

MANUAL DO ALUNO

# DISCIPLINA OPERAÇÕES E TÉCNICAS DE TURISMO

Módulos 1, 2, 3 e 4

República Democrática de Timor-Leste  
Ministério da Educação



## FICHA TÉCNICA

### TÍTULO

MANUAL DO ALUNO - DISCIPLINA DE OPERAÇÕES E TÉCNICAS DE TURISMO  
Módulos 1 a 4

### AUTOR

CHRISTINE CABASSET

COLABORAÇÃO DAS EQUIPAS TÉCNICAS TIMORENSES DA DISCIPLINA

### COLABORAÇÃO TÉCNICA NA REVISÃO



### DESIGN E PAGINAÇÃO

UNDESIGN - JOAO PAULO VILHENA  
EVOLUA.PT

### IMPRESSÃO E ACABAMENTO

Serviço do Centro de Impressão do Ministério da Educação

### ISBN

978 - 989 - 753 - 049 - 4

### TIRAGEM

240 EXEMPLARES

### COORDENAÇÃO GERAL DO PROJETO

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO DE TIMOR-LESTE  
2013



## Índice

<b>Conceitos e Fundamentos do Turismo e Evoluções Contemporâneas .....</b>	<b>7</b>
Apresentação.....	8
Objetivos de aprendizagem .....	8
Âmbito de conteúdos .....	8
<b>1. O Conceito de Turismo.....</b>	<b>10</b>
1.1. Noção de Turismo e de Turista .....	10
1.2. Classificações do Turismo .....	11
1.3. Turismo internacional e turismo doméstico .....	12
Exercício 1.....	12
1.4. Tipos de Turismo.....	13
Exercício 2.....	19
<b>2. Evolução Histórica do Turismo .....</b>	<b>22</b>
Exercício 3.....	23
Exercício 4.....	28
<b>3. O Turismo numa Perspetiva Sistémica.....</b>	<b>29</b>
3.1. Fatores Socioculturais e Políticos.....	30
3.2. Componentes de um Sistema Turístico .....	33
Exercício 5.....	35
3.3. Os Recursos Turísticos .....	36
Exercício 6.....	36
3.4. O Turista.....	37
<b>4. Indicadores da Atividade Turística.....</b>	<b>39</b>
<b>5. Peso económico e social do turismo, críticas e problemas do turismo .....</b>	<b>42</b>
<b>6. Evoluções contemporâneas.....</b>	<b>43</b>
<b>Bibliografia .....</b>	<b>45</b>
<b>Geografia do Turismo, Procura e Motivações Turísticas.....</b>	<b>49</b>
Apresentação.....	50
Objetivos de aprendizagem .....	50
Âmbito de conteúdos .....	51
<b>1. Geografia do Turismo no mundo.....</b>	<b>52</b>



1.1. Características gerais .....	52
Exercício 1.....	54
Exercício 2.....	60
1.2. Regiões/Países emissores e recetores .....	60
Exercício 3.....	61
<b>2. A Procura Turística .....</b>	<b>63</b>
2.1. Noção e Tipos de Procura Turística; Consumo Turístico .....	63
2.2. Fatores determinantes da Procura Turística (Estruturais, Conjunturais) .....	67
2.3. Dimensão e Características da Procura Turística (Fatores Culturais, Sociais, Pessoais) .....	69
<b>3. As Motivações e as suas Influências no desenvolvimento da procura turística .....</b>	<b>73</b>
3.1. Motivações para o turismo e comportamentos do turista .....	73
3.2. Critérios para a definição de perfis socioeconómicos dos turistas .....	74
<b>4. Tipologia dos turistas.....</b>	<b>77</b>
Exercício 4.....	80
<b>Bibliografia .....</b>	<b>81</b>
<b>Turismo na Ásia-Pacífico; Insularidade; Turismo em Timor-Leste.....</b>	<b>85</b>
Apresentação.....	86
Objetivos de aprendizagem .....	86
Âmbito de conteúdos .....	86
<b>1. Turismo na Ásia-Pacífico .....</b>	<b>87</b>
1.1. Apresentação da área regional .....	87
Exercício 1.....	88
1.2. Especificidades das ilhas e do meio costeiro .....	88
Exercício 2.....	97
1.3. Especificidades do turismo na Ásia-Pacífico .....	98
Exercício 3.....	101
1.4. Destinos turísticos e principais mercados do sudeste asiático .....	101
<b>2. Turismo em Timor-Leste .....</b>	<b>106</b>
2.1. Apresentação dos principais componentes naturais, socioeconómicos e culturais do país .....	106
2.2. Identificação das principais regiões e destinos turísticos .....	116



Exercício 4.....	117
Exercício 5.....	120
2.3. Especificidades do turismo em Timor-Leste e desafios para o futuro .....	121
<b>Bibliografia.....</b>	<b>122</b>
<b>Organização da Indústria do Turismo.....</b>	<b>127</b>
Apresentação.....	128
Objetivos de aprendizagem.....	128
Âmbito de conteúdos .....	128
<b>Introdução.....</b>	<b>130</b>
Exercício 1.....	133
<b>1. As organizações internacionais envolvidas no setor do turismo .....</b>	<b>135</b>
1.1. Organização Mundial do Turismo (OMT).....	135
1.2. Outras organizações internacionais.....	136
<b>2. A organização do setor público do turismo .....</b>	<b>138</b>
2.1. Órgãos nacionais: Organização e o seu papel.....	138
Exercício 2.....	139
2.2. Órgãos regionais e locais .....	143
<b>3. As empresas turísticas (setor privado) .....</b>	<b>145</b>
3.1. Apresentação.....	145
3.2. Tipologia dos serviços prestados .....	145
3.2.1. Operadores turísticos .....	145
3.2.2. Agências de viagens.....	149
Exercício 3.....	151
3.2.3. Transportadoras aéreas .....	151
Exercício 4.....	154
3.2.4. Unidades hoteleiras e alojamento turístico.....	154
3.2.5. Empresas de organização e de gestão de eventos.....	159
3.2.6. Empresas de animação turística e desportiva .....	160
<b>Bibliografia.....</b>	<b>162</b>







Ilha de Atauro © Christine Cabasset

# Conceitos e Fundamentos do Turismo e Evoluções Contemporâneas

Módulo 1

## *Apresentação*

O primeiro módulo desta disciplina de Operações e Técnicas de Turismo tem como função o enquadramento geral e permite ao aluno obter uma visão genérica da atividade turística, proporcionando-lhe a aquisição de conhecimentos base para a compreensão do desenvolvimento da disciplina, bem como fornecer os pré-requisitos necessários para o desenvolvimento das competências técnicas indispensáveis e que permitem a construção de um perfil profissional adequado às exigências da profissão de técnico de turismo. Este módulo tem carácter teórico. Abordaremos os principais conceitos aplicados no estudo do turismo.

## *Objetivos de aprendizagem*

Com este Módulo 1, vamos aprender:

- A entender o conceito de turismo e de turista nas suas múltiplas vertentes como atividade moderna, de massa e ainda em evolução;
- A compreender, numa perspetiva histórica e geográfica, a importância do turismo, e as mudanças contemporâneas ligadas ao desenvolvimento sustentável e novas formas de Turismo;
- A identificar os diferentes tipos de turismo;
- A utilizar adequadamente a terminologia específica da atividade turística.

## *Âmbito de conteúdos*

1. O Conceito de Turismo
  - 1.1. Noção de Turismo e de Turista
  - 1.2. Classificações do Turismo
  - 1.3. Turismo internacional e interno (doméstico)
  - 1.4. Tipos de Turismo
2. Evolução Histórica do Turismo
3. O Turismo numa Perspetiva Sistémica
  - 3.1. Fatores Socioculturais e Políticos



- 3.2. Componentes de um Sistema Turístico
- 3.3. Os Recursos Turísticos
- 3.4. O Turista
- 4. Indicadores da Atividade Turística: Chegadas, Receitas, Dormidas, Número de quartos/camas, Oferta e Procura
- 5. Peso económico, social, etc. do turismo, críticas e problemas do turismo
- 6. Evoluções contemporâneas: turismo e desenvolvimento sustentável, novas formas de turismo



# 1. O Conceito de Turismo

## 1.1. Noção de Turismo e de Turista

Segundo a Organização Mundial do Turismo (2012), o turismo é **um fenómeno social, cultural e económico relacionado com a deslocação das pessoas a lugares localizados fora dos seus lugares de residência habitual por motivos pessoais ou de negócios/profissionais.**

Os elementos de informação com maior interesse na frase acima são:

- **O turismo é um fenómeno social, cultural e económico.** “Turismo” inclui um conjunto complexo de pessoas muito diversas, tanto do lado dos visitantes como dos organizadores das atividades de turismo e de lazer, como ainda empresários, construtores, etc. A maneira de viajar e de consumir depende da origem geográfica e social dos turistas. E depende também do contexto local, já que muitas vezes as pessoas viajam em ambientes culturais muito diferentes dos seus. O turismo é uma atividade económica já que dá origem a despesa económica tanto da parte dos visitantes como dos visitados.
- **O turismo é baseado na deslocação das pessoas dos seus lugares de residência habitual para outro(s) lugar(es).** Por isso, o turismo exclui as atividades quotidianas. A noção de “deslocação”, quer dizer de “mobilidade” das pessoas de um lugar para outro, é fundamental como vamos ver no Módulo 10.
- **A deslocação das pessoas é baseada em motivos pessoais ou de negócios / profissionais.** As pessoas vão para outro(s) lugar(es) por motivos diversificados: férias, encontros com a família, razões religiosas, de saúde, de educação (seminário, conferência, estágio...), de negócios e profissionais (*workshops*, feiras, exposições, formações...), etc.
  - Exemplos: uma pessoa que vem da Austrália, de Singapura, da Europa, etc. para Timor-Leste para encontrar a sua família, para mergulhar, ir à praia Areia Branca, subir o Ramelau, ir a Tutuala, ou participar numa conferência/congresso, ou participar na feira do livro, na maratona de Díli ou no Tour de Timor... é incluída no turismo. Um Timorense que habitualmente mora em Díli e vai passar o fim de semana a Same, Tutuala, ou Ataúro, para



ver a família, descansar ou fazer desporto, participar numa conferência/congresso também é incluído no turismo.



Figura 1. Conferência internacional “Turismo comunitário”, Díli, 2009.  
© Christine Cabasset



Figura 2. Museu da Eletricidade, Lisboa/Portugal  
© Christine Cabasset



Figura 3. « Tour de Timor », competição internacional.  
© Christine Cabasset

No turismo, as pessoas que viajam chamam-se **visitantes** (podem ser turistas ou excursionistas) e o turismo tem a ver com as suas atividades, das quais algumas implicam um **gasto turístico**.

- Um **visitante** é classificado como turista, se vai para fora do domicílio por mais de 24 horas (dorme pelo menos uma noite num sítio diferente do domicílio habitual). O excursionista é o que vai visitar um lugar e volta para casa no mesmo dia.
- **Gasto turístico** designa as despesas que os visitantes vão realizar no conjunto das atividades turísticas, do transporte ao alojamento, à comida, etc.

## 1.2. Classificações do Turismo

Os turistas são **turistas internacionais** quando viajam para outro país, ou **turistas domésticos/internos** quando viajam no seu próprio país.

O turismo internacional inclui as atividades efetuadas no quadro do turismo recetor ou emissor.

**Turismo recetor / país recetor (inbound tourism)**. O turismo recetor inclui os não-residentes - e suas atividades - recebidos por um país de destino (do ponto de vista do país visitado). Um país recetor é um país que recebe turistas.

- **Exemplo: Timor-Leste é um país recetor quando turistas vêm de outros países para o visitar.**



**Turismo emissor/ país emissor** (*outbound tourism*). O turismo emissor inclui os residentes de um país que viajam para outro país (do ponto de vista do país de origem). Um país emissor é um país que envia turistas.

- **Exemplo: Timor-Leste é país emissor quando os Timorenses vão para outros países para viajar, descansar, participar num congresso, etc.**

### 1.3. Turismo internacional e turismo doméstico

**As atividades do turismo internacional são influenciadas pela distância.** Assim, se é verdade que a maioria dos turistas internacionais utilizam o avião como meio principal de transporte, eles viajam sobretudo na mesma região geográfica onde vivem: a nível mundial, mais de 76% dos turistas foram para um país localizado na mesma região geográfica (Américas, Ásia-Pacífico, Europa, etc.). O turismo que se efetua na mesma região geográfica chama-se **turismo intrarregional**.

**O turismo doméstico** (efetuado não no estrangeiro mas no país de domicílio próprio) desenvolve-se muito e movimenta fluxos incomparavelmente superiores aos do turismo internacional (a nível mundial, cerca de dez vezes superiores). Por exemplo, a Indonésia recebeu em 2011 mais de 7,6 milhões de turistas estrangeiros enquanto o turismo doméstico foi calculado nesse ano em mais de 120 milhões de pessoas.

