



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA – CAMPUS JAGUARÃO
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO DE TURISMO**

RAFAELA REIS RESENDE DOS SANTOS

**UM ESTUDO SOBRE O CÓDIGO DE ÉTICA MUNDIAL DO TURISMO E A SUA
IMPORTÂNCIA PARA A FORMAÇÃO DO TURISMÓLOGO**

Jaguarão
2018

RAFAELA REIS RESENDE DOS SANTOS

**UM ESTUDO SOBRE O CÓDIGO DE ÉTICA MUNDIAL DO TURISMO E A SUA
IMPORTÂNCIA PARA A FORMAÇÃO DO TURISMÓLOGO**

Trabalho de Projeto Aplicado I apresentado ao Curso
Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo da
Universidade Federal do Pampa - Campus Jaguarão

Orientador: Prof. Dr. Alan Dutra de Melo

Jaguarão
2018

Dedico este trabalho ao pilar da minha vida: meus pais e a minha irmã. Que me apoiaram tanto nessa escolha difícil que fiz em sair de casa e ficar afastada de uma família tão linda e unida. Que mesmo com a distância nunca deixaram com que eu me sentisse só e sempre me lembravam o quanto eu era amada e capaz.

Enfatizo esta dedicatória a minha mãe, meu maior amor do mundo, que durante o meu tempo de graduação passou por uma doença e um trauma quase que insuperáveis, mas mesmo assim mostrou toda força e garra pra continuar e nunca desistir, assim, demonstrando mais uma vez a mulher extraordinária e linda que é e com isso, me dando exemplo pra continuar. Todo lugar que um dia eu conquistar e tudo que eu venha a me tornar na vida será graças ao seu exemplo de superação e amor, que acredito ter sido a maior força de todas as vitórias que tivemos.

Dedico toda a minha fé e coragem pra não desistir, ao maior homem que já conheci na vida, meu pai. Que é a única pessoa que sempre me apoiou em tudo e que nunca me deixou pensar que sou menos do que sou. Com hombridade e com o real significado da palavra família é o meu exemplo de amor e cada palavra escrita nesse trabalho foi com fé em cada princípio que aprendi com meu pai e a todo companheirismo que ele não deixou de exercer nenhum dia sequer durante estes anos.

Levo também esta dedicação para minha irmã, Jessica. Que é tudo que eu quero me tornar um dia nesta vida e que sempre foi meu porto seguro. Este trabalho não seria concluído se eu não tivesse a minha irmã que me inspira cada dia a ser uma pessoa honrada como ela.

Desta forma, dedico esse meu trabalho de conclusão de curso para as três pessoas mais importantes da minha vida que tanto me inspiram, me apoiam e me fazem sentir a pessoa mais amada do mundo.

Mamãe, papi e Jeje, este trabalho é para vocês e por vocês !

AGRADECIMENTOS

À frente de tudo agradeço a Deus, que é a maior força que eu tenho na vida e o responsável por cada passo que eu dei nessa trajetória.

Agradeço aos meus pais que são minha base, que nunca me deixaram desistir e nunca me deixaram sentir desamparada. Agradeço por todo apoio e por todas as palavras de coragem depois de um dia difícil ao chegar sozinha em casa e fazer uma ligação aos prantos. Agradeço ao meu pai por aguentar todas as minhas crises e por ter sido minha base financeira e emocional. E a minha mãe que demonstrou com toda expressividade de que o amor de mãe é o sentimento mais lindo e aquecedor que a vida nos proporciona.

Meus sinceros agradecimentos a minha irmã, que se fez compreensível com minha escolha e me ajudou em todos os momentos que eu precisei e me senti sozinha e que nunca me deixou desacreditar de meus sonhos e objetivos.

Agradeço também a minha segunda mãe, Keila, que por toda minha vida esteve ao meu lado como uma grande companheira e amiga sempre colaborando para minha felicidade.

Sou grata a minha melhor amiga, Lígia Machado, que é uma das partes mais importantes e felizes da minha vida e se fez presente em minha família quando eu não pude estar.

O meu enorme agradecimento as amigas mais sinceras que conquistei durante a minha faculdade, aos meus amigos: Alef Caldeira, Junior Leite, Roberta Arndt, Jardel Caldeira, Briam Garcia e em especial a minha amiga, Josiane Rodrigues, que foi por mim quando eu não tinha mais ninguém, sempre abraçou meus dias bons e ruins comigo e foi a maior companheira que a vida já me deu provando que amizade não depende de tempo e sim de companheirismo.

Agradeço ao meu orientador Prof. Dr. Alan Dutra de Melo por me apoiar no trabalho e aguentar todos meus medos e inseguranças. Meu muito obrigada também a Prof. Dra. Alessandra Buriol Farinha e o Prof. Me. Renan de Lima da Silva por terem acreditado sempre em meu potencial e que com certeza foram figuras imprescindíveis para minha formação.

Isto posto, sou imensamente grata por todas as pessoas que contribuíram para o êxito dessa minha graduação e conclusão do meu curso em Gestão de Turismo pela Universidade Federal do Pampa.

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo demonstrar as intenções que dispõe os dez artigos do Código de Ética Mundial para o Turismo, com as condições de posturas éticas como ponto de reflexão para hostilidades e adversidades que estão expostas a ocorrer no desempenho da atividade turística. Para cumprir tal objetivo desenvolvo meu embasamento teórico dividido em três partes, sendo a primeira a demonstração da relevância do turismo onde demonstro peculiaridades e acontecimentos que interferem diretamente na atividade turística e o surgimento de organizações internacionais. Em seguida abordei a importância do Código Internacional de Ética, explanando toda sua história e ressaltando a importância de cada artigo apresentado para o setor turístico. Por fim, trago os impactos que o Código de Ética apresenta no Brasil e no mundo. Metodologicamente este trabalho foi pensado como uma pesquisa exploratória de cunho qualitativo com técnica de revisão bibliográfica e análise de dados. Justifico a minha escolha deste tema pois como estudante do Curso Superior de Gestão em Turismo tenho a ambição de que este trabalho contribua para minha futura atuação como turismóloga e que também coopere para todos os agentes que fazem parte do setor turístico. Em minhas considerações finais fundamento a minha teoria de que o Código de Ética Mundial para o Turismo é de extrema relevância e que com o cumprimento deste documento de boas intenções a atividade turística será efetuada de uma forma mais humanitária, justa e respeitosa.

Palavras-chave: Turismo; Ética; Código de Ética Mundial para o Turismo; Turismo Responsável.

ABSTRACT

This paper aims to demonstrate the intentions of the ten articles of the World Code of Ethics for Tourism, with the conditions of ethical positions as a point of reflection for hostilities and adversities that are exposed to occur in the performance of tourism. In order to fulfill this objective, I develop my theoretical basis divided into three parts, the first being the demonstration of the relevance of tourism where they demonstrate peculiarities and events that directly interfere in the tourist activity and the emergence of international organizations. I then discussed the importance of the International Code of Ethics, explaining its entire history and highlighting the importance of each article presented to the tourism sector. Finally, I bring the impacts that the Code of Ethics presents in Brazil and in the world. Methodologically, this work was conceived as an exploratory research of a qualitative nature with a bibliographical review technique and data analysis. I justify my choice of this topic because as a student of university of Management in Tourism I have the ambition that this work contributes to my future role as a tourist and that also cooperates for all the agents that are part of the tourism sector. In my final remarks I base my theory that the World Code of Ethics for Tourism is extremely relevant and that with the fulfillment of this document of good intentions the tourism activity will be carried out in a more humane, just and respectful way.

Keywords: Tourism; Ethic; World Code of Ethics for Tourism; Responsible Tourism.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	10
2. METODOLOGIA	12
3. A IMPORTÂNCIA DO TURISMO	14
3.1 Relações internacionais e o turismo	16
3.2 Contexto de acontecimentos do turismo pós segunda guerra	20
3.3 A criação das organizações internacionais enfoque na OMT	23
4. CÓDIGO INTERNACIONAL DE ÉTICA	29
4.1 Histórico	29
4.2 Importância do código de ética mundial para o turismo	32
4.3 Apontamentos e impactos que o código de ética mundial apresentam.....	34
4.4 Repercussão do tema no Brasil: proteção da infância e juventude	36
4.5 A importância do código de ética para a formação em turismo	38
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	44
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	45

1. INTRODUÇÃO

O Código Mundial de ética do Turismo conta com 10 artigos que foram aprovados por unanimidade na Assembleia General da Organização Mundial do Turismo, em outubro de 1999 que foi realizada em Santiago do Chile, a sessão teve a participação de representantes de todo o setor turístico, instituições governamentais, delegados de estados e territórios e foi acordado para que todos agentes que tivessem interferência na atividade turística como: administradores, associações, trabalhadores do setor, organizações não governamentais, comunidade autóctone, imprensa entre outros que podem ser envolvidos, tanto quanto emissores ou receptivos. Participassem e cumprissem a proposta do Código de Ética.

A atividade turística está evidentemente aumentando cada vez mais seja por motivos de lazer, negócios, saúde, política ou religião e com isso promove relações e trocas imediatas entre diferentes culturas. O Código de Ética Mundial para o Turismo vem como um instrumento de princípios para melhorar as interações que possam ser encontradas em qualquer destino.

Como graduanda do curso de Gestão de Turismo, busco enfatizar neste trabalho de conclusão de curso a importância da valorização e da eficaz aplicabilidade do Código de Ética diante a postura tanto profissional, quanto do turista e da comunidade receptiva.

Além de apresentar os artigos do Código e sua aplicabilidade, busco evidenciar o quão importante é a total compreensão para qualquer parte que atua e trabalha com o turismo. Mostrando que receber ou ser um turista é muito mais que uma questão de comportamento ético, mas sim de uma diretriz de como respeitar a humanidade, as diferenças e os comportamentos que cada situação pode apresentar.

A proposta é dedicar-se mais ao zelo da atividade turística no campo profissional, que pode apresentar diversas hostilidades pela proporção que se expande. Assim, poderá ser solucionado de uma forma harmoniosa e justa com a atuação tanto do poder público, quanto do poder privado indeferindo o bem de um ou outro, apenas visando a atividade turística.

A Organização Mundial do Turismo convidou o Brasil através do SESC de São Paulo em 2015 para assinar o Código de Ética.

