SMOUTS, Marie-Claude. **Les organizations internationales**. Paris: Armand Colin, 2012. 253 p.

EQUITABLE TOURISM OFFICE (EQUATIONS) (Bangalore, Índia). **A WTO-GATS-Tourism impact assessment framework for developing countries**. Bonn: EED, Equations, 2005. Disponível em: <http://archive.org/details/AWto-gats-tourismImpactAssessmentFrameworkForDevelopingCountries>. Acesso em: 27 set. 2011.

FAYOS-SOLÁ, E. Tourism policy: a midsummer night's dream? **Tourism Management**, vol. 17, n. 6, septembre 1996, p. 405-412.

FENNELL, David A. **Tourism ethics**. Clevedon: Channel View, 2006. (Col. Aspects of Tourism, n. 30).

FONSECA, Maria Aparecida Pontes da. **Espaço, políticas de turismo e competitividade**. Natal: EDUFRN, 2005. 224 p.

FÚSTER, Luís Fernández. **Historia general del turismo de masas**. Madri: Alianza, 1991. 1076 p. (Col. Alianza Universidad Textos).

HALL, C. Michael. **Tourism planning**: policies, processes and relationships. 2. ed. Edinburgo: Pearson Education, 2008. 302 p.

JAFARI, Jafar. El turismo como disciplina científica. **Política y Sociedad**, v. 42, n. 1, 2005, p. 39-56

KNAFOU, Rémy (ed.). **Tourismes 1: lieux communs**. Paris: Belin, 2008. 319 p.

KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens**. Trad.Contexto Traduções. São Paulo: Aleph, 2000. 186 p. (Série Turismo).

MOWFORTH, Martin, MUNT, Ian. **Tourism and sustainability**: development and new tourism in the third world. 2. ed. Londres: Routledge, 2003. 338 p.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO (OMT – Madri). **Tourisme et réduction de la pauvreté: contexte et objectifs** [online]. Disponível em: <http://step.unwto.org/fr/content/contexte-et-objectifs>. Acesso em: 02 abr. 2013a.

_____. _____. **_____**: vision sur les activités ST-EP [online]. Disponível em: <http://step.unwto.org/fr/content/contexte-et-objectifs>. Acesso em: 02 abr. 2013b.

_____. **Faits saillants OMT du tourisme**: édition 2012. Madri: OMT, 2012a. 16 p. Disponível em: <http://mkt.unwto.org/fr/publication/faits-saillants-omt-du-tourisme-edition-2012>. Acesso em: 23 jan. 2013.

_____. Les recettes du tourisme international dépassent les mille milliards de dollars en 2011 [online]. **Communiqué de presse**, nº 12027, Madri, 07 maio 2012b. Disponível em: <http://media.unwto.org/fr/press-release/2012-05-08/les-recettes-du-tourisme-international-depassent-les-mille-milliards-de-dol>. Acesso em: 23 jan. 2013.

_____. **À propos de l'OMT**. Madri: OMT, julho 2012c. Disponível em: <http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/docpdf/omtfr.pdf>. Acesso em: 08 jan. 2013.

_____. **Turismo internacional: uma perspectiva global**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2003. 254 p.

_____. **Tourism and poverty alleviation**. Madri: OMT, 2002. 115 p.

RICHTER, Linda K. Democracy and tourism: exploring the nature of an inconsistent relationship. In: BURNS, Peter M., NOVELLI, Marina (eds.) *Tourism and politics: global frameworks and local realities*. Oxford: Elsevier, 2007, p. 5-16.

_____. Tourism politics and political science: a case of not so benign neglect. **Annals of Tourism Research**, vol. 10, nº 3, 1983, p. 313-335.

SEN, Amartya K. **Development as freedom**. New York: Anchor Books, 2000.

SHARPLEY, Richard, TELFER, David J. **Tourism and development in the developing world**. Londres: Routledge, 2008. 263 p.

_____. (eds.). **Tourism and development: concepts and issues**. Clevedon: Channel View, 2007. 399 p.

SWARBROOKE, John. **Sustainable tourism management**. New York: CABI, 1999. 371 p.

URBAIN, Jean-Didier. **Les vacances**. Paris: Le Cavalier Bleu, 2002. 128 p. (Col. Idées Reçues).