### Exercício 1

*Responda às seguintes questões:*

1. O que é o Turismo? Dê exemplos.
2. O que é o turismo internacional? Dê exemplos.
3. O que é o turismo doméstico? Dê exemplos.
4. Qual é a diferença entre o turista e o excursionista? Dê exemplos.
5. Qual é a diferença entre um país (ou turismo) recetor e um país (ou turismo) emissor?



## 1.4. Tipos de Turismo

O turismo, como outras atividades humanas, já conheceu diversas mudanças. Na sua forma contemporânea, o turismo é uma atividade nova com, no máximo, 150 ou 200 anos. Na sua forma intensiva, o turismo não tem mais de 50 / 60 anos de existência. Mas já teve mudanças: há 100 anos atrás, os turistas não gostavam de ficar na praia a apanhar banhos de sol, não gostavam de ficar na praia pouco vestidos como hoje, a maioria deles não gostava de subir as montanhas altas... Há 50 anos, a maioria dos turistas não gostavam de ir de férias sozinhos, ou em casal, ou com um pequeno grupo de amigos, como fazem muitas vezes hoje, para descansar e aproveitar a tranquilidade de um lugar e a contemplação de uma paisagem. Antes, os turistas preferiam ir com toda a família e com muitos amigos, porque as férias eram vividas como um momento de socialização. O gosto crescente dos turistas para viajar para mais longe, para países e ilhas tropicais, para lugares culturais ou para paragens com atividades desportivas são fatores de mudança do turismo. Ainda hoje o turismo está a mudar. Os tipos de turismo estão diretamente ligados à evolução do turismo e, especialmente, aos motivos e práticas dos turistas.



Figura 4. Escalada no Sul da França

© Michel Pellé



Figura 5. Mergulho em Timor-Leste

© Free Flow





Figura 6. Banho de sol, Ilha de Langkawi (Malásia) © Christine Cabasset

O turismo tornou-se muito diversificado nas suas formas e é segmentado em tipos diferentes, incluindo:

- **O turismo urbano**

O turismo urbano é sem dúvida uma das formas de turismo mais antigas e importantes em número de turistas. O turismo urbano efetua-se nas cidades. As principais atividades do turismo urbano são a descoberta do património histórico-monumental (edifícios antigos) e arquitetónico, as atividades culturais (museus, cinemas, exposições, concertos, espetáculos e teatros) e de lazer (restaurantes, vida noturna, especialidades gastronómicas). Por isso, o Turismo urbano está estreitamente relacionado com o **turismo cultural**. Da mesma forma, este tipo de turismo está cada vez mais ligado ao **turismo de negócios** (congresso, feiras, festivais, etc.). O **Turismo comercial** (*shopping*) constitui um outro componente significativo do turismo urbano.

- **O turismo litoral (Sol e Praia)**

O turismo litoral é a forma que tem visto um crescimento maior nos últimos 50 anos. Efetua-se em localidades costeiras onde existem praias e que têm condições climáticas agradáveis para os turistas, quer dizer um tempo ensolarado e temperaturas amenas (entre 20 a 30 °C). Essas condições explicam que o turismo se tenha desenvolvido primeiro e especialmente nas costas marítimas do Sul da Europa (Espanha, França, Itália, Portugal, Grécia...) e, mais tarde, quando as condições de transporte permitiram, nas costas dos



países tropicais. Os elementos mais importantes para os turistas são: **o mar** (atividades náuticas como tomar banho, fazer mergulho, andar de barco, etc.), **a praia** (descansar, apanhar banhos de sol, praticar jogos e desportos como o futebol, etc.) e **o sol**. O turismo litoral deu origem à expressão inglesa dos “3 S” para *Sea, Sand, Sun*.

- **O turismo rural e o ecoturismo**

O turismo rural é um tipo de turismo que se realiza num espaço rural, quer dizer fora do meio urbano (cidades) e fora dos grandes centros de turismo, e habitualmente em pequenas localidades. As atividades mais praticadas são a descoberta do património cultural rural, como o património histórico e arquitetónico, da vida social e cultural (dia a dia, festas, rituais, vida religiosa, etc.), das atividades agrícolas, da natureza (montanhas, mar, lagoa, floresta...). Apoiando-se no contexto local, o turismo rural deu origem a novas formas de turismo com o objetivo de reforçar os benefícios económicos das comunidades locais e baseando-se no meio ambiente. É o caso do “ecoturismo”, do “turismo ético”, do “turismo social”, do “turismo solidário”, do “turismo comunitário”, do “agro-turismo”, do “turismo responsável”, etc. como vamos ver nos módulos 5 e 8. Também, muitas vezes, a descoberta turística está relacionada com as práticas desportivas, como a marcha, andar de bicicleta, andar a cavalo, navegar de barco. De uma maneira geral, o turismo rural beneficia do desenvolvimento recente das atividades “*outdoor*”, quer dizer aquelas que se praticam no exterior: turismo de montanha e escalada, canoa, etc.

- **Turismo desportivo e de aventura**

O desenvolvimento das práticas desportivas no exterior (não em sala) deu origem ao **turismo desportivo**, como a pesca, os desportos náuticos, o alpinismo, a escalada, o ténis, o golfe, etc. No turismo desportivo os visitantes também podem assistir a manifestações desportivas como os jogos olímpicos, os campeonatos de futebol, os jogos de inverno. Por exemplo, as pessoas que se deslocam a Timor-Leste para participar ou assistir no “Tour de Timor” são incluídos no turismo desportivo.



O turismo desportivo também beneficiou do desenvolvimento do **Turismo de aventura**, que é um tipo de viagem de alguns dias ou algumas semanas, que tem por base a itinerância (circuito itinerante com etapas para pernoitar sempre em sítios diferentes de um dia para o outro) a pé, de bicicleta, de jipe, de barco, etc. Este tipo de turismo é realizado quer no país de domicílio próprio, quer noutros países que oferecem um meio ambiente atrativo, espetacular, hospitalidade dos habitantes e um bom nível de segurança. Na maioria dos casos, o turismo de aventura é um turismo organizado por uma agência de viagens especializada neste tipo de viagens, e em pequenos grupos, de cerca de dez pessoas, raramente mais. Muitas vezes a viagem passa por lugares isolados e, por isso, os turistas alternam noites na natureza com tendas, e noites nas aldeias, nas casas dos habitantes (*homestay*) ou num pequeno hotel/bungalows (*guesthouse*).

- **O turismo cultural**

O turismo cultural está muito relacionado com o turismo urbano, mas não só, e também é um componente importante do turismo rural. O Turismo cultural apresenta uma grande diversidade de atividades, tais como, visitar um museu ou assistir a um espetáculo de dança ou de teatro. Os principais temas do Turismo cultural são:

**A Religião**, especialmente as peregrinações a santuários ou a locais sagrados como Lourdes (França), Fátima (Portugal), Jerusalém (Israel/Palestina), etc.

**O estudo dos idiomas**: o objetivo da estadia é a aquisição de uma linguagem baseada num programa predefinido. Esta experiência dá a possibilidade de conhecer melhor, além da língua, as características e a cultura do país visitado.

**A Arqueologia e a História**: o objetivo é visitar lugares de memória ou do património arqueológico e outros monumentos históricos.

**A Etnografia**: com o objetivo de conhecer melhor o modo de vida, as tradições (*adat*), a cultura das pessoas.

**A Literatura**, que está motivada por lugares ou eventos de carácter bibliográfico.

**A Gastronomia**, para conhecer os pratos tradicionais do destino turístico.



Os **Festivais culturais** (feira do livro, festival de cinema, feiras de artesanato, exposição de pintura, ou concerto de música tradicional ou moderna).

- **O turismo de saúde**

O turismo de saúde é **praticado desde** há muito tempo. As qualidades terapêuticas das águas (propriedades curativas, para tratar doenças ou feridas) foram sempre utilizadas em todos os continentes (termas/águas quentes de Marobo em Timor-Leste, por exemplo). Mais recentemente, o termalismo (a utilização das águas) continuou a desenvolver-se de forma médica, paralelamente ao aparecimento de novos produtos designados “Fitness” ou para “Manter a Forma”. Com esses novos produtos fala-se de um “bem-estar” com o objetivo de manter a unidade do corpo e do espírito. Com a vida e os ritmos urbanos cada vez mais rápidos, com o stress do trabalho, e com um desejo crescente de ficar “jovem” independentemente da idade, do género e do envelhecimento, as pessoas cuidam cada vez mais do seu corpo. Ligado a isso, em todo o mundo, desenvolveram-se salões de massagens e especialmente os “spa”. Os “spa” designam lugares onde os turistas vão passar algumas horas para cuidar do seu corpo com águas quentes e frias, lamas, algas, massagens, etc.

Neste sentido, o turismo de saúde continua a crescer e constitui uma fonte de recursos económicos importantes para as aldeias e as cidades termais que se equiparam para receber os clientes (alojamentos, restaurantes, centros de tratamentos termais e de saúde, spas, etc.); mas para equipar-se também necessitaram de investimentos económicos importantes por parte dos lugares termais. Um outro tipo de turismo de saúde, mais medicalizado, o turismo médico, desenvolveu-se na Europa, e nos últimos anos, especialmente na Ásia, em Singapura e na Tailândia, por exemplo: pessoas vão a centros médicos muito especializados para cuidar ou operar os olhos, os dentes, etc.

- **O turismo religioso**

O Turismo Religioso diferencia-se dos outros segmentos do mercado turístico, pois tem como motivação fundamental a fé (cristã, hindu, budista, islâmica,



etc.). As cidades santas históricas são destinos importantes de peregrinação, como por exemplo Lourdes (França), Fátima (Portugal), Jerusalém (Israel/Palestina), a Meca (Arábia Saudita), Roma (Itália). Os lugares sagrados também podem ser igrejas, grutas, caminhos e lugares especiais, como a “Kumbh Mela” (Índia) que reúne anualmente dezenas de milhões de peregrinos.

O turismo religioso reúne os praticantes que vão a um sítio para praticar a sua fé. Também envolve pessoas não praticantes que viajam por motivos culturais, para conhecer os lugares sagrados, os rituais, e ter mais conhecimento sobre as próprias religiões ou sobre as Artes religiosas (arquitetura das igrejas, dos templos ou das mesquitas, objetos religiosos, etc.). Esta parte do turismo religioso está ligada ao turismo cultural.

- **O turismo de negócios**

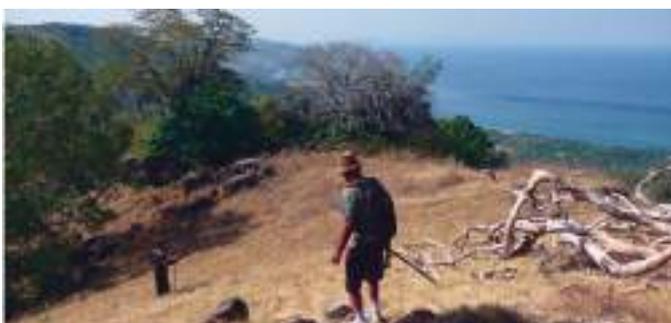
O turismo de negócios (*business tourism*) realiza-se num contexto profissional e tem objetivos diversificados, como eventos comerciais, científicos, sociais ou políticos. Os Congressos (e conferências, seminários) e as feiras e exposições são as formas mais comuns do Turismo de negócios. Incluem-se também neste grupo as deslocações organizadas pelas empresas para os seus colaboradores, quer como prémio, quer para participarem em reuniões de contato com outros que trabalham em locais ou países diferentes: as chamadas «viagens de incentivo». Este tipo de turismo assume um elevado significado para os locais ou países visitados na medida em que, regra geral, as viagens são organizadas fora das épocas de férias e pagas pela empresa ou pela instituição a que os viajantes pertencem.

Implica, contudo, a existência de equipamentos e serviços adequados, tais como salas de reuniões, centros de congressos, espaços para exposições e facilidades de contatos internacionais. O Turismo de negócios engloba, assim: Viagens de Negócios Individuais / Congressos e Convenções / Feiras, Exposições e Salões Especializados / Seminários e Reuniões de Empresa / Conferências e Colóquios / Incentivos e Workshops.



## Exercício 2.

1. A partir das seguintes fotografias, identifique os tipos de turismo ilustrados (uma fotografia pode ilustrar dois tipos de turismo).
2. Escolha e explique dois dos tipos seguintes de turismo “turismo urbano”, “turismo litoral (Sol & Mar)”, “turismo cultural”, “turismo rural”, “turismo desportivo e de aventura”, “turismo religioso”, “turismo de saúde”, “turismo de negócio”.
3. Escolha três fotografias e faça a sua descrição escrita da forma mais completa possível, imaginando porque o que representa é atraente para os turistas.