Com o fato de o Código ter somente 3 anos que foi assinado, nos torna muito incipientes para cumprir todos os 10 artigos propostos. O que por sua vez nos condiciona unir mais ainda fortemente os setores públicos e privado, o turismo receptivo e emissor, o turista e o turismólogo, para que cumpramos com êxito a proposta

Como futura atuante da área turística justifico este trabalho com a intenção de contribuir para uma melhora no setor turístico por meio das orientações que contemplam os 10 artigos do Código de ética e assim obter melhorias para todos que operam nesta área.

O presente trabalho busca resgatar acontecimentos históricos do turismo que foram de grande relevância para o crescimento da atividade. Fatos históricos como as primeiras viagens turísticas, problemas econômicos e acontecimentos relevantes pré e pós Guerras.

A criação de Organizações internacionais são também um marco de grande importância, pois assim a atividade turística passou a ser mais discutida, com uma maior visibilidade e estudando mais adequadamente o mercado turístico.

Com estas organizações e um maior planejamento do setor turístico foram estabelecidas normas, metas e conforme ocorria uma crescente na atividade foi a OMT decidiu convocar uma assembleia para criação do Código de Ética Mundial para o Turismo que compreende nove artigos que enunciam as "regras do jogo" e o décimo artigo que se refere à resolução de litígios.

O código veio como uma importante ferramenta na gestão das organizações, gerando uma imagem positiva da mesma junto ao mercado consumidor. Promovendo uma atividade turística mais harmoniosa e menos degradante.

2. METODOLOGIA

O presente trabalho se constitui em uma pesquisa de abordagem qualitativa. Minayo (2001) traz que a pesquisa qualitativa trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis.

Essa pesquisa se classifica de acordo com a natureza, como aplicada. Segundo Gil (1999) “a pesquisa aplicada possui muitos pontos de contato com a pesquisa pura, pois depende de suas descobertas e se enriquece com o seu desenvolvimento” (p. 43). Nesse sentido, a pesquisa aplicada concentra-se em torno dos problemas presentes nas atividades das instituições, organizações, grupos ou atores sociais. Está empenhada na elaboração de diagnósticos, identificação de problemas e busca de soluções. Respondem a uma demanda formulada por “clientes, atores sociais ou instituições” (Thiollent, 2009 p.36) .

Quanto aos objetivos, essa pesquisa se configura em uma pesquisa exploratória. Este tipo de pesquisa tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses. A grande maioria dessas pesquisas envolve: (a) levantamento bibliográfico; (b) entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado; e (c) análise de exemplos que estimulem a compreensão (GIL, 2007). Essas pesquisas podem ser classificadas como: pesquisa bibliográfica e estudo de caso (GIL, 2007).

Ainda nessa perspectiva, quanto aos procedimentos, foi realizada uma pesquisa bibliográfica, trata-se de estudar as colaborações científicas referente a um assunto específico, atendo-se apenas a materiais escritos e objetivando-se a coletar, eleger, averiguar e dar sentido as contribuições teóricas efetivas sobre determinado assunto. Nessa perspectiva, Marconi e Lakatos (1999) ressaltam que “tanto os métodos quanto as técnicas devem adequar-se ao problema a ser estudado, às hipóteses levantadas e que se queria confirmar, e ao tipo de informantes com que se vai entrar em contato” (p.33).

A pesquisa bibliográfica é feita a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas, e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos, páginas de web sites. Qualquer trabalho científico inicia-se com uma pesquisa bibliográfica, que permite ao pesquisador conhecer o que já se estudou sobre o assunto. Existem porém pesquisas científicas que se baseiam unicamente na pesquisa bibliográfica, procurando referências teóricas publicadas com o objetivo de recolher informações ou conhecimentos prévios sobre o problema a respeito do qual se procura a resposta (FONSECA, 2002, p. 32).

Para Gil (2007, p. 44), os exemplos mais característicos desse tipo de pesquisa são sobre investigações sobre ideologias ou aquelas que se propõem à análise das diversas posições acerca de um problema.

Essa pesquisa bibliográfica aborda os temas como, a importância do turismo, relações internacionais e o turismo, contexto de acontecimentos do turismo pós segunda guerra, a criação das organizações internacionais - especialmente a OMT, Código Internacional de Ética e a importância do código de ética para a formação em turismo, a fim de embasar o trabalho, com o intuito de alcançar o objetivo principal deste, o qual se propõe a evidenciar as condições de postura ética como ponto de reflexão para hostilidades e adversidades que estão expostas a ocorrer no desempenho da atividade turística.

A pesquisa enquanto atividade de excelência precisa estar comprometida com a inovação e produção de conhecimento a partir do contexto de sua aplicação, de forma transdisciplinar, heterogênea e de diversidade organizacional, onde o pesquisador é responsável pelas implicações, as mais diversas possíveis, dos resultados de seu trabalho. (SCHWARZTMAN, 2002)

3. A IMPORTÂNCIA DO TURISMO

Na atualidade o turismo tem como principal característica ser um fenômeno de massa, que deve ser entendido a partir de uma análise da história da humanidade, a qual nos permitirá um melhor entendimento, possibilitando repensar qual a forma mais adequada de desenvolvimento turístico a qual deverá ser incentivado. O turismo como palavra surgiu no século XIX, mas a atividade em si existe desde as mais remotas civilizações.

Para Andrade (1995), o turismo se constitui em um fenômeno social que surgiu anteriormente às viagens que jovens da aristocracia inglesa faziam, às principais cidades europeias dos séculos XVIII e XIX, sempre na companhia de seus preceptores. O grand tour, intitulado de viagens para estudos, continha o mesmo valor de um diploma, concedendo-lhes status social, uma vez que este tipo de viagem era considerado para evolução cultural e intelectual dos jovens, mesmo que na realidade, tais viagens tinham um caráter apenas turístico.

Andrade (1995) ainda coloca que os nobres ingleses só consideravam cultos aqueles que poderiam realizar o Grand Tour pela Europa. Quando tal roteiro passou a ser banal às famílias, o status de intelectualmente e culturalmente evoluído sobrecaiu aos que conseguiam alcançar outros destinos, como às Américas, o Extremo Oriente, o Egito, dentre outros.

Trigo (1995) ressalta que o turismo organizado surgiu como uma consequência da formação de parcelas da burguesia industrial e comercial que tinham tempo, dinheiro e disponibilidade para viajar, bem como, do desenvolvimento tecnológico da Revolução Industrial, em meados do século XIX.

Em 1841 surge o primeiro agente de viagem profissional Thomas Cook, que organizou viagem com 570 pessoas, comprou e revendeu os bilhetes, configurando assim a primeira viagem agenciada. Em 1846, organizou viagem similar a Londres, utilizando de guias de turísticos, caracterizando como o início do turismo coletivo (BARRETO, 1991, p. 53).

No final do século XIX, devido as tecnologias viabilizarem as construções de estações ferroviárias e grandes edifícios, desenvolveu-se dois meios de transportes importantes para a época, os navios de passageiros e os trens. O turismo desse período caracterizou-se, principalmente, pelas famílias que passavam um período ou uma estação do ano em uma segunda residência, denominando-se de turismo residencial.

O turismo foi interrompido pela Primeira Guerra Mundial na Europa, retornando em 1919, seu auge se deu em 1929, porém, com a crise que se iniciou no mesmo ano, atingiu a Europa no ano de 1932, o que ocasionou uma segunda estagnação do turismo.

Verifica-se que antes da II Guerra Mundial (1939-1945) o turismo foi uma atividade amplamente desenvolvida, não só na Europa como também no continente Americano, porém somente depois da guerra que o turismo transforma-se em um fenômeno de massa e desperta interesse da maioria dos países. Seu crescimento se dá pela conquista da paz, melhoria dos meios de comunicações, disponibilidade de tempo livre, mudanças tecnológicas, e outras mais que somente são verificadas a partir desse momento (ACERENZA, 1984, p. 58).

Houve uma segunda ascensão no fim da década de 30 e atingindo seu apogeu em 1937, o que não durou muito com a Segunda Guerra Mundial (1939-1945), quando o turismo ficou paralisado em todo o mundo. O turismo ressurgiu novamente em 1949, já com características de turismo de massa, tendo sua origem quando as tecnologias desenvolvidas durante a segunda guerra foram aproveitadas para fins pacíficos.

O turismo nessa época, teve seu crescimento a partir da mudança de hábitos de consumo; da valorização do pensamento de ter direito ao lazer e ao turismo; da introdução de férias pagas aos trabalhadores; da elevação geral do nível de renda. As pessoas conquistam o direito ao tempo livre, e o turismo tornou-se objeto de consumo do ser humano contemporâneo.

O turismo atinge um crescimento como consequência de fatores correlatos com o poder de consumo das pessoas.

As décadas de 1960 e 1970 foram marcadas pela massificação turística, quando os voos charters e os mais variados pacotes turísticos conduziram milhares de pessoas de todas as partes do mundo. Nessa época, as localidades turísticas viveram em expansão sem precedentes. Todos os espaços vazios que ainda existiam nas zonas litorâneas mais acessíveis foram preenchidos. Os vales e montanhas da Europa se urbanizaram para atender à demanda de esportes de inverno (MAGALHÃES, 2002, p.13).

Atualmente, a atividade turística é considerada como uma das mais expressivas na economia mundial. Além de ser considerada a maior prestadora de serviços no mundo, é responsável por receitas importantes a setores da economia e a eles ligados direta ou indiretamente. O turismo é um grande gerador de empregos, de renda e de divisas, podendo vir a ser a solução para o desenvolvimento econômico-social de uma nação.

A sociedade atual passa uma fase de explosão tecnológica na indústria automotiva e de informática, provocando uma certa agitação na população, além de um aumento significativo ao tempo livre das pessoas.

E devido às grandes agitações do mundo moderno, Ruschmann (1997) considera o turismo como um intenso consumidor da natureza e pondera, que, nas últimas décadas, sua evolução se deu como resultado da busca do verde e da fuga dos tumultos da urbanização pelas pessoas que tentam recuperar o equilíbrio psicofísico em contato com a natureza em seu tempo de lazer.

3.1 Relações internacionais e o turismo

Segundo (2003), ainda são raros os estudos turísticos que fazem esta relação, assim como vice-versa. A vida internacional torna-se mais complexa após o esfacelamento da União Soviética, a desintegração da estrutura bipolar do mundo oferece possibilidades sem precedentes, bem como desafios para a cooperação entre as nações. A ascensão de diversos Estados no cenário Internacional, e os fenômenos políticos e sociais de relevância internacional ultrapassam as

chancelarias dos Estados. A interdependência, a integração e a globalização da economia encontram-se entre estas novas realidades.

O domínio das Relações Internacionais deixa de compreender apenas a afirmação externa do poder dos Estados, os conflitos internacionais e as relações diplomáticas estratégicas, passam a englobar também os fenômenos de interdependência e solidariedade, as relações econômicas e culturais [...]. É daí que as Relações Internacionais constituam a ciência dos fenômenos sociais internacionalizados [...] (FERNANDES apud BARRETTO, 2003. p. 41).

Entre os fatores condicionantes ao início dos estudos interdisciplinares, entre o Turismo e as Relações Internacionais, está a revolução científica e tecnológica, como afirma Fernandes:

[...] outras temáticas que vieram acrescentar, em virtude da complexidade crescente da vida internacional. Com efeito, a revolução científica e tecnológica, a evolução da estrutura da economia mundial, a internacionalização dos interesses e atividades privados, a formação de blocos econômicos regionais, a proteção internacional dos direitos do Homem, os processos de integração e de consertação dos Estados vieram enriquecer o objeto das relações internacionais (FERNANDES apud BARRETTO, 2003, p. 42).

A declaração universal dos direitos do homem assegura a liberdade de locomoção e residência dentro das fronteiras de cada Estado, isto é, todos têm direito de ir e vir a qualquer parte do mundo.

Contudo, com o fim da Segunda Guerra Mundial, os países adotaram medidas protecionistas quanto ao ingresso de estrangeiros em seu território, aumentando a rigidez das exigências para a liberação de vistos e passaportes, visando a diminuir o movimento de pessoas no seu território, por razões de segurança nacional e política intergovernamental.

A preocupação inicial com uma abordagem diferenciada, quase protecionista, foi superada e deu lugar a que as relações internacionais começassem a interagir,

emprestar e ceder conhecimentos ao conjunto das ciências sociais (HALLIDAY apud BARRETTO, 2003).

O turismo, como um dos paradigmas da globalização começa exercer uma grande influência nas Relações Internacionais, e vice-versa, pois os estudos antes direcionados quase que estritamente a solução de conflitos e manutenção da paz, passa a conglomerar uma agenda mais ampla de questões de interesse internacional.

A importância do Turismo Internacional, como fator de desenvolvimento econômico dos Estados, assinala um novo período para os fatores sociais de ligação entre os povos e, também, como agente motivador a integração, tanto econômica quanto social. Para Wahab (1991) o turismo seria encarado como uma indústria que contribui para o desenvolvimento social e econômico do país, não importando que ele seja desenvolvido ou em desenvolvimento. Seria capaz de propiciar um rápido crescimento econômico em ofertas de empregos, renda, nível de vida e ativação de outros setores, do país receptor.

Não será possível entender toda a complexidade que circunda a vinculação do Turismo às Relações Internacionais, e a formação de uma política externa integracionista, como afirma Beni (2001) em sua teoria sistêmica, se forem isolados de seus contextos. A globalização, ascensão de novos Estados, a formação de blocos econômicos, criação de organizações internacionais voltadas ao desenvolvimento do turismo, formulação de tratados, tudo influi diretamente sobre o turismo.

Após a revolução técnico-científica teve início o processo de globalização, o que estreitou os laços de interação entre os Estados, reduzindo as distâncias e aumentando a demanda por bens de consumo. As barreiras comerciais foram dando lugar à tendência de uma economia mundial globalizada e ao processo de integração regional entre os Estados.

Para alguns autores, a globalização é a aceleração das trocas de bens e serviços, das informações e comunicações, das viagens internacionais e do intercâmbio cultural. É ainda a intensificação da interdependência das nações em função do enorme fluxo de comércio e de capitais, determinando o surgimento de mercados comuns (BENI, 2003, p. 18).

Conforme Mariano (2000, p. 13), por integração regional, enquanto definição geral entende-se o processo pelo qual dois ou mais países estreitam seu relacionamento no sentido de cooperação, buscando objetivos que, isoladamente, não poderiam atingir.

As inovações mais impressionantes na organização da sociedade internacional desde a Segunda Guerra Mundial ocorreram no campo econômico. A integração econômica crescente do sistema torna necessárias novas práticas e instituições. A ordem econômica agora é mais integrada e mais administrada por uma diretoria institucionalizada de grandes potências do que qualquer coisa tentada anteriormente por uma sociedade de Estados politicamente independentes (WATSON, 2004, p. 423 – 424).

Os blocos econômicos começam a ser criados com a finalidade de facilitar o comércio entre os Estados signatários do tratado, adotando a redução ou isenção de impostos ou de tarifas alfandegárias e buscam soluções em comum para problemas comerciais.

Em tese, o comércio entre os países constituintes de um bloco econômico aumenta e gera crescimento econômico para os países. Geralmente estes blocos são formados por países vizinhos ou que possuam afinidades culturais ou comerciais. Esta é a nova tendência mundial, pois cada vez mais o comércio entre blocos econômicos cresce. “As ciências humanas e sociais precisam inovar e criar novos fundamentos para explicar a interdependência e a União Global das necessidades e clamores da sociedade Global”(BENI, 2003. p. 17).

A globalização abre novas perspectivas para o estudo da história universal, as configurações e as movimentações sociais.

Considerando a própria globalização – não da perspectiva do comércio internacional de produtos, mas pelo ângulo do tráfego turístico internacional de turistas de países ricos -, esses mesmos países emergentes têm a possibilidade de inserirem-se na economia internacional mediante o turismo receptor, em que os bens são comprados e consumidos no local de origem (BENI, 2003, p. 19).

O turismo, como uma atividade que transgride as fronteiras, é um importante componente das relações internacionais. Os Estados mantêm entre si, além das relações comerciais, relações diplomáticas para o acesso de pessoas vindas de outros Estados. Estas relações podem servir como meio facilitador ou obstáculos para o fluxo turístico internacional.

A natureza e os números dos fluxos turísticos podem ser influenciados por imposições e controles administrativos e burocráticos, como a regulamentação de vistos, controles cambiais e proibições quanto à movimentação e atividade dos turistas. Tais limitações podem ser impostas antes, durante e depois do ponto de entrada do visitante, como acontecia na ex-União Soviética e Europa Oriental (BENI, 2003, p. 20).

A formação de blocos econômicos, para o turismo, pode servir como uma alternativa para a eliminação dos entraves burocráticos que dificultam o fluxo migratório entre os Estados.

3.2 Contexto de acontecimentos do turismo pós segunda guerra

O começo do século XX foi extremamente tumultuado pelas disputas econômicas que levaram o mundo à Primeira Guerra e paralisaram o turismo, mas, ainda assim, a França criou a primeira Lei Orgânica para a atividade, recomendando estudos e esforços para melhorá-la, e em 1940 ela já considerava o turismo não apenas atividade econômica, mas atividade de interesse da sociedade, por sua relação com a cultura, a imagem do país e com outras atividades. Entre a Primeira e a Segunda Guerra Mundial teve início o turismo de massa, resultado de novas conquistas dos movimentos operários, a princípio para compensar trabalhadores de países totalitaristas, como Itália, Alemanha e a própria França, depois se tornando um negócio importante para o turismo. (QUEIROZ, 2011)

Em fevereiro de 1919 foi realizada a primeira viagem turística aérea entre Paris e Londres, num avião que seria usado na Primeira Guerra, mas acabou adaptado para passageiros. Tinha 12 lugares e fez o percurso em duas horas e meia. Em 1925 houve um Congresso Internacional em Haia, Holanda, reunindo as Associações Oficiais de Tráfego e Turismo de diferentes países, e providências foram tomadas para a formação de um órgão internacional que viria a ser a UIOOT – União Internacional de Organizações Oficiais de Turismo. Durante a Segunda Guerra o turismo parou, e com a criação da ONU, em 1945, ele foi reconhecido como atividade econômica importante e mundial, e ficou sob a responsabilidade da UNESCO, até a criação da OMT em 1970, no México, e hoje a sede está em Madrid, Espanha. (QUEIROZ, 2011)

Depois da Segunda Guerra Mundial teve início o período econômico conhecido como Estado do Bem Estar Social, que impulsionou bastante o turismo quando países europeus, e depois em outros continentes, passaram a fazer um controle maior da economia e garantiram melhores condições de sobrevivência dos trabalhadores, através da estatização, educação, saúde e previdência social. A Cultura de Massa, característica da industrialização da sociedade, também incrementou o turismo, através da diferenciação de conhecimentos e produção de obras e eventos de entretenimento, e que também acabou se tornando uma atividade econômica importante na sociedade moderna. (QUEIROZ, 2011)

Em 1949 foi vendido o primeiro pacote aéreo e a partir daí o avião passou a ser a principal opção de todos os envolvidos com a atividade, tornando-a cada vez mais intensa, fomentadora de outras, e motor da economia de muitas cidades e países. Em 1956 foi realizado o Primeiro Congresso de Turismo Social, em Berna, quando foram aprovadas por outros países europeus as férias remuneradas, impulsionando a criação de agências e operadoras em todo o mundo. Em 1972 houve a Convenção Mundial do Patrimônio, da UNESCO, pois já se manifestava a preocupação com monumentos e o meio ambiente, supostamente agredidos pela indústria turística que hoje é, reconhecidamente, instrumento de preservação do patrimônio histórico, do meio ambiente, de culturas e da paz mundial, demonstrando a transcendentalidade e a heterogeneidade dessa atividade. (QUEIROZ, 2011)

As melhorias nos transportes, os voos charters e a internacionalização de redes hoteleiras modificaram o perfil do turismo nas décadas de 80 e 90, com muito mais pessoas viajando, exigindo melhor formação dos profissionais, mais qualidade de serviços, novos parceiros, como o marketing e a publicidade, e mais investimento em infraestrutura, o que fez com que muitos operadores e centros turísticos adequassem a demanda à oferta desses centros. Na década de 90 o turismo passou a fazer parte da agenda econômica de vários países, focando na preparação de profissionais, promoção e sustentabilidade, além de políticas supranacionais com leis que fomentam o turismo. Na França já existe desde 1999 o ramo do Direito do Turismo devido à necessidade da atividade amparar-se em leis do direito civil, direito do consumidor, direito internacional público e privado, direito comercial, entre outros, que reconheçam suas relações com outras atividades, suas necessidades e objetivos. (QUEIROZ, 2011)