*Figura 7. Trekking na Ilha de Atauro (Timor-Leste)*

© Christine Cabasset



*Figura 8. Casa dos Escravos, Ilha de Gorée (Senegal)*

© Christine Cabasset



*Figura 9. Kuala Lumpur (Malásia)*

© Christine Cabasset



*Figura 10. Mergulho em Timor-Leste © Free Flow*







*Figura 17. Tour Eiffel, Paris (França)  
© Christine Cabasset*



*Figura 18. Massagem, Nusa Lembongan,  
Bali (Indonésia) © C. Cabasset*



*Figura 19. Lagoa de Maubara (Timor-Leste) © C. Cabasset*



## 2. Evolução Histórica do Turismo

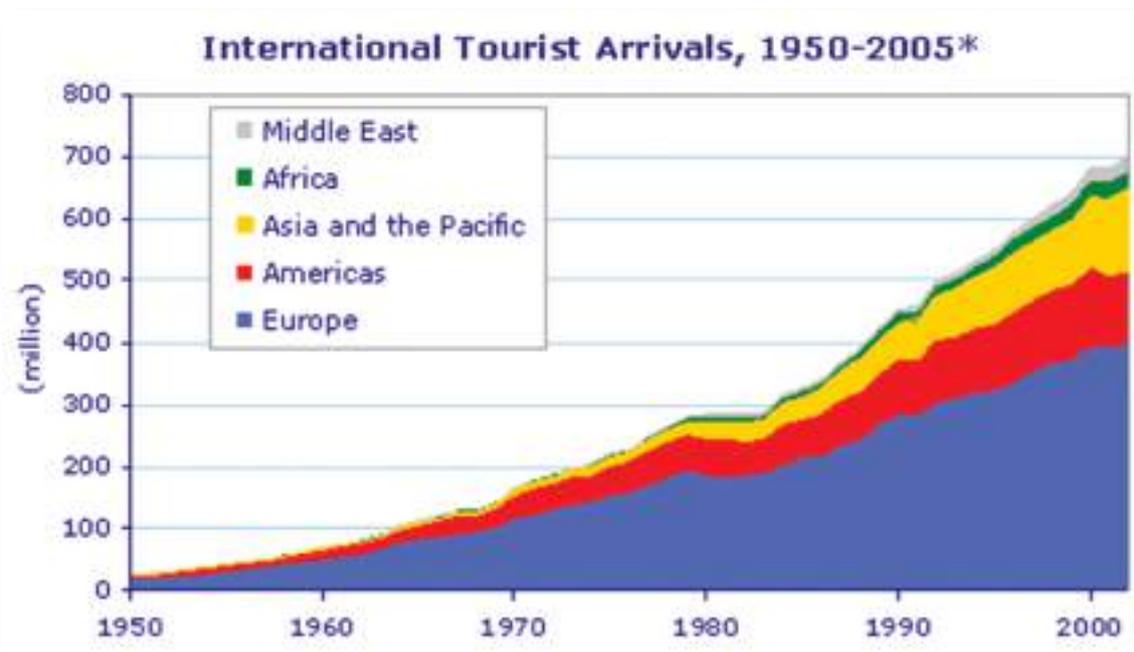
O ser humano sempre migrou e viajou pelo mundo. Durante muitos séculos, os principais motivos para viajar para outros países foram:

- A busca do saber: sobre as ciências, como a matemática, a astronomia, sobre as sociedades, as religiões, para encontrar pessoas e sociedades diferentes da sua;
- As peregrinações religiosas, para visitar os lugares sagrados, os do mundo católico, do mundo hindu, do mundo budista, do mundo islâmico, etc.
- A exploração de regiões desconhecidas;
- A procura das riquezas dos outros continentes e países e o negócio.

O que chamamos turismo de férias, turismo de lazer, é uma novidade que tem as suas raízes na Europa a partir dos séculos XVII e XVIII, mas que se desenvolveu sobretudo nos séculos XIX e XX. Este facto histórico explica que seja ainda a Europa a principal região turística do mundo. A palavra “turismo” vem da palavra inglesa “tour”. No Século XVIII, havia jovens da aristocracia inglesa que embarcavam num “Grand tour” com duração de seis meses até dois anos no continente europeu para completar sua educação cultural. Este “tour” dava a esses jovens a oportunidade de conhecer as costas, as montanhas, e o património cultural da Europa, sobretudo o da França e da Itália. Algumas cidades turísticas foram criadas particularmente na França (quer no setor montanhoso quer na zona litoral) pelos turistas ingleses. Pouco a pouco apareceram pessoas que gostavam de banhar-se no mar, por motivos de saúde, porque se descobriu que os banhos e o ar do mar podem ser uma terapia para algumas doenças. No fim do século XIX e início do século XX, houve mais gente a ir de férias ao mar, ou à montanha, para se divertir, para descansar, e não apenas por motivos de saúde. Estas mudanças e amplificação foram acompanhadas pelo desenvolvimento dos transportes terrestres. Mas o turismo desenvolveu-se na Europa sobretudo depois da segunda guerra mundial, a partir dos anos 1950.



Figura 20. Gráfico da evolução das chegadas turísticas internacionais no mundo de 1950 até 2005



Fonte: Organização Mundial do Turismo

### Exercício 3

#### Analisar

Comente a figura 20 (gráfico da OMT), e responda às questões seguintes:

1. O que é que representa o gráfico?
2. De maneira geral, o que mostra o gráfico entre 1950 e hoje?
3. Qual foi a evolução de cada uma das grandes regiões representadas?

O turismo atingiu 980 milhões de chegadas internacionais no mundo em 2011 (mil milhão em 2012) e a Organização Mundial do Turismo prevê que atinja 1,8 mil milhões em 2030. Hoje, o turismo é uma das atividades económicas mais importantes do mundo. Para um grande número de países, especialmente para os pequenos territórios insulares, como as Maldivas, que não têm muitos recursos naturais além dos recursos turísticos, o turismo constitui o recurso económico mais importante.



Porquê é que o turismo se desenvolveu na Europa depois da Segunda guerra mundial, a partir dos anos 1950? Primeiro, porque o turismo nasceu na Europa. Segundo, porque o turismo está ligado ao crescimento da urbanização, do tempo livre e da economia.

Para viajar, há que ter tempo livre. Na Europa, os habitantes só têm tempo livre, férias há relativamente pouco tempo. É preciso lembrar que o século XIX e os primeiros 50 anos do Século XX foram um período de desenvolvimento industrial (a “Revolução industrial”) paralelamente a um período de grande pobreza na Europa. Mas foi preciso esperar pelo ano 1936 para surgirem as primeiras leis relativas ao direito a “férias pagas” na França, mas sobretudo pelo fim da segunda guerra mundial, para que houvesse progresso social. O novo sistema social permitiu mais tempo livre e facilidades para ir de férias, para ir descansar no campo, na montanha, ou no mar. Nessa altura, as facilidades para ir de férias incluíram ajuda para os transportes, para aceder aos alojamentos turísticos baratos, por exemplo o campismo, com tendas, ou hotéis pequenos (como *guesthouses*), quartos na casa de habitantes locais (*homestays*), cooperativas para férias baratas (turismo social), campo de férias para as crianças, etc. Então, mesmo sem muito dinheiro, as pessoas podiam ir de férias.

Este progresso social aconteceu ao mesmo tempo que o desenvolvimento tecnológico que se tornou significativo no século XIX e início do século XX ligado à revolução industrial (os meios de transporte especialmente) e o desenvolvimento económico a partir de 1950. Durante a Segunda Guerra Mundial (1939-1945), registaram-se na Europa dezenas de milhões de mortos e muitas destruições. A seguir, houve necessidade de construir de novo as infraestruturas como as estradas, os edifícios, e necessidade de construir de novo as economias dos países que foram destruídos, criando empregos e conduzindo ao desenvolvimento económico. Isso explica que a partir dos anos cinquenta, os países europeus conheceram a fase de maior progresso económico e social que o mundo jamais havia conhecido, o que impulsionou e consolidou o desenvolvimento do turismo.



### Para saber mais

Se sempre houve viagens no mundo, a partir de meados do século XVIII produzem-se grandes mudanças do ponto de vista tecnológico, económico, social e cultural, que introduzem alterações significativas nas viagens.

#### Época Moderna (Século XIX)

- É nesta época que se popularizam, entre as camadas sociais de maiores recursos, as viagens de recreio como forma de aumentar os conhecimentos, procurar novos encontros e experiências.
- Em Inglaterra, o nascimento das ideias da livre-troca no comércio internacional e dos primeiros passos da revolução industrial, com a invenção da máquina a vapor, incrementaram as relações internacionais.
- Na segunda metade do século, a generalidade das pessoas cultas e mais ou menos célebres viajavam por quase toda a Europa e realizavam estadas de longa duração.
- Os diplomatas, estudantes e os membros das famílias ricas inglesas que viviam na ociosidade faziam a *Grand Tour* viajando pela Europa, passando a ser moda visitar Paris, Florença, Roma ou Veneza.
- Com a *Grand Tour* nasce o conceito de turismo e, pela primeira vez, começam a designar-se as pessoas que viajam por turistas.
- Multiplica-se a publicação de guias turísticos. Em 1793 surgiram, em francês, o *Guide des Voyageurs en Europe*, e *Le Guide d'Espagne et Portugal*.
- O vasto movimento dos ingleses para o Continente europeu influenciou extraordinariamente o desenvolvimento dos transportes, da hotelaria e da restauração: criação das estações turísticas (como Bath e Brighton na Inglaterra, Chamonix e Nice na França).
- No século XIX, o progresso da ciência, a revolução industrial, a multiplicação das trocas comerciais, o desenvolvimento dos transportes, em particular do comboio, e a transmissão de ideias com a generalização da publicação de jornais, dão um novo impulso às viagens.



- São, sobretudo, as viagens dos ingleses que impulsionam a hotelaria e, por isso, não é de estranhar que muitos deles passem a ter nomes ingleses: *Hotel d'Angleterre, Hotel Albion, Hotel de Londres, Hotel Windsor, Carlton*, etc. Surgem, nessa época, alguns dos grandes hoteleiros que, ainda hoje, dão o nome a cadeias famosas como *Pullman* e *Ritz*.
- Em 1864 Thomas Cook organizou a primeira excursão acompanhada no regime “tudo incluído” para 500 turistas - destino Suíça. Seguindo-se um ano depois uma viagem no mesmo regime de Londres para os EUA; alguns anos mais tarde, abre escritórios por todo o mundo (Egito e Índia). As suas iniciativas marcam uma das mais importantes etapas na história do turismo e estão na origem do turismo dos nossos dias.

### Época Contemporânea (século XX)

A primeira década do século XX caracterizou-se por inovações e transformações que alteraram profundamente os modos de vida, como a descoberta do telégrafo (permite enviar uma mensagem escrita), do telefone, o alargamento da rede de caminhos de ferro, a extensão das redes de estradas, e também:

- O grande desenvolvimento industrial, que transfere a força económica da Europa para os Estados Unidos;
- O tempo de trabalho diminui e alcança-se o direito ao repouso semanal pelo que o conceito de lazer surge como uma nova noção/ um novo conceito;
- O turismo transforma-se num fenómeno da sociedade e começa a alcançar uma dimensão económica sem precedentes;
- O reconhecimento da importância do turismo leva a que quase todos os países da Europa criem instituições governamentais no início do Século XX com o fim de promover e organizar.

É importante aprofundar a análise da época posterior a 1945 de forma a/ para determinar os fatores que influenciaram o turismo:

- O tempo livre;



- O rendimento disponível;
- Férias pagas;
- Avanços tecnológicos - viagens mais rápidas e destinos distantes;
- Mudança social - igualdade / democracia;
- Televisão;
- As motivações das viagens - interesse em conhecer outros locais;

**A região da Ásia-Pacífico** tornou-se, a partir de 2003, na segunda grande região de destino turístico no mundo. É também o segundo pólo emissor turístico do mundo. Este crescimento assenta no aumento dos fluxos intercontinentais em direção à Ásia-Pacífico (entre continentes, por exemplo entre a Europa e a Ásia) mas também e sobretudo no aumento dos fluxos intrarregionais nos países da zona da Ásia-Pacífico, particularmente a Ásia de Este (Nordeste Asiático e Sudeste Asiático). Tal como na Europa e na América, esta mudança está intimamente ligada ao desenvolvimento económico, com o extraordinário crescimento, e a urbanização acelerada, que a Ásia de Este, sobretudo o Japão e os “dragões” (Coreia do Sul, Hong Kong, Singapura, Taiwan) e os “tigres” (Tailândia, Malásia, Indonésia) conheceram a partir das décadas de 1970-1980. A diferença em relação a outros continentes é que nesses países o desenvolvimento económico foi muito rápido, dando-se em menos de 50 anos. A melhoria dos meios de transporte, em particular aéreos, e mais recentemente dos voos *lowcost* (com bilhetes menos caros) nos anos 1990-2000, o crescimento urbano contínuo, o equipamento dos países em infraestruturas turísticas, a política de abertura/acolhimento dos estados, são outros elementos que tiveram um papel importante no desenvolvimento do turismo internacional.