Mas o fim da Guerra Fria foi também o fim do Estado do Bem Estar Social e foram retomados os ideais do liberalismo econômico, que é a mínima intervenção do estado e a livre circulação de capitais, tendo início a globalização, com profundas modificações no mercado de trabalho, tendo sido substituído o emprego formal e o apoio do estado, pela terceirização, empreendedorismo e cooperativas. Deixaram de existir ganhos como férias remuneradas, décimo terceiro salário e fundo de garantia, o que afetou o turismo nos últimos anos, modificando o perfil de turismo de massa para o turismo individual, de negócios e de eventos. (QUEIROZ, 2011)

A internet e o comércio eletrônico já estão causando novas mudanças e a necessidade de adaptação, não apenas pela comercialização diferente, mas pela quantidade de informações disponíveis a respeito dos atrativos, infraestrutura, segurança e qualidade de serviços e pessoas que não tinham tempo ou o hábito de ler e escrever agora o fazem pela internet, influenciam e são influenciadas por outras, escrevem segundo sua formação, consciência e interesse e exigem profissionais e competência. Não basta ser bonito, ter atrativos, publicidade ou preço, pois a tendência atual são as viagens mais personalizadas, para lugares limpos, agradáveis, seguros e com bons serviços. (QUEIROZ, 2011)

Oscar de La Torre (1994) elenca três fases relativas ao desenvolvimento do turismo. A primeira, que ocorre até meados do século XIX, o qual denomina de “turismo incipiente elitista” reservado a uma minoria burguesa. A segunda, a qual denomina de fase de “transição”, caracterizada pelo início da popularização da atividade, que se estende até meados do século XX. E por fim, a terceira, a partir da Segunda Guerra Mundial, na qual surge o turismo de massa permanente até os dias atuais.

Molina (2003) também estabelece três estágios de desenvolvimento do fenômeno. Para o autor, o estágio “Pré-Turismo”, que se encerra com a prática do Grand Tour - como um rito de passagem educacional dos jovens da elite britânica - e a recuperação dos balneários como destinos importantes de intensa vida social. O segundo estágio, o “Turismo Industrial”, subdividido em três categorias: primitivo, originado no século XIX até o início da Segunda Guerra Mundial; industrial maduro que se estende até meados da década de 1980; e, finalmente, a terceira categoria, o Pós-Industrial, que passa a apresentar mudanças significativas da prática turística mundial decorrente das mudanças tecnológicas, comunicacionais e mercadológicas. E o terceiro estágio representado pelo “Pós-Turismo” como um novo paradigma teórico-metodológico, ainda em processo de desenvolvimento, análise e enriquecimento conceitual, onde o sujeito turístico se torna mais autônomo em detrimento das tecnologias de alta eficiência e do uso intensivo da informação como recurso estratégico das empresas.

Cisne e Gastal (2010) também discutem a periodização histórica do turismo na visão de alguns autores, e, em resumo, elencam três fases principais relevantes em sua evolução histórica. A fase pré-turismo ou antecessora que compreende as viagens orientadas por inúmeros motivos políticos, religiosos, desbravadores e não necessariamente comerciais, até o Grand Tour da Idade Moderna, fase então, em que os indivíduos que se deslocam representam os viajantes. A segunda fase, relacionada ao início das viagens programadas, com seu precursor Thomas Cook, facilitadas pelo desenvolvimento dos transportes decorrente da Revolução Industrial e a invenção da máquina a vapor, seguido por um período de guerras e instabilidade econômica, quando ocorre a interrupção do crescimento da atividade.

E a terceira fase, quando a prática turística é retomada após a Segunda Guerra Mundial deixando de ser exclusivamente elitista passando a ocorrer em grande escala, consolidando o turismo de massa e, simultaneamente, os estereótipos pejorativos dos indivíduos viajantes, agora os turistas de fato. Surge então, o que Figueiredo (2014) denomina, a “viagem pacote: a mercadoria turismo”.

Com as mudanças das concepções de vida a viagem torna-se uma faceta da vida social, o que leva, ao mesmo tempo, o crescimento “dos meios de viagem”, a oferta dos serviços e produtos relacionados ao turismo (Boyer, 2003).

Por isso, a necessidade de criação de organismos que regulamentem o turismo, bem como, estabeleçam orientações para a expansão desse nicho de mercado.

3.3 A criação das organizações internacionais, enfoque na OMT¹

A Organização Mundial do Turismo (OMT), antiga *União Internacional de Organizações Oficiais de Viagens* (IUOTO), foi criada em 1925 como uma organização internacional não governamental que reunia associações privadas e governamentais de turismo. Em 2003, tornou-se uma agência especializada das Nações Unidas. Sua missão consiste em promover o turismo sustentável, responsável e universalmente acessível como indutor do desenvolvimento inclusivo.

Nesse sentido, as ações da OMT são direcionadas para a geração de conhecimento sobre o mercado de turismo, a promoção de políticas e instrumentos de apoio ao turismo, o incentivo à educação e à formação bem como a oferta de capacitações e assistência técnica. A Organização também contribui para disseminar o *Código de Ética Mundial para o Turismo* com o intuito de maximizar a contribuição socioeconômica do turismo e minimizar possíveis impactos negativos.

Com sede em Madrid, na Espanha, a OMT é composta por 155 países, seis membros associados e mais de 400 membros afiliados que representam o setor privado, instituições educacionais, associações e autoridades locais de turismo.

1 <http://ois.sebrae.com.br/comunidades/omt-organizacao-mundial-do-turismo/>

O Sebrae é membro filiado da OMT desde 2004. Essa vinculação possibilita o acesso a dados técnicos de diferentes áreas do turismo e a composição de rede de relacionamento com instituições e empresas do Brasil e do exterior. Em 2009, representantes do Sebrae participaram do Seminário Internacional de Apoio a Gestão das Micro, Pequenas e Médias Empresas Turísticas e da 49ª Reunião da OMT para as Américas, na Argentina.

Em 2012, o Presidente do Sebrae Nacional, Luiz Eduardo Barretto, visitou a sede da OMT em Madrid, na Espanha. No mesmo ano, o Sebrae apoiou a eleição do Brasil, representado pelo Instituto Polo Iguaçu, braço técnico para assumir a Vice-Presidência Geral na Junta Diretiva da OMT.

Outro organismo internacional de suma importância para o turismo é o World Travel & Tourism Council, o Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC)² foi formado em 1991 por um grupo de CEOs de Viagens e Turismo que sentiam que a contribuição do setor para economias e criação de empregos não estava sendo reconhecida. Seus objetivos eram usar evidências empíricas para promover a conscientização da contribuição econômica da Travel & Tourism; expandir mercados em harmonia com o meio ambiente; e reduzir as barreiras ao crescimento.

O WTTC é o único órgão global que reúne todos os principais participantes do setor de Viagens e Turismo (companhias aéreas, hotéis, cruzeiros, locadoras de veículos, agências de viagens, operadoras de turismo, GDS e tecnologia), permitindo que eles falem com a One Voice aos governos e organismos internacionais.

É importante que o WTTC tenha a mais ampla representação geográfica e inclua todos os aspectos do setor, incluindo organizações que prestam serviços vitais para viagens e turismo. Com os principais executivos de mais de 150 das principais empresas de viagens e turismo do mundo, como seus membros, o WTTC tem um mandato exclusivo e uma visão geral sobre todos os assuntos relacionados a viagens e turismo.

2 <https://www.wttc.org/br>

O WTTC trabalha para aumentar a conscientização sobre viagens e turismo como um dos maiores setores do mundo, apoiando 313 milhões de empregos e gerando 10,4% do PIB global, defendendo a parceria entre os setores público e privado, fornecendo resultados que correspondam às necessidades das economias, autoridades locais e regionais e comunidades locais, com as das empresas, com base em: Governos reconhecendo o setor de viagens e turismo como prioridade Negócios equilibrando economia com pessoas, cultura e meio ambiente. Que se torna uma busca compartilhada de crescimento e prosperidade a longo prazo. Atualmente, o Conselho Mundial de Viagens e Turismo é o órgão que representa o setor privado de Viagens & Turismo em todo o mundo, possuindo mais de 170 CEOs como membros, além de incluir presidentes das principais empresas de viagens e turismo do mundo, de todas as regiões, abrangendo todas as indústrias. O WTTC trabalha para aumentar a conscientização sobre viagens e turismo como um dos maiores setores econômicos do mundo, apoiando um em cada 10 empregos (313 milhões) em todo o mundo e gerando 10,4% do PIB mundial. O WTTC realiza pesquisas sobre o impacto econômico de viagens e turismo em 185 países há mais de 25 anos.

Em 2017, a indústria de Viagens & Turismo teve um crescimento de 4,6% em comparação com a economia global (3%). Um em cada cinco novos empregos foi criado pela indústria, e é tal que o WTTC é o melhor parceiro para os governos criarem empregos. Nossas prioridades são: Facilitação de Segurança e Viagens, Preparação para Crises, Gerenciamento e Recuperação e Crescimento Sustentável.

Nesse cenário de importância entre as organizações internacionais de turismo, é possível citar a Organização Mundial do Turismo ou United Nations World Tourism Organization (UNWTO)³, que é a agência das Nações Unidas responsável pela promoção do turismo responsável, sustentável e universalmente acessível.

Como organização internacional líder no campo do turismo, a UNWTO promove o turismo como um impulsionador do crescimento econômico, desenvolvimento inclusivo e sustentabilidade ambiental e oferece liderança e apoio ao setor na promoção de políticas de conhecimento e turismo em todo o mundo.

3 <http://www2.unwto.org/en>

A UNWTO incentiva a implementação do Código Global de Ética para o Turismo, maximizando a contribuição socioeconômica do turismo e minimizando seus possíveis impactos negativos, e está comprometida em promover o turismo como um instrumento para alcançar os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) voltados para a redução da pobreza. e fomentar o desenvolvimento sustentável em todo o mundo, gerando conhecimento de mercado, promove políticas e instrumentos de turismo competitivo e sustentável, fomenta a educação e a formação em turismo e trabalha para tornar o turismo uma ferramenta eficaz para o desenvolvimento através de projetos de assistência técnica em mais de 100 países em todo o mundo.

Os membros da UNWTO incluem 158 países, 6 membros associados e mais de 500 membros afiliados representando o setor privado, instituições educacionais, associações de turismo e autoridades locais de turismo.