Paralelamente ao turismo internacional, o turismo doméstico desenvolveu-se de maneira espetacular, também graças ao crescimento económico. Mas outros factores determinaram esse desenvolvimento: um deles está ligado à colonização europeia de países asiáticos. Neste período, especialmente nos séculos XIX e XX, os países colonizados já experimentaram o turismo com as práticas turísticas dos membros das administrações coloniais. Eles tiveram por hábito deixar as cidades à beira-mar, demasiado quentes, para passar os fins de semana e férias a altitudes mais elevadas, com um ar mais fresco, nas



“estações coloniais” (ou “estações de altitude”). Foi o caso da Índia (nas montanhas ao Norte de Deli), da Malásia (no interior da península ou da ilha de Pinang), da Indonésia (nas montanhas próximas de Jakarta), do Vietnam, etc. Mas só uma parte pequena da população local teve acesso a esses lugares turísticos, por razões de segregação imposta pelos regimes coloniais. Quando esses países se tornaram independentes, o hábito do turismo manteve-se no meio das elites locais que continuaram a frequentar as estações coloniais. Antes da colonização, também já havia mobilidades turísticas, as quais foram muitas vezes baseadas nas práticas religiosas, nos sítios sagrados, nas peregrinações.

### Exercício 4

Quais são os factores que permitem explicar o crescimento turístico:

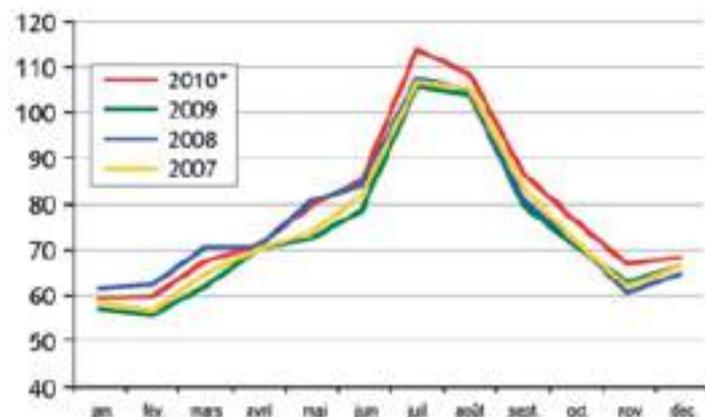
1. da Europa?
2. da Ásia?

Uma outra característica do turismo é a sua alta concentração no tempo. O gráfico seguinte que apresenta a evolução das chegadas internacionais totais no mundo por mês mostra bem o desequilíbrio ao longo do ano: os meses de Julho e Agosto concentram a maior parte dos fluxos turísticos; O mês de Julho registou mais de 110 milhões de turistas, contra 60 milhões no mês de Janeiro. Falamos de “época alta” e de “época baixa”.

- Os meses que conhecem os fluxos turísticos mais elevados no ano são nomeados “época alta”,
- Os meses que conhecem fluxos reduzidos são nomeados “época baixa”.

Figura 21. Turismo recetor, gráfico das chegadas internacionais no mundo por mês (em milhões)

Fonte: Organização Mundial do Turismo (original em francês)



## 3.0 Turismo numa Perspetiva Sistémica

As visões sobre o turismo são diversas, como por exemplo:

- a. Meio de evasão e ocupação de tempos livres, tempo de lazer;
- b. Fator de ocupação de espaço com implicações ambientais e sociais;
- c. Forma de gerar riqueza, aumentando oportunidades de emprego.

É por isso que falamos do turismo como sistema, quando diferentes elementos são interligados, inter-relacionados, de forma que a modificação de um elemento trará implicações a nível geral.

### *Para saber mais sobre o turismo como sistema*

Tendo então como referência a noção anterior, podemos fazer uma análise do turismo como sistema, pois é uma atividade formada por um conjunto de elementos que estabelecem conexões interdependentes entre si de carácter funcional e espacial - de uma forma simples, temos as zonas de proveniência dos visitantes (emissoras), as zonas de destino (recetoras), as rotas de trânsito e todas as atividades que produzem os bens e serviços turísticos (atividade turística). Este conjunto é também constituído por vários elementos que formam as estruturas internas do sistema (subsistemas).

Por exemplo, as zonas emissoras originam os fluxos turísticos, que são constituídos por indivíduos, famílias e grupos de pessoas que, nas suas deslocações, são influenciados por fatores de vária ordem: rendimentos, condições de vida, tempo livre, nível cultural, etc. Nestas zonas, os fluxos turísticos desenvolvem-se também em função de uma variedade de instituições com o objetivo de influenciar e controlar a emissão turística: empresas de transporte, agências de viagens, organismos de promoção e informação, entre outros.

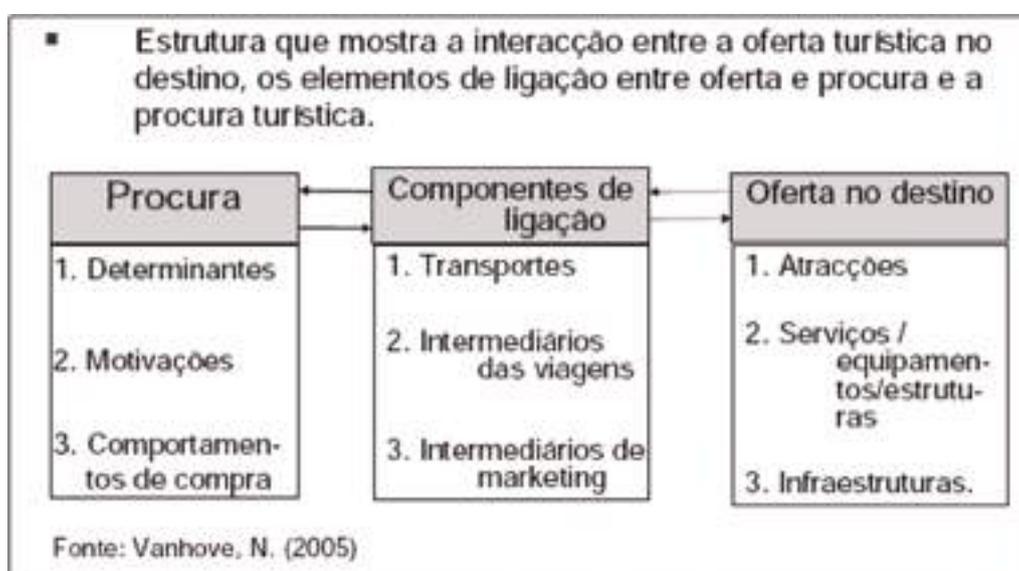
Entre as zonas emissoras e as zonas recetoras, os fluxos turísticos estabelecem conexões, pela utilização de transportes, hotéis e restaurantes por parte



dos turistas. Nas regiões que os recebem, os turistas provocam também impactos de natureza sociocultural e económica - estes impactos vão fazer as autoridades determinar políticas e ações.

A partir da identificação das componentes essenciais do turismo podemos considerar que o sistema funcional do turismo, ou seja, o conjunto dos elementos que determinam o funcionamento do turismo e determinam o seu desenvolvimento, assenta na oferta e na procura:

Figura 22.



Fonte: Curso de Técnicas de Informação e Animações turísticas, 2008, p. 25.

## 3.1. Fatores Socioculturais e Políticos

Pelas suas características o turismo é um fenómeno que estabelece relações não só com as atividades humanas mas também com o ambiente físico - os turistas influenciam, de forma mais ou menos intensa, as atividades económicas, sociais, políticas, sanitárias, culturais e ambientais. Igualmente, o turismo origina atividades que estabelecem relações diretas e indiretas com as existentes nos locais visitados; por outro lado, o turismo também depende da maioria dessas atividades e, muitas delas, também dependem totalmente ou parcialmente do turismo.



Interessa sobretudo analisar então quais aquelas que podemos considerar as relações fundamentais: quais as atividades nas quais o turismo exerce maiores influências e maior interdependência?

Na imagem podemos ver então os sistemas com os quais o turismo estabelece interações fundamentais:

Figura 23.



Fonte: Curso de Técnicas de Informação e Animações turísticas, 2008, p. 25.

### *Para saber mais sobre os fatores socioculturais e políticos do turismo como sistema*

#### ► Sistema Educativo e Científico

O conhecimento do turismo e do seu fenómeno é importante para o desenvolvimento eficaz do turismo.

#### ► Progresso Tecnológico

É um dos principais fatores de desenvolvimento do turismo, especialmente no que respeita aos transportes e tecnologias de informação.

#### ► Sistema Económico e Financeiro

Este sistema é influenciado pelo turismo na medida em que este cria riqueza e emprego e dinamiza as outras atividades económicas, ajudando os países no seu desenvolvimento económico. O turismo produz bens e serviços



especificamente turísticos (transportes, alojamento, distrações, animação, organização de viagens), mas também impulsiona a produção de bens não especificamente turísticos (produção agrícola, artesanato, mobiliário, materiais de construção).

### ► Sistema Social

É este sistema que determina as vocações, os desejos, as atitudes e os comportamentos dos grupos sociais, que influenciam as tendências dos fluxos turísticos. Por seu lado, o turismo por si só provoca o intercâmbio de valores, influenciando os comportamentos coletivos.

A forma como a sociedade encara o turismo influencia-o: a hospitalidade das populações é um importante factor de atração turística enquanto, por outro lado, as reações negativas à chegada de estranhos constituem um entrave ao turismo.

### ► Sistema Ambiental

O meio ambiente e a ecologia são um fundamento importante da atividade turística - são um dos principais motivos de atração num destino (espaços naturais atraentes, preservados, o ir ao encontro da natureza por parte dos turistas que vêm dos meios urbanos).

Contudo, o turismo influencia o meio ambiente de 2 formas:

- 1) de forma positiva: imposição de regras de proteção de atrações naturais ou constituição de fundos de preservação para o turismo
- 2) de forma negativa: o turismo pode destruir - demasiados turistas provocam muitas vezes destruição da vegetação, poluição e até construção massiva em espaços frágeis a nível ambiental.

### ► Sistemas Políticos

Têm uma grande influência no turismo e têm um papel decisivo no aumento ou diminuição das viagens, através de fatores como: o grau de liberdade individual, os sistemas políticos e as suas alterações de poder, a estabilidade



políticas, a ordem pública, o controlo e os incentivos políticos ao turismo. A dimensão política do turismo resulta sobretudo do seu impacto económico e do respectivo reconhecimento como fator de desenvolvimento.

#### ► Sistema Jurídico e Constitucional

A existência ou não de leis regulamentares traz influências para o turismo; podem haver leis que defendam os interesses da atividade e que favoreçam iniciativas de turismo ou, leis demasiado controladoras que impeçam a inovação e desenvolvimento do turismo.

#### ► Sistema Cultural

A cultura sempre foi importante para o turismo: destinos com fatos e espaços culturalmente ricos sempre foram uma parte importante das viagens. Por si só, a cultura pode dar origem a um destino turístico.

O turismo afeta a cultura sob 2 perspetivas:

1. de forma positiva: melhoria dos índices culturais e sociais das pessoas
2. de forma negativa: o turismo pode provocar aculturação e destruição de autenticidade dos destinos

#### ► Sistema Sanitário

As pessoas sentir-se-ão motivadas para viajar para um país com assistência médica ou, pelo contrário, não querer viajar para um país onde existem situações de epidemias ou doenças epidémicas.

### 3.2. Componentes de um Sistema Turístico

O setor do turismo é o conjunto de unidades de produção de diferentes indústrias que fornecem bens e serviços de consumidor procurados pelos visitantes. Essas indústrias são nomeadas “Indústrias do turismo” porque a procura dos visitantes representa uma parte muito grande das suas produções.

- Os bens de consumidor são bens materiais, como os alimentos para cozinhar, autocarros para viajar, etc.



- Os serviços de consumidor são todos os serviços que o turista precisa, nos alojamentos turísticos, nos restaurantes, nas agências de viagens, nas companhias aéreas, etc.

**Isso mostra duma maneira significativa que para funcionar, o turismo precisa de muitos atores do turismo.**

*Figura 24. Lista das Indústrias do Turismo*

### **Indústrias**

1. Alojamento turístico

*(Hotéis, Pousadas, Guesthouses, etc.)*

2. Comida e bebidas

*(bares, restaurantes, etc.)*

3. Transporte de passageiros de comboio

4. Transportes rodoviários de passageiros

5. Transporte marítimo ou fluvial de passageiros

6. Transporte aéreo de passageiros

7. Aluguer de meios de transporte

*(aluguer aos turistas de bicicleta, de carro, de barco, etc.)*

8. Agências de viagem e outros serviços de reserva

9. Atividades Culturais

*Festivais e Feiras, espectáculos de teatro, exposições das Artes e artesanato, animações ligadas a descoberta do património arquitetónico, etc.*

10. Desportos e atividades de recreação

*Todas as atividades/animações de lazer e de desporto: circuitos, corridas e outras eventos de competições, etc.*

11. Comércio de retalho dos bens de consumidor de um país específico

*Todo o negócio relativo à venda de produtos aos turistas*

12. Outras atividades características de um país específico

*Outras atividades não referenciadas nesta lista geral*

Fonte: OMT <http://media.unwto.org/en/content/understanding-tourism-basic-glossary>



Além dessas indústrias, há outros atores muito importantes, como:

- **O Estado e o setor público**, porque o desenvolvimento do turismo precisa de vontade política, plano e estratégia de turismo, projetos, enquadramento legal (leis), desenvolvimento das infraestruturas como estradas, água, eletricidade, meios de transportes... É por isso que diretamente e indiretamente, o turismo implica um grande número de organismos e de profissionais e que a atividade pode atingir um peso socioeconómico tão importante.
- Falamos de impactos socioeconómicos ou empregos diretos do turismo quando os profissionais e as pessoas são diretamente implicados no setor do turismo como é o caso para os que trabalham nos hotéis, nos restaurantes, nas agências de viagem, nas organizações e nas animações do turismo, quer do setor público quer do setor privado, na produção e venda de produtos pelos turistas, nos transportes turísticos, etc.
- Falamos de impactos socioeconómicos ou empregos indiretos do turismo quando os profissionais e as pessoas em geral não trabalham diretamente no turismo mas a sua atividade depende em parte do turismo, como os agricultores e pescadores, os taxistas, os profissionais da construção civil (estradas, edifícios) e das redes de água, eletricidade, os empregados das áreas protegidas, dos transportes regulares (não específicos ao turismo), dos aeroportos e portos, etc.
- O outro ator importante do turismo, talvez o mais importante, **são os próprios turistas**, porque sem turistas, não há turismo.

## Exercício 5

Estabeleça uma lista de dez tipos diferentes de profissionais que trabalham no setor do turismo correspondente aos setores mencionados na lista da figura 25.



### 3.3. Os Recursos Turísticos

O que chamamos de **Recursos Turísticos** são os elementos capazes de atrair visitantes por motivos de turismo ou de lazer. Esses recursos podem ser existentes e atuais ou, se não existem, podem ser criados ou desenvolvidos.

**Os fatores condicionantes da atividade turística são:**

- a. **Fatores espaciais:** situação / localização do destino (se o destino se situa à beira mar, na montanha, na floresta, etc.), a distância entre o domicílio e o destino (se fica longe ou próximo dos polos emissores),
- b. **Fatores ambientais:** clima, relevo, fauna, vegetação, águas, espaços protegidos, fatores humanos (hospitalidade dos habitantes) e culturais (património histórico, festas ou festivais locais, museus, exposições, etc.). Todos esses fatores são condicionantes da atividade turística porque constituem o quadro local que atrai os turistas para um destino.
- c. **Fatores dinâmicos:** técnicos (transporte, alojamento, infraestruturas, empresas e marketing, animações que foram desenvolvidas), políticos (a segurança por exemplo) e institucionais, económicos e sociodemográficos.

#### Exercício 6

1. Explique o que são os “Recursos turísticos”;
2. Dê pelo menos exemplo de 3 tipos de recursos turísticos para cada um dos seguintes fatores: Fatores espaciais, Fatores ambientais, Fatores dinâmicos;
3. Reveja o conjunto de fotografias do exercício 2 deste Módulo, em especial as fotos n°8, n°19:
  - Comente-as e sublinhe as características ligadas aos fatores que constituem os recursos turísticos,
  - Imagine os meios de transporte que os turistas utilizaram para chegar ao destino (o país) e no destino final que representa a fotografia.



### 3.4. O Turista

É preciso recordar aqui que ninguém nasce turista mas que nos tornamos turistas graças ao gosto de descobrir outros lugares e à experiência adquirida. A experiência turística é, ao mesmo tempo, uma história coletiva e pessoal.

Como já vimos, as palavras “turismo” e “turista” vêm da expressão “fazer a *Grand Tour*” utilizada a partir do Século XVIII. A palavra foi, posteriormente, introduzida em França, passando a designar toda a pessoa que fazia uma viagem para o seu próprio prazer. Muitas outras línguas adotaram as palavras francesas “Touriste” e “Tourisme” (“turista” e “turismo” em português, “tourist” e “tourism” em Inglês, etc.). Com a evolução da definição do turismo e dos motivos dos turistas, na aceção moderna, a expressão “turista” refere-se às pessoas que se deslocam para fora da sua residência habitual. Aqui, é útil lembrar-se que segundo a Organização Mundial do Turismo:

- **Visitante é toda a pessoa que se desloca temporariamente para fora da sua residência habitual**, quer seja no seu próprio país ou no estrangeiro, por uma razão que não seja a de aí exercer uma profissão remunerada;
- **Turista** é todo o visitante temporário que permanece no local visitado **mais de 24 horas**;
- **Excursionista** é todo o visitante temporário que permanece **menos de 24 horas** fora da sua residência habitual.

Mesmo assim, os que chamamos de “**Turista**” são **pessoas muito diversificadas**. A sua idade, a sua origem geográfica (onde nasceu, onde mora), bem como a sua origem social e económica, a sua profissão e a posição social, o seu perfil psicológico, são alguns fatores a considerar na procura turística.

A Organização Mundial do Turismo reconhece como motivos principais para viajar:

- Lazer, descanso, férias,
- Visita a família, saúde, religião,
- Negócios e outros motivos profissionais.

**Essas categorias já dão uma ideia sobre a pluralidade e a diversidade dos turistas.**



Além disso, os turistas podem viajar:

- em família, em grupo, ou sozinhos; Em grupo, pode ser com 50 pessoas (quando viajam de avião e de autocarro, por exemplo), como pode ser com 5 até 10 pessoas (quando é uma viagem “individual” ou organizada no quadro de uma viagem de aventura, por exemplo).
- a viagem pode ser de tipo “individual” (a organização da viagem é feita pelo próprio turista) ou “organizada” (a organização da viagem é feita graça a uma agência de viagens, etc.).



## 4. Indicadores da Atividade Turística

### *Chegadas, despesas, receitas, dormidas, número de quartos ou de camas, oferta e procura*

Alguns indicadores são sistematicamente utilizados pela indústria turística em todo o mundo. Isso permite observar a evolução do turismo em cada país, ou região, departamento (distrito), municípios, cidades, e também comparar os países ou as regiões entre eles.

- **Chegadas turísticas internacionais:** Este indicador é muito utilizado para fornecer o número de “Turistas internacionais” que chegam a um determinado destino turístico. A medida usada para as chegadas é contar os viajantes nas fronteiras que estão localizadas nos aeroportos, nos postos de migração terrestre ou marítima. Por isso, este indicador só é utilizado para a atividade turística internacional.

Figura 25. Cartão de desembarque / embarque a Timor-Leste (frente)

CARTÃO de DESEMBARQUE KARTAUN TAMA RAI LARAN ARRIVAL CARD		CARTÃO EMBARQUE KARTAUN SAI DEPARTURE CARD		República Democrática de Timor-Leste Serviço de Migração	
Apelido Name Surname Family Name		Nome Name Given Name		País / Cidade Nascimento Fatin Moles Country / City of Birth	
Data de Nascimento Date of Birth		Sexo Sex		Data Entrada Passing Date	
Nacionalidade Nationality		Nº Passaporte Passport N°		Data Entrada Valid till Entry date	
Posto de Entrada Fatin Timor Port of entry		Data de entrada Date of entry		Via Nº / Navio / registro de Veículo Flight N° / Ship / Vehicle registration	
Porto / Cidade de Embarque Mai hadi Porto/Cidade de Port / City of embarkation		Morada / Casa / End / Address Eto / Eto in Timor-Leste		Autorização de Residência Nº Residence Permit N°	
Próximo Porto / Cidade de desembarque Cidade/Porto para onde vai Next City / Port of Disembarkation		Se Residente Resident Only		Valid till / Entry date	
<p>Declaro que todos os dados constantes deste formulário (frente e verso) são corretos, completos e correspondem à verdade / I declare that all answers given on this form (front and back) are complete and true and correct to the best of my knowledge.</p>			<p>Resposta ao seguinte se NÃO for cidadão Timorense Answer the following if you are NOT a Timorese Citizen</p>		
Data Date		Assinatura Signature		<p>Resposta ao seguinte se NÃO for cidadão Timorense Answer the following if you are NOT a Timorese Citizen</p>	



Figura 26. Cartão de desembarque / embarque a Timor-Leste (verso)

**POR FAVOR ESCREVA LEGIVELMENTE EM LETRAS MAIUSCULAS E MARQUE**  / **PLEASE WRITE CLEARLY IN BLOCK LETTERS AND MARK**

**Objetivo da estadia / Purpose of stay**

Turismo / Holiday  Trabalho / Employment  
 Negócios / Business  Trabalho / Transit  
 Reuniões / Convergências  Outro / Other  
 Educação / Estágio

**Alojamento / Accommodation**

Hotel / Hotel  
 Pousada / Guest House  
 Apartamento / Apartment  
 Casa de Familiares ou Amigos / Family or Friend's Home  
 Outro / Other (specifique / indicate)

**Uso Oficial / For Official Use**

**Profissão / Occupation**

**País de Residência / Country of Residence**

**Já foi alguma vez condenado por ter cometido um crime em qualquer país? (incluindo condenações já cumpridas)**  
 Have you ever been convicted of a criminal offence in any country?  Sim / Yes  Não / No  
(Including spent convictions)

**Já foi alguma vez deportado, extraditado, excluído de, expulso de, ou solicitado a abandonar qualquer país por alguma razão?**  
 Have you ever been deported, extradited, excluded from, expelled from, or required to leave any country for any reason?  Sim / Yes  Não / No

**Sofre de alguma doença ou condição médica a qual poderá ser uma ameaça à saúde pública, como por exemplo a tuberculose?**  
 Do you suffer from a disease or medical condition likely to be a threat to public health such as tuberculosis?  Sim / Yes  Não / No

**Podendo trabalhar em Timor-Leste?**  
 Do you intend to work in Timor-Leste?  Sim / Yes  Não / No  
 Se respondeu afirmativamente a qualquer questão forneça detalhes.  
 If you reply affirmatively to any of the above, provide details.

**Se está a entrar como turista, quais são os seus meios de subsistência?**  
 If entering as a tourist, what means do you have to support your stay?

V. T.  V. N.  Valores por  Data  Misto até

- O **consumo turístico** é tudo o que o turista vai “consumir” durante a sua viagem e estadia nos destinos turísticos, quer para o transporte, o alojamento e restauração, para as atividades/animações turísticas, compra de lembranças, etc.
- **Despesas Internacionais do Turismo:** refere-se ao valor pago para a aquisição de bens de consumo e serviços, bem como objetos de valor, para uso próprio ou para dar de presente, e durante as viagens turísticas. Despesa Internacional de Turismo é o gasto em turismo fora do seu país de residência feito pelos visitantes (excursionistas e turistas) de um determinado país de origem.
- **Receitas Internacionais do Turismo:** as receitas correspondem à receitas obtidas por um país de destino de turismo recetivo e abrangem todas as receitas do turismo resultantes das despesas feitas pelos visitantes do exterior com, por exemplo, a comida, alojamento e bebidas, combustível, transporte no país, entretenimento, compras, etc. Este conceito inclui receitas geradas quando os turistas pernoitam, bem como por viagens no mesmo dia sem pernoitar (*excursionistas*). Exclui, no entanto, as receitas relacionadas com o transporte internacional contraídas por residentes de outros países, que são contabilizadas numa categoria separada.
- **Viagem:** Uma viagem refere-se às deslocações realizadas por uma pessoa desde o momento da partida de sua residência habitual, até que ela retorna:



assim, refere-se a uma ida e volta. As viagens realizadas pelos visitantes são viagens turísticas.

- **Visita:** Uma viagem é constituída por visitas a diferentes lugares. A palavra “Visita” refere-se à estadia num lugar visitado durante uma viagem turística.
- **Alojamento turístico e número de quartos ou de camas:** A medida da capacidade do alojamento turístico de um país ou de uma região inclui o número de quartos (*rooms*) ou o número de camas (*beds*) no país. Quando se expressa em camas, o número equivale a duas vezes o número de quartos (pois um quarto, em média, tem duas camas ou uma cama para duas pessoas).
- **Noites:** Contar as noites que um turista passa num determinado sítio permite completar a informação sobre a atividade turística. São contabilizadas através dos registos efetuados em todas as formas de alojamento turístico.
- **A oferta turística** é um conjunto de elementos, bens e serviços que são adquiridos ou utilizados pelos visitantes, tais como aqueles que foram criados com o intuito de satisfazer as suas necessidades. Contam-se ainda os elementos naturais e culturais que estão por de trás da deslocação dos visitantes. Os componentes da oferta turística podem ser agrupados em cinco categorias: Recursos naturais, Recursos culturais, Serviços turísticos, Infraestrutura (rede elétrica, transportes, etc.), Serviços urbanos de apoio ao turismo (bancos, agências de viagens, Postos de Turismo, serviços de saúde, etc.).
- **A Procura turística** traduz as diversas quantidades de bens e serviços que os visitantes, residentes e não residentes, adquirem num dado momento. Deste modo, a procura turística é o conjunto dos bens e serviços que as pessoas que se deslocam adquirem para realizar as suas viagens.