Como prioridades, a UNWTO, cita:

Integrar o turismo na agenda global: defender o valor do turismo como impulsionador do crescimento e desenvolvimento socioeconômico, sua inclusão como prioridade nas políticas nacionais e internacionais e a necessidade de criar condições equitativas para o setor se desenvolver e prosperar.

Melhorar a competitividade do turismo: Melhorar a competitividade dos membros da UNWTO através da criação de conhecimentos e intercâmbio, desenvolvimento de recursos humanos e promoção da excelência em áreas como planejamento de políticas, estatísticas e tendências de mercado, desenvolvimento sustentável do turismo, marketing e promoção, desenvolvimento de produtos e gestão de riscos e crises.

Promoção do desenvolvimento sustentável do turismo: Apoiar políticas e práticas de turismo sustentável que aproveitem ao máximo os recursos ambientais, respeitem a autenticidade sociocultural das comunidades anfitriãs e ofereçam benefícios socioeconômicos para todos.

Promoção da contribuição do turismo para a redução da pobreza e desenvolvimento: Maximizar o contributo do turismo para a redução da pobreza e alcançar os ODS, fazendo do turismo um instrumento de desenvolvimento e promovendo a inclusão do turismo na agenda do desenvolvimento.

Promover o conhecimento, a educação e o desenvolvimento de capacidades: apoiar os países a avaliar e atender suas necessidades em educação e treinamento, bem como fornecer redes para a criação e o intercâmbio de conhecimento.

Construindo parcerias: Envolvendo-se com o setor privado, organizações regionais e locais de turismo, instituições acadêmicas e de pesquisa, sociedade civil e o sistema das Nações Unidas para construir um setor de turismo mais sustentável, responsável e competitivo.

Ainda nessa perspectiva, é possível citar a Organisation for Economic Co-operation & Development (OECD) ou Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE)⁴ que vem promover políticas que melhorem o bem-estar econômico e social das pessoas em todo o mundo. A OECD oferece um fórum no qual os governos podem trabalhar juntos para compartilhar experiências e buscar soluções para problemas comuns. Sua missão é trabalhar com os governos para entender o que impulsiona as mudanças econômicas, sociais e ambientais, medindo a produtividade e os fluxos globais de comércio e investimento, além de, analisar e comparar dados para prever tendências futuras, também, estabelece padrões internacionais em uma ampla gama de coisas, desde agricultura e impostos até a segurança de produtos químicos.

A OECD também analisa questões que afetam diretamente o cotidiano de todos, como o quanto as pessoas pagam com impostos e seguridade social e quanto tempo de lazer elas podem levar. Comparam como os sistemas escolares de diferentes países estão preparando seus jovens para a vida moderna, e como os diferentes sistemas de pensão dos países cuidarão de seus cidadãos na velhice.

Com base em fatos e experiências da vida real, a OECD recomenda políticas destinadas a melhorar a qualidade de vida das pessoas, trabalhando com negócios, através do Comitê Consultivo de Empresas e Indústria para a OECD (BIAC), e com mão de obra, por meio do Comitê Consultivo Sindical (TUAC). Também possui contatos ativos com outras organizações da sociedade civil. O traço comum do trabalho da OECD é um compromisso compartilhado com economias de mercado

4 <http://www.oecd.org/about/>

apoiadas por instituições democráticas e focadas no bem-estar de todos os cidadãos.

A OECD desempenha importante papel no que se refere ao turismo nacional na Austrália, Canadá e Nova Zelândia, através da condução de acordos formais, como o estabelecimento de códigos com vínculo legal para o livre fluxo de capital e serviços através do Grupo de Trabalho Especial sobre Obstáculos ao Turismo Internacional do Comitê de Turismo da OCDE.

4. CÓDIGO INTERNACIONAL DE ÉTICA

4.1 Histórico

O Código Mundial de Ética do Turismo cria um marco de referência para o desenvolvimento responsável e sustentável do Turismo Mundial no início do novo milênio. O seu texto inspirou-se em numerosas declarações e códigos profissionais similares que o precederam e aos quais juntou novas ideias que refletem a mudança da nossa sociedade nos finais do século XX.

Face à previsão de que o Turismo Internacional quase triplicará o seu volume nos próximos vinte anos, os Membros da Organização Mundial do Turismo estão convencidos de que o Código Mundial de Ética do Turismo é necessário para ajudar a minimizar os efeitos negativos do turismo no meio ambiente e no patrimônio cultural, aumentando, simultaneamente, os benefícios para os residentes nos destinos turísticos. (ARAÚJO, 2003)

A preparação deste código advém de uma resolução adotada na Assembleia Geral da OMT, em Istambul, em 1997. Nos dois anos subsequentes, constituiu-se um Comitê Especial para preparar o Código Mundial de Ética do Turismo, tendo como base um documento preliminar que foi elaborado pelo Secretário-Geral e o Conselheiro Jurídico da OMT, posterior às consultas feitas ao Conselho Empresarial, às Comissões Regionais e ao Conselho Executivo da Organização. (ARAÚJO, 2003)

A Comissão das Nações Unidas para o Desenvolvimento Sustentável, reunida em Nova Iorque em Abril de 1999, aprovou o conceito do Código e pediu à OMT que solicitasse novas sugestões ao setor privado, às organizações não governamentais e às organizações sindicais. Foram recebidas contribuições por parte de mais de 70 Estados-Membros da OMT e de outras entidades. (ARAÚJO, 2003)

O código Mundial de Ética do Turismo é, por conseguinte, a coroação de um completo processo de consulta. Os dez artigos que o compõem foram aprovados por unanimidade na Assembleia Geral da OMT realizada em Santiago do Chile, em Outubro de 1999.

O Código compreende nove artigos que enunciam as "regras do jogo" para os destinos, governos, operadores turísticos, promotores, agentes de viagens, empregados e para os próprios turistas. O décimo artigo refere-se à resolução de litígios; sendo a primeira vez que um código deste tipo é dotado de semelhante mecanismo de aplicação. Esse mecanismo será fundamentado na conciliação, por intermédio de um Comitê Mundial de Ética do Turismo, que será constituído por representantes de cada uma das regiões do mundo e de cada um dos grandes grupos de agentes do setor turístico: governos, setor privado, trabalhadores e organizações não governamentais – ONG's. (ARAÚJO, 2003)

O Código Mundial de Ética do Turismo, aspira a ser um documento vivo. Eis então os dez artigos de forma resumida:

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

Respeito pelos costumes, crenças e tradições dos povos visitados.

2. Turismo, incremento de desenvolvimento individual e coletivo

Respeito pelos grupos tendencialmente mais vulneráveis, nomeadamente crianças, idosos, minorias étnicas e povos autóctones. Devem e merecem ser encorajados, os deslocamentos por motivo de religião, de saúde, de educação e de intercâmbios culturais ou linguísticos, constituindo formas particulares de Turismo, assim como nos programas de educação.

3. O turismo, fator de desenvolvimento sustentável

Salvaguarda do meio ambiente e dos recursos naturais, uma perspectiva de incremento econômico sustentável, que não coloque em risco as gerações atuais e futuras. Reequilíbrio dos fluxos Turísticos, de forma a não sobrecarregar certos locais em determinadas épocas do ano. Construção de infraestruturas de forma a não prejudicarem o Patrimônio Natural. (Ecossistemas e biodiversidade).

4. O turismo, fator de aproveitamento e enriquecimento do patrimônio cultural da humanidade

Preservação, valorização e restauro dos monumentos, Santuários e Museus, visando o respeito pelo Patrimônio artístico, cultural e arqueológico. Valorizar e permitir a sobrevivência e o desenvolvimento de produções culturais e artesanais tradicionais, bem como do folclore, que não provoque a sua padronização e empobrecimento.

5. O turismo, atividade benéfica para os países e para as comunidades de destino

As populações, devem estar associadas às atividades turísticas e participar equitativamente nos benefícios econômicos, sociais e culturais que geram, e sobretudo na criação de empregos resultantes direta ou indiretamente. A concepção urbanística e arquitetônica e o modo de exploração das estâncias e alojamentos turísticos devem visar a sua melhor integração no contexto econômico e social.

6. Obrigações dos agentes de desenvolvimento turístico

Têm obrigação, os Agentes Profissionais do Turismo, fornecer aos Turistas uma informação sincera sobre os destinos e as condições da viagem, de receptivo e de estadia.

7. Direito do turismo

O direito ao Turismo deve ser visto como consequência ao direito ao descanso e aos tempos livres. A descoberta das riquezas do nosso mundo constituirá um direito, a todos os habitantes do planeta. Deverá ser desenvolvido com o apoio das autoridades públicas, o Turismo Social, sobretudo o Turismo associativo que permite o acesso da maioria dos cidadãos ao lazer, às viagens e às férias, Deverá ser

encorajado e facilitado o Turismo das Famílias, dos Jovens e Estudantes, das pessoas Idosas e dos Deficientes.

8. Liberdade do deslocamento turístico

Os Turistas e visitantes devem Ter reconhecida a faculdade de utilizar todos os meios de comunicação disponíveis, interiores e exteriores, o pronto e fácil acesso aos serviços administrativos, judiciários e de saúde local. Direito de ir e vir.

9. Direito dos trabalhadores e dos empresários da indústria turística

Os trabalhadores assalariados e autônomos da Indústria Turística e das atividades afins, têm o direito e o dever de adquirir uma formação ajustada, inicial e contínua. A eles ser assegurada uma proteção social adequada e a precariedade do emprego deve ser limitada ao máximo possível. Deverá ser proposto aos trabalhadores sazonais do sector um estatuto especial, visando a sua proteção social.

10. Aplicação dos princípios do código mundial de ética do turismo

Os Setores públicos e privados do desenvolvimento turístico, cooperam na aplicação dos presentes princípios e devem zelar pelo controle da sua efetivação.

4.2 Importância do código de ética mundial para o turismo

O mundo passa atualmente por intensas mudanças sociais, culturais, econômicas e, principalmente ambientais e nota-se que tem aumentado o nível de preocupação com o futuro do Planeta enquanto lugar seguro e saudável ao ser humano. Em meio a esse processo, o turismo se destaca, por se tratar de uma atividade que gera fatores consideráveis de desenvolvimento. Porém, não se pode esquecer das ameaças e danos agregados, fatores estes que desencadeiam a urgente necessidade de um planejamento para se conduzir à atividade favoravelmente.