## 5. Peso económico e social do turismo, críticas e problemas do turismo

O turismo internacional cresceu de forma espetacular desde 1950 atingindo cerca de mil milhões de turistas internacionais em 2011. Trata-se de uma das principais atividades económicas mundiais, representando mais de 10% do PIB mundial e 140 milhões de empregos diretos no mundo. Do ponto de vista económico, esta atividade tornou-se primordial para os países em desenvolvimento e para estados insulares pequenos, tais como as Maldivas, as Bahamas e as Seychelles, onde o turismo chega a significar 70-80% do PIB. Mas nestes 40 ou 50 anos de experiência de forte crescimento do turismo no Mundo, sabemos que foram cometidos erros pelo turismo de massa: erros ambientais em particular com hotéis demasiado grandes, ou demasiado numerosos, e com turistas demais num mesmo sítio, por exemplo. Os abusos levaram a críticas ao turismo de massa e a imaginar outras formas de turismos nos anos de 1970-1980, e ainda com maior dimensão nos anos 1990. Estas novas formas (ou tipos) de turismo procuram criar atividades turísticas que respeitem mais o meio ambiente e as populações locais.

*Figura 27. Rua da praia (Jalan Pantai) Kuta, Bali (Indonésia)*



© Christine Cabasset



## 6. Evoluções contemporâneas

### *Turismo e desenvolvimento sustentável, novas formas de turismo*

Hoje conhecemos todos os perigos mundiais do aquecimento climático, o desafio de emitir menos poluição, de economizar energia, petróleo e eletricidade e recursos naturais, especialmente água, que tem uma importância fundamental para todos. Conhecemos o desafio de proteger as florestas e a biodiversidade terrestre e marinha; finalmente, conhecemos também o desafio de combater a pobreza no mundo, dar condições a mais pessoas para que tenham acesso à comida, ao trabalho e escolaridade. Com pouco mais de um milhão de habitantes, Timor-Leste faz parte dos países pequenos, mas partilha com os outros países esses desafios mundiais. Estas razões explicam que se fale hoje de **desenvolvimento sustentável e turismo sustentável** baseados nos 3 pilares: o meio ambiente, o meio social/cultural e as condições socioeconómicas (que vamos estudar no Módulo 5).

Ao nível do turismo, o desenvolvimento sustentável deu origem a esforços por parte dos poderes públicos e do setor privado para implementar atividades e infraestruturas (hotéis por exemplo) gastando menos recursos naturais (energia, água, etc.). Também o crescimento das preocupações mundiais relativas às mudanças climáticas e ao desenvolvimento sustentável traduziu-se num forte desenvolvimento das atividades de natureza e desportivas (*outdoor activities*), e de novas formas de turismo: viagens a pé (trekking), a cavalo, de bicicleta, de kayak no mar, de mergulho, e das “viagens de aventura”, de uma maneira geral. Este movimento também está ligado à evolução do gosto dos turistas, com uma preferência para as regiões mais “naturais”, com uma natureza mais preservada, para alojamentos mais “típicos”, mais pequenos, mais perto da natureza e das comunidades locais... Neste sentido, falamos cada vez mais de “turismo responsável”, “ecoturismo”, etc.





*Figura 28. Volta do Cristo Rei, Díli (Timor-Leste) © Christine Cabasset*

Para desenvolver um turismo sustentável em Timor-Leste, tal como em todos os outros lugares do mundo, é importante **conhecer** o país, nas suas componentes históricas, geográficas, sociais, culturais, económicas e o meio-ambiente... e **imaginar** formas adequadas ao meio local para o seu desenvolvimento de maneira sustentável.



# Bibliografia

## Livros

Cabasset-Semedo (Christine), 2012, “The Evolution of Tourist Resorts: Globalization and Tourism Planning in Bali”, in I Nyoman Darma Putra, I Gede Pitana (Eds), *Pemberdayaan dan Hiperdemo krasidalam Pembangunan Pariwisata*, Pustaka Larasan, Denpasar, pp.144-160.

Cabasset-Semedo (Christine), 2012, “ O turismo comunitário em Timor-Leste no contexto mundial e do sudeste asiático”, Ates da conferência internacional sobre o turismo comunitário, Díli/Timor-Leste, Agosto de 2009 (sous presse).

Dehoorne (Olivier), 2004, «Le tourisme en Asie tropicale: émergence d’un marché régional» in C. Taillard (dir), *Intégrations régionales en Asie orientale*, Paris, Les Indes Savantes, pp. 119-140.

Duhamel (Philippe) et Violier (Philippe), 2009, *Tourisme et littoral: un enjeu du monde*, Paris, Belin, 192 p.

Lozato-Giotart (Jean-Pierre), 2006, *Le chemin vers l’écotourisme. Impacts et enjeux environnementaux du tourisme aujourd’hui*, Paris, Delachaux et Niestlé, 192 p.

Singh (Shalini) (Ed.), 2009, *Domestic Tourism in Asia: Diversity and Divergence*, London, Earthscan, 368 p.

Stock (Mathis) (Dir.), 2003, *Le tourisme Acteurs, lieux et enjeux*, Belin, Paris, 299 p.

Organisation mondiale du tourisme (UNWTO), 2011, *Faits saillants OMT du tourisme - Edition 2011*, 12 p.

UNWTO 2007, *Tourism market trends 2006 Edition, Asia and the Pacific*, 214 p.

UNWTO 2006, *Tourism and the least developed countries. A sustainable Opportunity to Reduce Poverty*, 8 p.

## Entradas na Internet

Association of Southeast Asian Nations (em Inglês): <http://www.aseansec.org/> ;

Association of Southeast Asian Nations - Tourism (Em Inglês): [www.asean-tourism.com](http://www.asean-tourism.com)

Comunidade dos Países de Língua Portuguesa: <http://www.cplp.org/>

World Tourism Organization (Em Inglês, Francês ou Espanhol): [www.unwto.org](http://www.unwto.org)

World Tourism Organization - Facts & Figures (Em Inglês, Francês ou Espanhol):



[www.unwto.org/facts](http://www.unwto.org/facts)

World Tourism Organization - glossary (Em Inglês, Francês ou Espanhol): [http://media.](http://media.unwto.org/en/content/understanding-tourism-basic-glossary)

[unwto.org/en/content/understanding-tourism-basic-glossary](http://media.unwto.org/en/content/understanding-tourism-basic-glossary)

Pacific Islands Forum (Em Inglês): <http://www.forumsec.org/>









Ilha de Atauro © Christine Cabasset

# Geografia do Turismo, Procura e Motivações Turísticas

Módulo 2

## Apresentação

O segundo módulo da disciplina de Operações e Técnicas de Turismo tem como função dar conhecimento sobre a geografia do turismo, através da identificação das grandes regiões turísticas / recetores de turistas. Esta primeira apresentação permite proporcionar os conhecimentos necessários para a compreensão das motivações turísticas. Permite compreender os impactos que elas têm no comportamento dos turistas e na organização da respetiva oferta. Pretende-se, ainda, dar ao aluno um conhecimento adequado dos fatores que influenciam a organização e estruturação dos centros emissores de turismo e dos destinos turísticos nacionais. O aluno deverá tipificar e compreender os diferentes tipos de motivação em turismo, tendo como ponto de partida critérios baseados na definição dos perfis socioeconómicos dos turistas. Deve, ainda, compreender a importância do conhecimento das motivações no planeamento, organização e gestão da oferta turística. Este módulo tem carácter teórico. Abordaremos os principais conceitos aplicados no estudo do turismo.

## Objetivos de aprendizagem

Com este Módulo 2, vamos aprender:

- A conhecer a geografia do turismo a nível mundial;
- A compreender as noções de regiões ou países emissores / recetores;
- A relacionar os conceitos de necessidade humana, motivação e expectativa;
- A tipificar e compreender as diferentes motivações em turismo;
- A associar e hierarquizar motivações para o turismo com tipos e formas de turismo
- A compreender os impactos "da experiência turística" do indivíduo na estruturação das motivações pessoais e sociais para o turismo;
- A compreender a importância do conhecimento das motivações no planeamento, organização e gestão da oferta turística;
- A identificar os diversos mercados existentes e conjugá-los como potenciadores de desenvolvimento turístico regional, relacionando motivações para o turismo com perfis socioeconómicos dos turistas.



## *Âmbito de conteúdos*

- 1. Geografia do Turismo no mundo**
  - 1.1. Caraterísticas gerais
  - 1.2. Regiões/Países emissores e recetores
- 2. A Procura Turística**
  - 2.1. Noção e Tipos de Procura Turística; Consumo Turístico
  - 2.2. Determinantes da Procura Turística (Estruturais, Conjunturais)
  - 2.3. Dimensão e Caraterísticas da Procura Turística (Fatores Culturais, Sociais, Pessoais)
- 3. As Motivações e a sua Influência no desenvolvimento da procura turística**
  - 3.1. Motivações para o turismo e comportamentos do turista
  - 3.2. Critérios para a definição de perfis socioeconómicos dos turistas
- 4. Tipologia dos turistas**



# 1. Geografia do Turismo no mundo

A geografia do turismo é um ramo da geografia económica que estuda a repartição das atividades turísticas. A geografia tenta definir os diferentes tipos de espaços turísticos e os fluxos de turistas à escala planetária. O turismo tem a ver com o sonho (descobrir outros países, culturas, etc.) e o imaginário, mas além disso, o turismo tem muito a ver com território, homens, fluxos, planeamento e isso são as bases da geografia. Através dos diferentes módulos deste manual, vamos falar sempre de geografia do turismo.

## 1.1. Características gerais

Como vimos no Módulo 1, a origem do turismo internacional tem as suas raízes na Europa a partir dos séculos XVII e XVIII e conheceu uma amplitude e difusão mais significativas no século XIX e sobretudo no século XX. No Século XX, particularmente após a Segunda Guerra Mundial, a democratização do turismo foi marcada por uma difusão do turismo para destinos cada vez mais longínquos e facilitada pelo desenvolvimento dos transportes.

- A “democratização do turismo” refere-se ao processo de desenvolvimento do turismo que implica cada vez mais gente no mundo, porque os preços das viagens (em particular dos transportes aéreos) tornaram-se cada vez mais acessíveis às pessoas. Utilizamos a palavra “democratização” quando um fenómeno deixa de ser reservado a uma “elite” económica para implicar mais gente com menos dinheiro.

As principais regiões recetoras, a Europa, a Ásia e a América, também são as principais regiões emissoras. Com cerca de 503 milhões de chegadas internacionais, em 2011, a Europa continua a ser o principal pólo recetor do mundo mas a sua percentagem tem vindo a diminuir, passando de 61,7% em 1990 para 51% em 2011. De facto, nos anos 90 assistiu-se a uma enorme diversificação dos destinos turísticos, de onde se destaca um crescimento espetacular na zona da Ásia-Pacífico (vamos ver isso no Módulo 3).