Brunt; Courtney (1999) apud Araújo (2003) enfatizam sobre a necessidade de ponderar esses fatores sociais e culturais desenrolados no

decorrer da atividade turística, principalmente durante o processo de planejamento, objetivando incentivar os benefícios e retrain as ameaças e prováveis danos. O turismo é uma atividade que depende, para ocorrer, da exploração dos recursos existentes tanto na natureza quanto na sociedade, merecendo especial atenção no que se refere à necessidade de se elaborar um planejamento sustentável e consistente que possibilite o desenvolvimento socioeconômico desses destinos.

Para tanto, para que esses órgãos tomem como relevantes tais fatores advindos da atividade turística, necessita-se de uma mobilização no sentido de desenvolver ações voltadas para o campo social com vistas ao comportamento ético e responsável dos indivíduos e empresas. O estudo da ética no turismo ainda é um tanto incipiente, porém, esse fato está mudando à medida que alguns trabalhos já apontam a estreita relação entre ambos e, mais ainda, a necessidade de se estabelecer um parâmetro ante esses complexos e inerentes campos sociais. **(Panosso Neto).**

Conceitualmente, Lalande (1996, pág.349) discorre sobre Ética como: “A ciência que toma por objetivo imediato os juízos de apreciação sobre os atos qualificados como bons ou maus”.

Comportamentos éticos na prestação de serviços turísticos tendem a ser importantes ferramentas na gestão das organizações, gerando uma imagem positiva da mesma junto ao mercado consumidor, visto que, cada vez mais os indivíduos se mostram interessados num turismo social e ambientalmente responsável o que reflete, inclusive, nas atitudes que as empresas tomam perante o contexto situacional.

Sabe se que, a ética se manifesta através dos princípios e valores da empresa, levando-a a atitudes socioambientais responsáveis, de modo que se pode afirmar que não há responsabilidade social sem ética nos negócios. A empresa deve seguir uma linha de coerência entre o que difunde e o que faz dentro ou fora dela, ou seja, ação e discurso interna e externamente tornam a organização digna de ser como realmente é perante todos.

Conduzir a atividade turística de forma responsável com base num planejamento adequado se configura como um obstáculo para os diversos atores envolvidos. Por isso, estar apto e disposto a corrigir possíveis danos sociais e ambientais é de suma importância ao contínuo dessa atividade nas localidades. De forma que a participação das empresas e sua conduta ética possam contribuir com esse processo de planejar que respalda premissas sustentáveis. Além disso, um importante artifício para essa questão é a existência do Código Mundial de Ética do Turismo que já é referência para o desenvolvimento responsável e sustentável do turismo mundial. “O Código Mundial de Ética do Turismo busca definir padrões éticos de comportamento no campo profissional dos serviços turísticos, de forma a estabelecer referências claras e precisas para a atuação dos agentes do setor” (ARAÚJO, 2003, p.107).

A Ética apontada no estudo do turismo tem sido um fator de levantamento de discussões o que tem gerado críticas, e mesma contenda, acerca da gestão dessa atividade, como também a necessidade de garantir aos cidadãos ou população local os direitos sociais que lhes são atribuídos. Sem dúvida, as empresas que procuram se destacar ante esses aspectos (éticos e sociais), adotando em suas organizações posturas responsáveis e, serviços de qualidade contribuirão para o desenvolvimento das comunidades e do meio onde estão inseridas.

Leitão e Wyse (2011 p. 80) ressaltam que “educar para a ética em turismo é transcender ao saber técnico e mergulhar no mar revolto da reflexão filosófica. Importa, portanto, discorrer sobre a construção da ética e dos valores identificados como essenciais para a cultura ocidental”.

É nesse sentido que os profissionais do turismo, devem estar atentos à inovação protagonizada pelo conceito da sustentabilidade, que se caracteriza pela qualidade de poder satisfazer necessidades do presente sem comprometer o futuro das novas gerações. É trabalhar hoje pensando no amanhã, uma visão que demanda transparência e responsabilidade.

4.3 Apontamentos e impactos que o código de ética mundial apresentam

Gomes et al. (2006) destacam algumas consequências da atividade, tais como: influência na prostituição, consumo de drogas e violência; vinda de pessoas externas à localidade em busca de emprego na atividade; alteração dos hábitos de consumo e das tradições culturais; aumento no preço dos produtos do comércio local, assim como na mão de obra e imóveis e alterações da atividade na paisagem urbana, nas áreas naturais e na produção de resíduos. Assim, Ledesma (2009) acrescenta que o empresário de turismo no século XXI enfrenta um grande desafio, tornando-se claro que não se trata apenas de aplicar receitas para implementar e alcançar o sucesso, mas envolve o compromisso do empreendedor com um desempenho ético e responsável.

Diante destas consequências do turismo, o turista tem um papel fundamental, pois é ele que, de maneira independente ou utilizando os serviços de uma agência de viagem, desloca-se até um destino turístico. Nesse destino estará em contato com todos os agentes locais ligados à atividade (hospedagem, alimentação, entretenimento, agência de receptivo e empresas de artesanato) e também com os recursos naturais e culturais locais. Portanto, diante desta influência do turista, sua postura ética é fundamental para a sustentabilidade da atividade.

Morin (2007) complementa que ao analisar os comportamentos humanos sob a perspectiva da ética deve-se considerar que na atual sociedade vive-se um self-service normativo, em que cada um escolhe seus valores. Em termos de liberdade, esta livre escolha é importante, mas pode resultar na busca da felicidade pessoal a qualquer preço e, conseqüentemente, na transgressão da ética. De acordo com Morin (2007), a ética é resultado do comportamento ético em relação ao meio.

Ao pensar a relação entre a verdade e o turismo, pautando-se no Código Mundial de Ética proposto pela Organização Mundial do Turismo (OMT, 1999), tem-se que a verdade se faz presente diante da responsabilidade dos turistas em obter informações acerca das regiões que visitarão.

Os agentes profissionais do turismo também têm por obrigação fornecer aos turistas uma informação objetiva e sincera sobre os destinos, as condições de viagem, de receptivo e de estadia. Os governos e a imprensa, por sua vez, devem informar aos cidadãos as condições que eles podem encontrar ao viajar. Nestes casos, as recomendações devem ser proporcionais à gravidade real das situações e limitadas às zonas geográficas onde a insegurança estiver comprovada, evitando assim uma redução ainda maior de turistas para um determinado destino. Já os trabalhadores do turismo devem ter assegurado o acesso ao conhecimento de maneira contínua.

Santos e Castro (2008) ressaltam que não é apenas o turista o prejudicado com a ausência de informações verídicas nas ações de publicidade e propaganda para o turismo, de maneira que o destino turístico também pode sofrer consequências indesejadas relacionadas à sua imagem. Esta pode vincular o destino de maneira falsa ao turismo sexual ou a atrativos que não condizem com a realidade. A justiça, de acordo com Abbagnano (2007), diz respeito à conformidade de uma conduta à norma e também à eficiência dessa última ao regular o comportamento humano.

Giddens (2005) aponta que estamos nos tornando mais conscientes dos diversos problemas que o mundo enfrenta no início do século XXI. A perspectiva global demonstra que nossas ações têm consequências para outros e que os problemas do mundo tem consequências para nós. Assim, o modo como pensamos nós mesmos e nossas ligações com outras pessoas está sendo alterado. Senge (2009) acrescenta que, não obstante a presente mentalidade do curto prazo e do oportunismo, pessoas e organizações, em todo o mundo, estão plantando as sementes de novos estilos de viver e trabalhar.

A atenção especial para áreas onde o turismo representa, muitas vezes, uma das raras oportunidades de desenvolvimento face ao declínio das tradicionais atividades econômicas, representa o princípio de solidariedade com os que ali residem (OMT, 1999). E ainda, o repatriamento dos turistas por parte das autoridades públicas dos Estados de origem, no caso do não cumprimento das empresas organizadoras de suas viagens, também é característica desta relação.

Nessa perspectiva, é essencial ao planejamento e à gestão do turismo o entendimento da ética pautado na formação cultural de seus agentes. A partir daí, deve-se trabalhar primeiramente pela democracia e seus desdobramentos relacionados à autonomia e participação. Faz-se necessário, ainda, defender um turismo ético que contemple o meio ambiente natural, estabelecendo relações principalmente entre ecologia, meio urbano, condições de trabalho e desenvolvimento humano.

A humanização do turismo, aliada a propostas que preservem a vida, também marca a relação da atividade com a ética. Sendo o turismo uma atividade humana, é fundamental aos seres humanos que com ele lidam, a consciência de que estão inseridos em duas grandes comunidades, conforme defende Capra (2002): a comunidade global de seres vivos e a comunidade humana. Em relação à comunidade humana, o respeito à dignidade e aos direitos humanos é essencial, ao passo que na comunidade global de seres vivos é fundamental comportar-se em consonância com a teia da vida. Este entendimento de vida em seu sentido amplo e em rede implica na compreensão de que nossas ações, inclusive ao atuar no turismo, geram efeitos em nós e nos outros. Ainda que estas colocações soem como simples, a assimilação e a prática do viver em rede, em uma sociedade complexa, respeitando a vida, ainda constituem um desafio, tanto para o mercado quanto para o meio acadêmico.

4.4 Repercussão do tema no Brasil: proteção da infância e juventude

Segundo a Organização Mundial do Turismo (UNWTO, na sigla em inglês), as atividades turísticas devem respeitar e promover os direitos humanos e todos nós temos responsabilidade neste esforço. Entretanto, a exploração sexual de crianças e adolescentes neste setor é grave, sobretudo nas regiões de maior fluxo turístico, seja de lazer, negócios ou eventos.

O Código Mundial de Ética do Turismo visa promover a credibilidade ao setor e garantir a minimização dos impactos negativos do turismo não apenas sobre o meio ambiente e o patrimônio cultural, mas também na sociedade, permitindo maior benefício aos moradores das localidades turísticas, sendo uma referência para o

desenvolvimento sustentável, sadio e responsável do turismo em âmbito mundial. (OMT, 2000)

O Código ainda prevê um Comitê Mundial de Ética do Turismo, constituído por representantes de cada uma das regiões do mundo e de cada um dos grandes grupos de agentes do setor turístico: governo, setor privado, trabalhadores e organizações não governamentais. (OMT, 2000)

Gorete Vasconcelos, coordenadora de Programas da **Childhood Brasil**, ressalta o papel estratégico desempenhado pelo setor empresarial quando se pensa na proteção de crianças e adolescentes. “Nós acreditamos na importância da proatividade do setor turístico na proteção da criança e do adolescente contra a exploração sexual por meio de pactos do setor para a adoção de condutas éticas no turismo”.