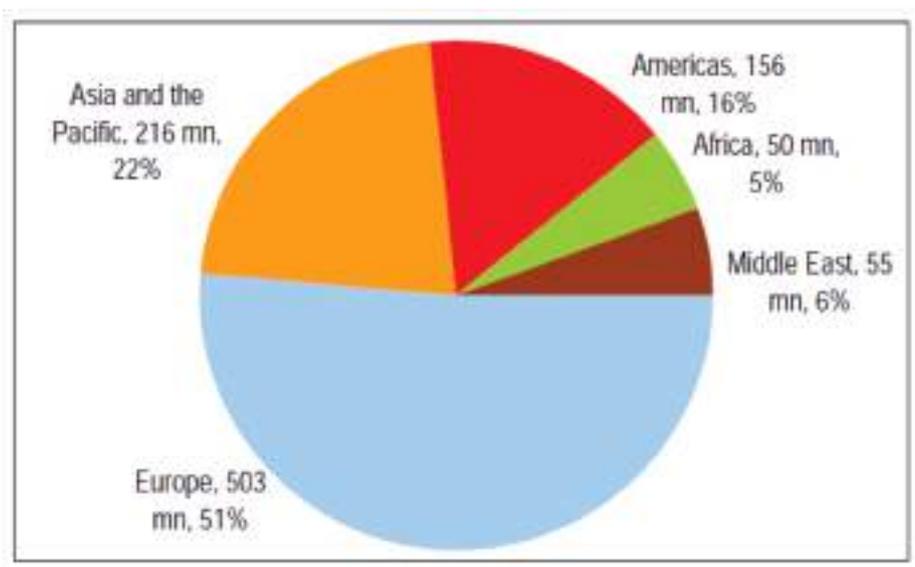


Figura 1. Tabela da repartição e evolução das chegadas do turismo internacional, por grandes regiões, em percentagem (%)

	Europa	Américas	Ásia-Pacífico	Médio-Oriente	África
2011	51	16	22	6	5
1990	61,7	20	12,6	2	3

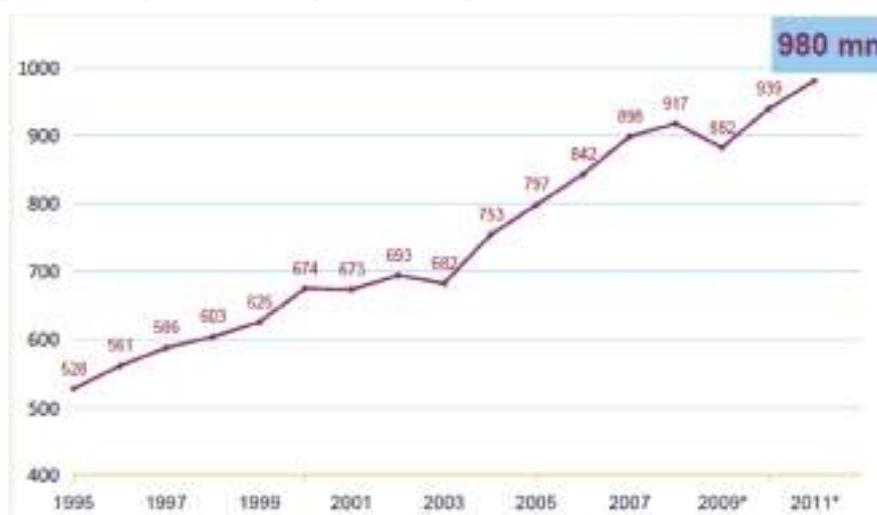
Fonte: Organização Mundial do Turismo, 2012

Figura 2. Gráfico das chegadas turísticas internacionais no mundo, por grandes regiões, em número e em percentagem (%), em 2011



Fonte: Organização Mundial do Turismo (OMT), 2012 (original em Inglês)

Figura 3. Gráfico da evolução das chegadas turísticas no Mundo, 1995-2011



Fonte: Organização Mundial do Turismo (OMT), 2012



## Exercício 1

Para o ano 2011, a tabela (Figura 1) e o gráfico (Figura 2) acima representam a mesma coisa, a “repartição e a evolução das chegadas do turismo internacional (número de turistas internacionais), por grandes regiões, em percentagem (%)”.

1. Analisa vantagens e desvantagens de cada uma das formas de apresentação;
2. Explique o que significam a tabela e os dois gráficos acima.

Além do papel dos meios de transporte, o gosto crescente dos turistas pelo mar, pelo sol e pela areia (os três “S” em inglês: *sea, sun, sand*) explica que o número de turistas em direção às costas desenvolveu-se. Assim, uma das principais modificações do turismo foi o desenvolvimento das atividades turísticas em zonas litorais e, em particular, nas praias. Muitas vezes, as zonas à beira-mar (zonas litorais) permaneceram pouco habitadas, com terras agrícolas pouco produtivas, ou mesmo inóspitas com a presença de falésias, ou pântanos ou, pelo contrário, seco demais. E é nessas zonas que se desenvolveu o turismo, até inverter as tendências: de pouco habitadas, as regiões costeiras tornaram-se muito habitadas, animadas e atraíram não só turistas, mas cada vez mais gente para trabalhar e para viver. O aspeto positivo é que de pobres e pouco atraentes, essas regiões tornaram-se ricas e atrativas. Mas a degradação do meio ambiente, o desequilíbrio socioeconómico crescente entre pessoas e regiões mais ricas e mais pobres, constituem alguns dos aspetos negativos.

Os primeiros lugares onde o turismo se expandiu foram os de proximidade às águas quentes do Mediterrâneo, e depois, a partir de 1970, a regiões cada vez mais afastadas, nas regiões tropicais como, por exemplo as da Ásia. Associadas a “paraísos” no imaginário dos turistas ocidentais, as ilhas conheceram especialmente fluxos turísticos crescentes (Módulo 3). As ilhas de Bali, do Taiti, das Maldivas, das Seychelles, ou das Caraíbas são algumas das ilhas muito conhecidas e turísticas.

A atividade turística marca o espaço de maneira significativa com infraestruturas, especialmente os hotéis, os *resorts*. Desde o início, os *resorts* adotaram uma forma



urbana, quer dizer, parecida aos edifícios de alojamento urbanos. Foram inventados por cidadãos para cidadãos em férias, devido às necessidades do turismo balnear (no século XIX na Europa). Desde já, o *resort* turístico é o modelo urbano e arquitetónico que foi espalhado por todos os litorais do mundo, para acolher clientelas, sobretudo cidadinas.

- O *resort* é uma palavra inglesa que já passou para o vocabulário internacional. O *resort* refere-se quer a um hotel, quer a um conjunto de hotéis. De uma maneira geral, a palavra é utilizada sobretudo para designar:
  - Hotel (hotéis) de alta gama de conforto e de preço (correspondem à classificação internacional de “4 ou 5 estrelas”), mas não exclusivamente,
  - O conjunto de hotéis vai até constituir uma zona urbanizada às vezes com uma grande área. É o caso da Costa Azul, no Sul da França, do Algarve no Sul de Portugal, dos *resorts* do Sul de Bali, especialmente de Kuta.
  - E localizado(s) na zona costeira, oferecendo aos clientes as animações de lazer de sol e mar.

*Figura 4. Foto de um Resort em Bali*



Um Resort turístico (no sentido singular de um hotel), Nusa Lembongan / Bali (Indonésia) © Christine Cabasset



Figura 5. Mapa do Resort de Saly (Senegal)



Mapa da extensão espacial do Resort turístico (esta vez como localidade turística e urbanizada) de Saly (Senegal, África do Oeste) © Christine Cabasset

Se o turismo litoral, visto através das concentrações turísticas e dos *resorts* tem um papel importante na transformação dos territórios, é necessário sublinhar aqui que, paralelamente, existem milhares de pequenas localidades costeiras onde os turistas gostam de ficar, procurando um quadro mais natural e uma vida mais autêntica orientada pelas atividades agrícolas, a pesca, etc.

Figura 6. Foto da Ilha de Gore (Senegal)



A Ilha de Gore (Senegal, África do Oeste) é situada na proximidade de Dakar, a capital nacional, e tem uma oferta de hotéis pequenos e guesthouses, e pequenos restaurantes; não existem resorts turísticos de grande capacidade © Christine Cabasset



Sobre este assunto, é interessante saber que durante muito tempo, os lugares turísticos, os *resorts*, nasceram nas aldeias. A chegada de turistas provocou a criação por habitantes de quartos nas suas casas, ou de um quarto ou de uma casa independente, para acolher os visitantes. Constatamos isso em Timor-Leste com os exemplos de Atauro, de Baucau, de Com, de Maubisse, de Tutuala, etc. onde existem *homestays* e *guesthouses* em cada localidade. O crescimento contínuo da atividade turística traduziu-se num crescimento do número de quartos, na criação de restaurantes e de outros serviços oferecidos para os turistas, como o transporte e a organização de animações turísticas. Em Bali, a zona de Kuta constitui hoje o maior *resort* da ilha com uma linha costeira urbanizada superior a 10 km, mas que também era só uma sucessão de pequenas aldeias isoladas nos anos 1960-1970.

A geografia do turismo não se resume apenas ao turismo litoral. Desde o início do turismo, a montanha também foi um destino importante na Europa, tanto na estação de verão (para andar a pé, contemplar as paisagens, descansar, etc.) como na estação de inverno (para fazer ski por exemplo). Além dos países da Europa, muitos outros países no mundo receberam cada vez mais fluxos turísticos nas suas montanhas. Todos os anos, há milhares de turistas que se dirigem para o Peru, para a Bolívia, para o Chile, etc. para fazer trekking na Cordilheira dos Andes, na América do Sul. Na Ásia, o Nepal, que não tem mar, mas onde fica o Evereste, a montanha mais alta do mundo, também recebe milhares de turistas para fazer trekking em diferentes cordilheiras de montanhas do país. É necessário precisar que o turismo de montanha não é apenas para contemplar as paisagens de grande beleza ou de ter férias ativas através de práticas desportivas, mas também fornece a oportunidade de descobrir a vida cultural e o modo de vida dos habitantes. As montanhas do Tibete, do Vietname, os vulcões da Indonésia... como outros exemplos numerosos no mundo ilustram esta tendência e seria possível escrever uma geografia do turismo de montanha no mundo, tal como uma geografia do turismo urbano, rural, desportivo, cultural, etc.



*Figura 7. Foto de um sítio turístico da Patagônia Argentina*



Trekking na região do Parque Nacional de Perito Moreno, Glaciares de Patagônia Argentina (Cordilheira dos Andes, América do Sul). O sítio é muito conhecido, mas acolhe relativamente poucos turistas porque é situado no extremo Sul do continente americano e porque o meio ambiente (que é uma área protegida) é muito frágil © Jean-Pierre Rigal

*Figura 8. Foto do Sahara (deserto) argeliano (África do Norte)*



Os turistas que vão lá são poucos porque o meio ambiente é rude e as condições de viagem não são fáceis: os turistas vão lá para conhecer um meio muito original, de grande beleza, mas têm de aceitar condições de vida diferentes das que conhecem; está quente e seco, não há água, não há banho, não há hotéis © Jean-Pierre Rigal



*Figura 9. Foto de um mercado tradicional no Peru*



Mercado de Chincheros (Peru). Os turistas que vêm visitar o Peru, como o Equador, a Bolívia e outros países da América do Sul, procuram descobrir e conhecer mais as culturas e modos de vida locais © Jean-Pierre Rigal

*Figura 10. Foto de um acampamento no Vale da cordilheira Anapurna no Nepal*



Os turistas que visitam este tipo de local são especialistas da alta montanha, para fazer trekking de alto nível desportivo como para fazer alpinismo, para subir ao cume da montanha, onde há neve. © Michel Pellé



## Exercício 2

### Responda:

1. Quais são os fatores que explicam a extensão do turismo no mundo, em especial nas zonas litorais, e nas outras regiões do mundo (rural, montanha, etc.)?
2. A partir das fotografias 4, 5,7 e 8 explique quais são os principais efeitos do turismo nos destinos? Como é que o turismo transforma os territórios?

## 1.2. Regiões/Países emissores e recetores

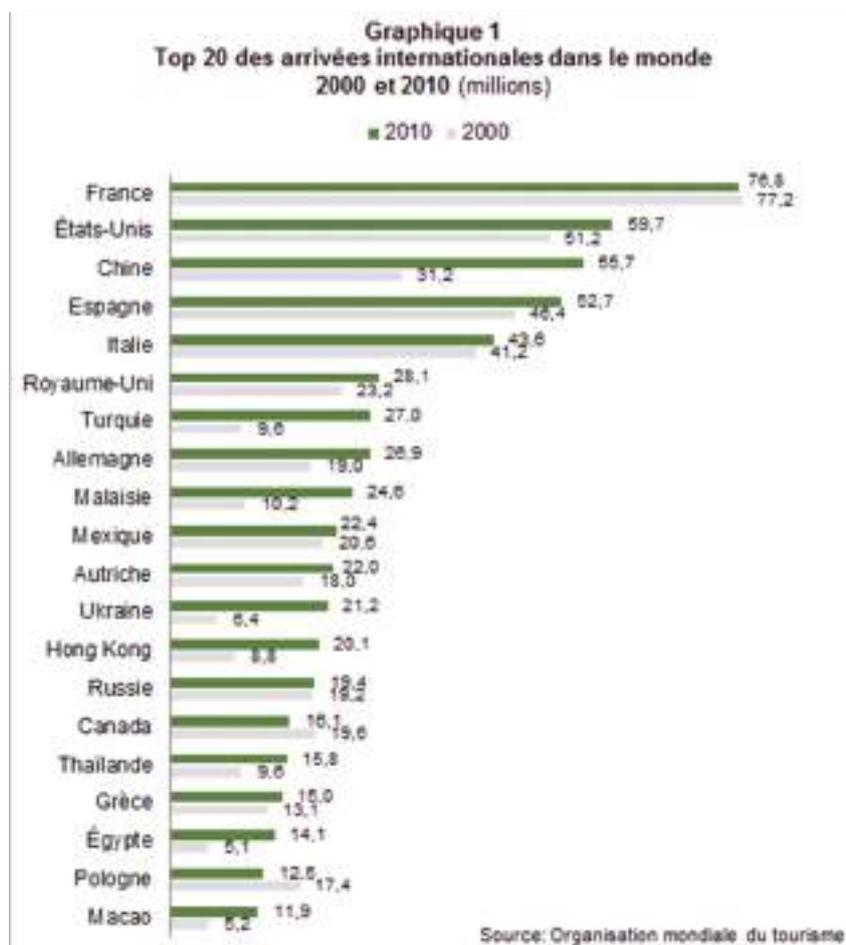
Já vimos que a nível mundial, hoje as grandes regiões turísticas recetoras e emissoras são a Europa, a América e a Ásia.