O Código de Conduta Ética de Proteção de Crianças e Adolescentes no Estado de Pernambuco, por exemplo, é resultado do trabalho realizado pela *Childhood Brasil* em parceria com a Associação das Secretarias de Turismo, a Secretaria Estadual de Turismo, o Conselho Estadual de Defesa dos Direitos da Criança e do Adolescente e a Rede Estadual de Combate ao Abuso e à Exploração Sexual de Crianças e Adolescentes. (OMT, 2000)

Adaptado à realidade local e com contribuições de empresas da cadeia produtiva do turismo, de gestores públicos, do Sistema de Garantia de Direitos e de instituições de ensino técnico e superior, o código de conduta local foi elaborado com o objetivo de servir como instrumento de orientação, educação e sensibilização desses segmentos para que sejam agentes de proteção de crianças e adolescentes. Além disso, ele fornece orientações a respeito de padrões éticos e legais. (OMT, 2000)

Dessa maneira, à medida que o Código vai sendo adaptado para cada estado e região, mais possibilidades de cooperação se estabelecem e contribuem para que o setor turístico de torne mais um aliado no enfrentamento da violência sexual contra crianças e adolescentes.

4.5 A importância do código de ética para a formação em turismo

A educação para o turismo tem sido direcionada à capacitação profissional, ou seja, ao ensino dos futuros profissionais em virtude de conhecimentos de etiqueta e comportamento adequado em relação ao turista.

É clara a existência de uma estruturação mecanizada característica dos trabalhadores do turismo, envolvendo comportamentos nem sempre espontâneos, como a necessidade de sorrir e manter-se continuamente prestativo e atencioso em relação às necessidades do turista.

O setor turístico fundamenta-se na venda e prestação de serviços de qualidade, seus responsáveis são profissionais que terão que lidar com outras pessoas. Embora a “simpatia” desses trabalhadores não ocorra de forma totalmente natural, devido às próprias características de suas funções, a capacitação dos profissionais dessa área tem seguido uma linha em comum. O profissional em turismo da era globalizada deve manter-se atualizado em meio à sociedade informacional que vivenciamos, considerando-se que praticamente toda a troca de informações atual envolve o uso de computadores e consulta ao mundo virtual. Um profissional da área deve dotar-se de uma diversidade de conhecimentos adicionando às suas ferramentas o domínio das novas tecnologias, idiomas e conhecimento cultural, no intuito de alcançar sucesso dentro de seu trabalho. Esse profissional deve ser curioso e buscar conhecer a cultura e os hábitos dos turistas que estão visitando o destino, tanto aqueles provenientes de outros países, quanto de outras regiões do país. Esses aspectos serão diferenciais para o seu crescimento profissional, tendo em vista que grande parte dos turistas é formada por estrangeiros: europeus, norte-americanos, sul-americanos, entre outras procedências. (JOAQUIM, 1997)

Os serviços oferecidos aos turistas pelos profissionais de Turismo e Hotelaria refletem, de forma geral, a qualidade da Educação que lhes foi oferecida durante seus processos de profissionalização. Essa educação, aliada ao talento natural de quem aprecia trabalhar com o público e com o Turismo, é responsável por tornar parte do período de viagem de um turista muito mais interessante. A qualidade da educação oferecida a esses profissionais reflete-se no desenvolvimento dos seus trabalhos em seus cotidianos. A busca pela perfeição na prestação dos serviços é uma das principais metas do mercado turístico e hoteleiro.

Espera-se que um turista perceba a qualidade com a qual os serviços são prestados, deduzindo, dessa forma, a qualidade do treinamento que o profissional que o está atendendo recebeu. (JOAQUIM, 1997)

A Educação profissional em turismo é um tema que vem sendo difundido e discutido em diversos países, inclusive no Brasil, buscando-se melhores abordagens que possam resultar em bons desempenhos dos funcionários das empresas turísticas. Para Spinelli (2002), o crescimento acelerado do turismo requer que o sistema educativo desempenhe um papel mais ativo na formação e na qualificação dos recursos humanos que servem de apoio ao setor, já que são necessários profissionais capazes de participar de maneira eficiente no desenvolvimento do turismo em cada país.

A educação profissional em Turismo percorre muitos desafios para que as instituições de ensino estabeleçam um padrão de qualidade dos seus cursos e criem formas para atingir esse padrão. O Turismo, por si só, é um assunto que implica estudo de uma diversidade de disciplinas interligadas, o que o torna bastante complexo para quem o estuda e para que o padrão de qualidade do ensino em Turismo seja estabelecido. Essa mesma diversidade de disciplinas é responsável por fornecer aos estudantes da área do Turismo melhor direcionamento e compreensão do que é o Turismo.

Torna-se necessário que a qualidade do ensino nas escolas de turismo e hotelaria seja elevada, promover-se a integração entre as entidades docentes e as empresas do setor turístico e estimular-se as instituições de ensino a aprimorar o nível acadêmico de seus currículos.

Para Spinelli (2002), a qualidade dos serviços turísticos é um tema relevante para o futuro do setor, à medida que o turista torna-se cada vez mais inteligente em relação aos recursos que lhes são oferecidos, devido às possibilidades de comparação com outros destinos já visitados e à facilidade de acesso à informação. Em um mundo onde o acesso à internet é facilitado, a competitividade é característica forte da era globalizada. O turismo de qualidade, portanto, é alcançado quando existe relação estreita entre aqueles que oferecem os produtos turísticos e aqueles que os consomem.

A educação do profissional do turismo, de forma generalizada, está se adaptando às tendências impulsionadas pela globalização, assim como todos os diversos setores educacionais. A formação dos futuros profissionais do setor de turismo, entre outros setores, provoca a necessidade do surgimento de novas metodologias de educação que proporcionem maior competitividade no mercado. O surgimento dessas novas metodologias tem provocado reformas educacionais e reestruturações para que a nova demanda seja atendida. (SPINELLI, 2002)

É nessa perspectiva que trazemos o quão importante tem sido o código de ética do turismo para a formação do profissional nessa área, uma vez que a nova procura turística é o resultado de um conjunto de alterações de âmbito vário – político, econômico, ecológico (Davidson 1992) e social perceptíveis a partir da década de 80, passando a valorizar-se a problemática ambiental, também no sector das viagens, resultante dos impactos negativos da massificação turística dos anos 70.

O turismo responsável é entendido como adequado, preocupado, sustentável, suave e não agressor, que privilegia o individual ao grupo estruturado e organizado, o operador local especializado que personaliza os serviços prestados ao agente internacional (Joaquim 1997) que promoveu anteriormente a massificação. Da mesma forma, emprega recursos locais, normalmente geridos pelas comunidades de acolhimento; privilegia o contato direto e autêntico entre as populações locais e o visitante valorizando o entendimento entre os dois atores envolvidos a partir do pressuposto de que são parceiros, com expectativas diferentes mas não opostas, numa mesma relação; privilegia o desenrolar das atividades entre quem visita e quem é visitado sem pôr em causa o ambiente (Davidson 1992; Joaquim 1997).

A sustentabilidade turística passa por três níveis de análise – o ecológico, o sócio-cultural e o econômico (WTO 1993) – garantindo o desenvolvimento ambiental; atribuindo autonomia às comunidades locais, preservando a cultura e os valores de origem e reforçando a identidade dos membros da comunidade e, por fim, salvaguardando o desenvolvimento econômico através de uma gestão dos recursos disponíveis que garanta as gerações futuras.

As práticas turísticas alternativas, responsáveis e sustentáveis relacionam o desenvolvimento com a promoção do local. Baseando-se no Código de Ética do Turismo, levando em consideração que o crescimento econômico não é minimizado nem está ausente na perspectiva alternativa; é privilegiada a prosperidade econômica, presente e futura dos países receptores dos fluxos turísticos, baseados no contacto entre culturas diferentes, no respeito pela identidade e autenticidade das comunidades locais, na tolerância mútua entre visitantes e visitados; na salvaguarda do meio natural e arquitetônico. É mesmo defendido que só com desenvolvimento econômico é possível investir localmente na preservação, seja natural e ambiental, seja humana, social e cultural. (SPINELLI, 2002)

Os critérios que estão na base da definição do Turismo Responsável estão sistematizados no Código Ético Mundial para o Turismo, que procura orientar e regulamentar as atividades turísticas e das viagens bem como as práticas que lhe estão subjacentes levadas a cabo por qualquer um dos atores sócio-econômicos envolvidos - agentes turísticos, visitantes e comunidades de acolhimento, entendidas como locais e nacionais. Neste caso, privilegiaremos um dos atores relativamente aos restantes – o visitante. O Código tem por principal objetivo a promoção de uma ordem turística mundial equitativa e sustentável partindo do princípio de que, se existir um conjunto de regras e normas aceites pelos estados-membros, será mais exequível o desenvolvimento sustentável com base no turismo responsável.

O turista responsável é aquele que se preocupa com a viagem no sentido de se informar acerca das características do país que vai visitar, no que respeita aos traços geográficos, ao clima, às condições sanitárias e de saúde pública, à fauna e flora existentes, à forma de organização social, à religião e práticas sociais de forma, não só a não degradar o ambiente mas também, a respeitar os autóctones e minimizar os riscos à sua própria pessoa. Assim, o turismo responsável é entendido enquanto promotor de diferenças porque enriquecedor de experiências pessoais, preservador de traços culturais e das características ambientais. (SPINELLI, 2002)

O turismo é entendido como um dos principais mecanismos suscetível de promover sustentabilidade. Neste sentido é privilegiado o contato controlado com a natureza de forma a ser obtido o crescimento econômico necessário ao desenvolvimento; à satisfação das necessidades das comunidades locais sem ser

posto em causa o das gerações futuras. Para que este contato seja planejado, gerido e controlado é necessário que as deslocções turísticas não tenham um caráter de sazonalidade mas antes que se distribuam de forma equilibrada ao longo do ano, de forma que os impactos ambientais e culturais sejam minimizados e reduzidos. (SPINELLI, 2002)

Cabe aos agentes turísticos fornecer ao turista todas as informações necessárias acerca das características do país alvo da deslocção bem como da sua população para que desta forma o turista possa comportar-se adequadamente. Por outro lado, os agentes turísticos deverão respeitar os turistas e acolhê-los de forma hospitaleira, atender à sua segurança e bem-estar mas também partirá deles o respeito, a conservação e preservação ambiental e cultural.

Do lado das comunidades locais, deverá também existir respeito pelos modos de vida dos turistas, seus traços culturais, gostos e expectativas com acolhimento hospitaleiro. Os membros das comunidades locais são um dos atores envolvidos na prática responsável de turismo pelo que também têm deveres, nomeadamente no que respeita à preservação e manutenção dos monumentos naturais e arquitetônicos, à gestão dos recursos locais. O turismo é então o resultado do intercâmbio, da troca de bens, serviços, conhecimentos e experiências, em que todos os atores, por estarem envolvidos, têm direitos e deveres; têm uma função a desempenhar e, por isso, são imprescindíveis.

Nesse sentido, Panosso Netto (2018) coloca que é evidente a necessidade de se reposicionar a discussão e a ação sobre políticas de turismo, sejam nacionais ou internacionais, públicas ou privadas, setoriais ou comunitárias, macro ou micropolíticas. Vários problemas precisam ser enfrentados. Um deles é acabar com o discurso que só vê qualidades no turismo e condena os críticos como se não tivessem visão estratégica. Outro problema é o costume equivocado de não preparar as comunidades e os diferentes setores para discutirem em conjunto e se corresponsabilizarem pelos projetos e políticas turísticas. Fala-se muito sobre a responsabilidade dos governos, mas pouco sobre a responsabilidade da sociedade civil organizada: sindicatos, organizações de ambientalistas ou pessoas interessadas em qualidade de vida, empresários e suas organizações de classe.

Aqui entra o Código de Ética no Turismo, que propõe ações positivas sobre o que se deve fazer e não foca no que não se deve fazer.

Conforme já destacado por Trigo e Panosso Netto (2003), devem ser levados em consideração vários itens para se construir não apenas um turismo melhor na América Latina, mas um mundo inteiro melhor, já que se trata também, de ações éticas: acesso digital democratizado, cidadania e hospitalidade em seu sentido mais amplo. Vamos citar alguns desses itens, tais como: combate à exploração sexual infantil, democracia política, diminuição das desigualdades econômica e social, educação até o nível superior para todos, ética em todos os níveis governamentais, políticos e sociais, justiça social, melhor distribuição de riquezas, maior garantia de acesso às oportunidades para todos, entre outros.

Dito isso, é singular que um turismo ético só será possível em uma sociedade mais participativa, na América Latina e em qualquer lugar. Capital e conhecimento são importantes nessa construção, mas a revalorização do humanismo é fundamental para que a vida seja preservada e dignificada. A nossa meta é garantir que todos desfrutem dessa aventura no Universo e isso a ciência ou a tecnologia não podem garantir sozinhas. (Panosso Netto, 2018)

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O setor turístico tem uma das maiores impetuosidades na economia atual, com isto é um setor que gera muitos empregos e também um giro significativo de renda. O turismo proporciona contatos de inúmeras relações, seja com o meio ambiente, a comunidade receptora, os profissionais da área ou com o destino escolhido. Tais relações sem um forte planejamento e estrutura podem originar problemas e hostilidades para a área.

Com a intenção de afastar-se destes pontos negativos é colocado os dez artigos do Código de Ética Mundial para o turismo, que demonstra intenções mais humanitárias e respeitadas de como promover um turismo mais responsável e harmonioso.

Atualmente o mundo está passando por uma explosão tecnológica, que é um fator que favorece diretamente o turismo, pois todos têm mais acesso a informações. Assim, as pessoas cada vez mais adquirem conhecimentos sobre os destinos e aos segmentos turísticos que se atentam.

A expansão cada vez mais considerável desta área, infelizmente trás paralelamente alguns problemas, principalmente em lugares onde ocorrem o turismo de massa ou lugares que não se preocupam com ser um destino sustentável e com o tempo inicia uma degradação do espaço.

Com uma análise de todos acontecimentos de relevância mundial, como o fato pré e pós II Guerra Mundial, podemos refletir, como a atividade turística pode intangivelmente ser afetada por fatores externos, pois estes acontecimentos refletem na economia, no incentivo aos turistas e aos investimentos na área.

A partir de todas as informações coletadas no trabalho e o resgate de todos os fatos pude cada vez mais perceber como, de fato, todos que atuam na área deviam ter cada vez mais a ambição de que este trabalho contribua para melhorias na área e para todos os agentes que nela atuam.

Assim, com a compreensão de todos os atuantes e ambição da maior aplicabilidade do Código de Ética a atividade turística poderá ser desenvolvida com

mais humanidade e respeito, partindo de todas as intenções que são expostas pelos 10 artigos.

Desta forma, o estudo demonstrou a sua importância do estudo da ética para a formação do turismólogo, tendo em vista os desafios que o segmento do turismo enfrenta. A ética repousa, sobretudo no exercício da liberdade, pois são as ações individuais, entre os diversos que compõe o segmento turístico que podem criar destinos mais conectados, equilibrando os anseios das comunidades receptoras com o direito de ir e vir que caracteriza o turismo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABBAGNANO, N. **Dicionário de Filosofia**. São Paulo: Martins Fontes, 2007.
- ACERENZA, M. A. **Administración del turismo**. México: Editorial Trillas, 1984.
- ANDRADE, J.V. **Turismo: fundamentos e dimensões**. São Paulo: Ática. 1992/1995
- ARAUJO, Cíntia Möller. **Ética e qualidade no turismo do Brasil**. São Paulo: Atlas, 2003.
- BENI, M. **Análise Estrutural do Turismo**. São Paulo: Senac. (1998).
- BENI, M. **Globalização do Turismo: megatendências do setor e a realidade brasileira**. São Paulo: Aleph. (2003)
- BOYER, M. **História do turismo de massa**. Bauru, SP: Edusc. (2003).
- CAPRA, F. **As Conexões Ocultas**. São Paulo: Cultrix, 2002.
- CISNE, R.; GASTAL, S. **Turismo e sua história: rediscutindo periodizações**. Anais do VI Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul. Caxias do Sul- RS. (Julho, 2010)
- DAVIDSON, Rob. **Tourism in Europe**. Londres, Pitman Publishing, 1992.
- De LA TORRE PADILLA, O. **El turismo: fenomeno social**. Mexico, D.F :Fondo de Cultura Economica. (1994).
- FIGUEIREDO, S. L. **Viagens e Viajantes**. São Paulo: Annablume. (2010).
- FIGUEIREDO, S.; RUSCHMANN, D. V. R **Estudo genealógico das viagens, dos viajantes e dos turistas**. Novos Cadernos NAEA,7 (1), 155-188. (2004)
- FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002.
- GIDDENS, A. Sociologia. Porto Alegre: Artmed, 2005. GOMES, B. M. A.; Romaniello, M. M.; Silva, M. A. C. **Os efeitos do turismo em comunidades receptoras: um estudo com moradores de Carrancas, MG, Brasil**. Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. Tenerife, Espanha, v. 4, N. 3, 2006.
- GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

JOAQUIM, Graça. **Da Identidade à Sustentabilidade ou a Emergência do «Turismo Responsável»** in Sociologia Problemas e Práticas, nº 23, 1997.

LEITÃO, Márcia; WYSE, Nely. **Educação para o trabalho em turismo: conceitos e cuidados.** Boletim Técnico do SENAC – A revista da educação profissional. Volume 37, número 1. Rio de Janeiro/RJ. Janeiro/Abril de 2011.

MAGALHÃES, C. F. **Diretrizes para o turismo sustentável em municípios.** São Paulo: Roca. (2002)

MARCONI, Maria de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa.** 3. Ed. São Paulo: Atlas, 1999.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). **Pesquisa Social. Teoria, método e criatividade.** 18 ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

MOLINA, S. **O pós-turismo.** São Paulo: Aleph. (2003)

MOLINA, S. Pós-turismo: novas tecnologias e novos comportamentos sociais. In: MOESCH, M.; GASTAL, S. (org.). **Um outro turismo é possível.** São Paulo: Contexto. (2004)

MORIN, E. **O Método 6: ética.** Porto Alegre: Editora Sulina, 2007.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO (OMT). **Código Mundial de Ética para o Turismo.** Santiago, 1999.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO (OMT). *In: Fórum Internacional de Parlamentares e Administradores Locais: Protagonistas das políticas turísticas do século XXI*, 3, 2000 Rio de Janeiro, maio de 2000.

PANOSSO NETTO, A. (2005). **Filosofia do Turismo: Teoria e epistemologia.** São Paulo: Aleph.

PANOSSO NETTO, A. e GAETA, C. (2010). **Turismo de Experiência.** São Paulo: SENAC São Paulo.

PANOSSO NETTO, A. **Perspectiva crítica do turismo: proposições éticas e filosóficas a parti da realidade latino-americana.** Revista do Centro de Pesquisa e Formação. Edição Especial – Ética no Turismo. SESC. São Paulo/SP. Junho, 2018.

QUEIROZ, José. **História do turismo mundial e do Brasil.** Estado. 18 de abr. 2011. Disponível em: <http://turismoreceptivo.wordpress.com/2011/04/18/historia-do-turismo-no-mundo-e-no-brasil/>. Acesso em: outubro de 2018.

RUSCHMANN, D. **Turismo e planejamento sustentável: A Proteção do Meio Ambiente**. 3ed. São Paulo: Papirus. (1997).

SANTOS, B. P. C.; CASTRO, A. T. **Ética em Publicidade e Propaganda turística: aspectos teóricos**. Turismo & Sociedade, Curitiba, v. 1, n. 1, p. 74-83, abril, 2008.

SCHWARZTMAN, Simon. **A pesquisa científica e o interesse público**. Revista Brasileira de Inovação, v.1, 2, p. 361-395.

THIOLLENT, Michel. **Metodologia da pesquisa-ação**. São Paulo: Cortez, 2009.

TRIGO, L.G.G. **Turismo básico**. São Paulo: SENAC. (1995).

WAHAB, S. E. A. **Introdução a administração do turismo**: alguns aspectos estruturais e operacionais do turismo internacional – teoria e prática. 3 ed. São Paulo: Pioneira. (1991).

WATSON, A. **A evolução da sociedade internacional**: Uma análise histórica comparativa. Brasília: Universidade de Brasília. (2004).