A nível nacional (nível dos países), durante muito tempo, os principais países turísticos recetores e emissores foram os da Europa e das Américas. Por exemplo, há muitos anos que a França é o país mais turístico do mundo (em número de chegadas anuais), e também a Espanha, a Itália, os Estados Unidos, etc. As coisas mudaram e agora já há outros países, não europeus nem norte americanos, que aparecem na lista dos vinte ou mesmo dos dez primeiros países turísticos no Mundo, como a China, a Malásia, o México.

Quando observamos o gráfico seguinte que apresenta os primeiros vinte países mais turísticos em 2010, constatamos que sete deles (quer dizer um terço dos países) não são Europeus nem Americanos, cinco são Asiáticos.



Figura 11. Gráfico das chegadas internacionais nos 20 primeiros países turísticos no Mundo em 2000 e 2010



Fonte: Organização Mundial do Turismo, retirado de <http://geotourweb.com/Top20.png>

### Exercício 3

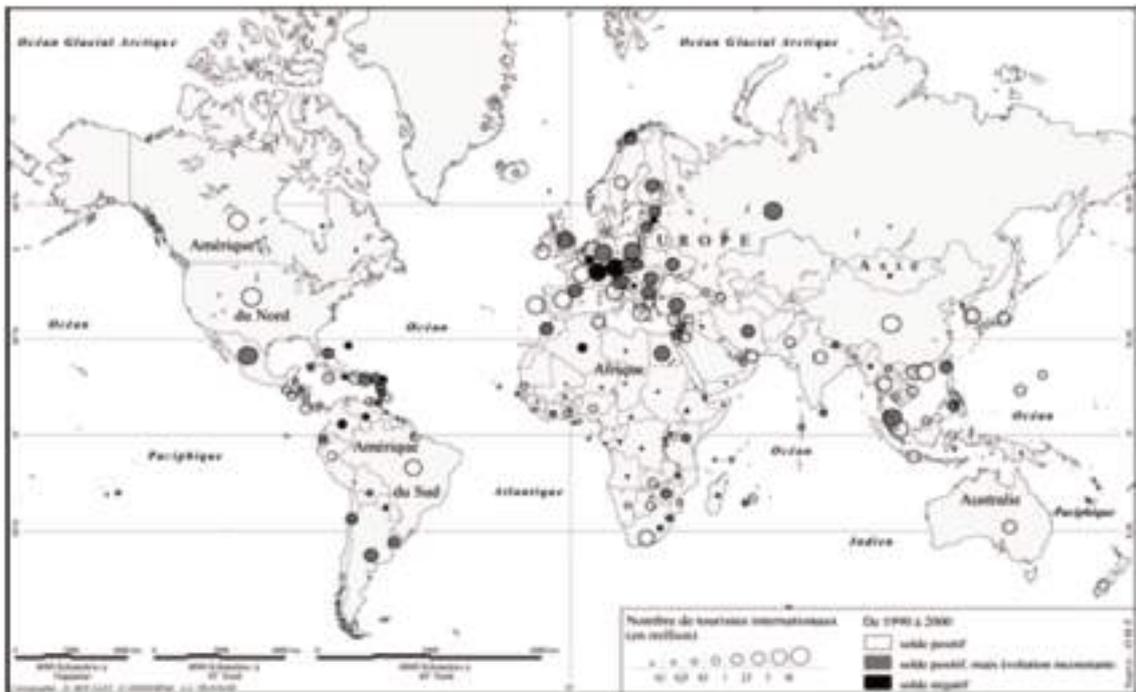
Observe a figura 9 (gráfico) e responda às seguintes questões:

1. O que representa o gráfico?
2. Em que continente está localizada a maioria dos países mais turísticos? E quais são os outros continentes em causa?
3. Quais são os países Asiáticos que aparecem na lista dos vinte países mais turísticos?



Além desses países mais turísticos do mundo, o turismo afeta todos os continentes e um grande número de países.

Figura 11. Mapa do número de turistas internacionais no mundo e evolução por país 2000-2005



Fonte: Olivier Dehoorne, *Etudes caribéennes*, 2008, Vol. III, N° 9 et 10.



## 2. A Procura Turística

### 2.1. Noção e Tipos de Procura Turística; Consumo Turístico

A procura turística é o conjunto dos bens e serviços que as pessoas que se deslocam adquirem para realizar as suas viagens, expressos em termos de quantidade. Para ter uma ideia da diversidade dos elementos que contribuem para a procura, vamos apresentar os principais.

Em primeiro lugar, é preciso lembrar-se que a nível mundial a procura é caracterizada por um crescimento constante, uma grande diversidade e uma forte concentração.

**Crescimento da procura turística.** Desde os anos 1950 que se registaram períodos de aceleração das taxas de crescimento da procura turística internacional (ver a figura 20 no Módulo 1). O turismo é muito sensível às áléas geopolíticas (guerras, crises, país que fechou, etc.) e áléas naturais. Apesar do mundo, regiões ou países terem atravessado momentos de sérias dificuldades económicas, sociais, políticas e monetárias ou catástrofes naturais, a tendência geral desde os anos 50 foi sempre a do crescimento.

- A expressão “Aléas geopolíticas” significa problemas políticos que acontecem num país ou entre dois países, ou numa região toda. Esta situação explica que os países em causa se tornem fechados aos turistas e que as atividades do turismo param. Exemplos: durante a Segunda Guerra Mundial não havia turismo na Europa. E só quando a guerra acabou é que o turismo se desenvolveu. Outro exemplo, quando Timor-Leste estava em conflito com a Indonésia (1975-1999), não havia turismo. Hoje em dia, no mundo, ainda há muitos países fechados por causa de conflitos armados ou de regimes ditatoriais como o Afeganistão, o Iraque, a Palestina, a Coreia do Norte, a Síria, etc. que os turistas não podem visitar. É por causa da relação existente entre “estabilidade” e “turismo” que segundo a Organização Mundial do Turismo, o turismo é um instrumento para a Paz.
- A expressão “Aléas naturais” refere-se a desastres naturais, quer dizer a desastres provocados pela natureza, como terremotos, erupções vulcânicas, etc. O sistema geológico das placas tectónicas explica que os países da Ásia e



da América Latina são regularmente sujeitos a desastres naturais. O grande terramoto submarino e o tsunami do Oceano Índico, de dezembro de 2004, tiveram efeitos terríveis na Tailândia, na Birmânia, e sobretudo na Indonésia (por volta de 200 000 pessoas morreram). Também o ciclone Nargis, em 2008 na Birmânia, a erupção vulcânica e o tsunami de Yogyakarta (Indonésia) em 2007, ou o terramoto acompanhado de um tsunami no Norte do Japão em 2011, provocaram destruições e a morte de um grande número de pessoas. Apesar destes eventos serem verdadeiras tragédias, nestes casos, claramente o turismo também pára. Falamos de “desastres naturais” mas também sabemos que o fator humano contribui muito para o número de destruições e de mortes. A desflorestação, a construção de edifícios demasiado próximos do mar, ou em zonas inundáveis, ou edifícios construídos sem respeitar as normas (antissísmicas, por exemplo) aceleram os efeitos negativos dos desastres naturais. Assim, a maneira de planificar o turismo, tal como outras atividades económicas, tem um papel muito importante (vamos ver mais precisamente isso no Módulo 5, sobre o Desenvolvimento Sustentável).

**Diversidade da procura turística.** A gama de motivos tende a aumentar e constantemente surgem razões adicionais que levam as pessoas a viajar, das quais resulta uma grande variedade de tipos de turismo e de produtos. Há tipos de turismo (balnear/litoral, rural, cultural, etc.) mas, nessas categorias, a gama de motivos e de atividades turísticas é extensiva. É um processo inerente, também, à democratização do turismo e que acompanha a alteração dos modos de vida.

**Forte concentração da procura turística.**

**Tempo:** Ao nível de cada destino, a procura concentra-se em poucos meses do ano, durante os quais se verificam fluxos turísticos mais elevados, conduzindo ao fenómeno da “época alta ” que, nas condições atuais, é inerente ao turismo (ver a figura nº21 - gráfico - do Módulo 1). Assim, com uma variação da atividade turística segundo a estação, o turismo é marcado por uma **sazonalidade**. Não é fácil gerir a flutuação da atividade ao longo do ano e isso dá origem a problemas para as empresas, para a administração pública, para os trabalhadores e para os turistas.



**Nos países europeus**, há muitas aldeias e cidades que recebem turistas só durante o verão, de junho até setembro, quando o tempo está mais favorável e especialmente na época das férias grandes (julho e agosto). Assim, o número de residentes pode ser multiplicado por dez, ou mesmo por vinte ou mais. Uma aldeia ou uma cidade pequena, com 1 000 ou 5 000 habitantes permanentes, pode ter durante o verão 10 000 a 50 000 habitantes (os permanentes e os temporários). Quando são localizadas na montanha, algumas destas localidades podem ter outra época alta durante o inverno com as animações e desportos ligados à neve.

Graças ao seu clima (com temperaturas à volta de 25/30 graus ao nível do mar), as **localidades dos países e ilhas tropicais** podem ter uma estação turística mais comprida, correspondente sobretudo à época seca. Mas mesmo assim, a época mais alta corresponde sempre com às férias dos principais países emissores: é por isso que em muitos países e a nível mundial, os meses de julho e agosto constituem a época alta (Figura 21 no Módulo 1). Mesmo a Indonésia, onde (como os outros países do sudeste asiático) 80% dos turistas chegam dos países da região da Ásia-Pacífico, a época alta é julho-agosto. Para as aldeias e cidades turísticas das regiões tropicais também não é fácil gerir esta flutuação de atividade. **O caso de Timor-Leste** ainda é diferente: o país acolhe muito poucos turistas que vêm de fora para férias, mas tem “turistas” que são de facto pessoas que trabalham e residem no país e que vão passar fim de semana a Baucau, a Com, a Tutuala, a Maliana, a Maubisse, ao Ramelau, a Ossu, ao Matebian, etc. Por isso, durante a semana os alojamentos e restaurantes locais recebem muito poucos visitantes e a atividade turística está concentrada aos fins de semana.

Por isso, em todos os países do mundo, os efeitos da sazonalidade são:

- Para as empresas turísticas, a sazonalidade provoca a subutilização dos equipamentos em épocas baixas, daí também problemas de tesouraria, por exemplo, muitos hotéis têm mais dificuldades financeiras nesta altura pelos investimentos feitos para atrair mais turistas, e têm de ter empregados temporários.
- A administração pública tem que fazer investimentos em infraestruturas para que não sejam estrangulados os serviços básicos em épocas altas (ex.



fornecimento de energia, água, vias de comunicação, transportes, centros culturais e desportivos, etc.). Mas na época baixa, as infraestruturas e equipamentos ficam subutilizados.

- Outro problema da sazonalidade na procura, que afeta os turistas, está ligado aos trabalhadores de serviços turísticos: os trabalhadores fixos estão sujeitos a um maior desgaste e pressão (pior desempenho), enquanto que os trabalhadores temporários podem estar mal preparados para a sua função.

**Espaço:** A procura turística é fortemente concentrada no espaço, quer do ponto de vista das origens, quer do ponto de vista dos destinos. A Europa, no seu conjunto, continua a ser a zona do mundo com maior concentração turística, não só em termos de destino como também de origem (países emissores). Também ao nível nacional (interno a cada país), a procura turística é fortemente concentrada no espaço: nas grandes cidades, nos litorais, e muitas vezes, só algumas regiões concentram a maioria das atividades do turismo. Um indicador da concentração do turismo é o número de camas por regiões ou por distritos. Porque as regiões de um país não apresentam o mesmo interesse em termos de meio ambiente natural e cultural, porque não estão equipadas pelo turismo da mesma maneira, porque não estão situadas nas zonas mais acessíveis relativamente aos meios de transporte, o desenvolvimento do turismo traduz-se num desequilíbrio regional com regiões turísticas e outras pouco turísticas. Em todos os países, são evidentes os desequilíbrios, por exemplo entre o litoral, turístico, e o interior do país, menos turístico e que recebe menos benefícios do turismo. Isso não é fácil de gerir a nível nacional e regional, além do facto de que a situação pode provocar problemas quando o desequilíbrio é forte demais.

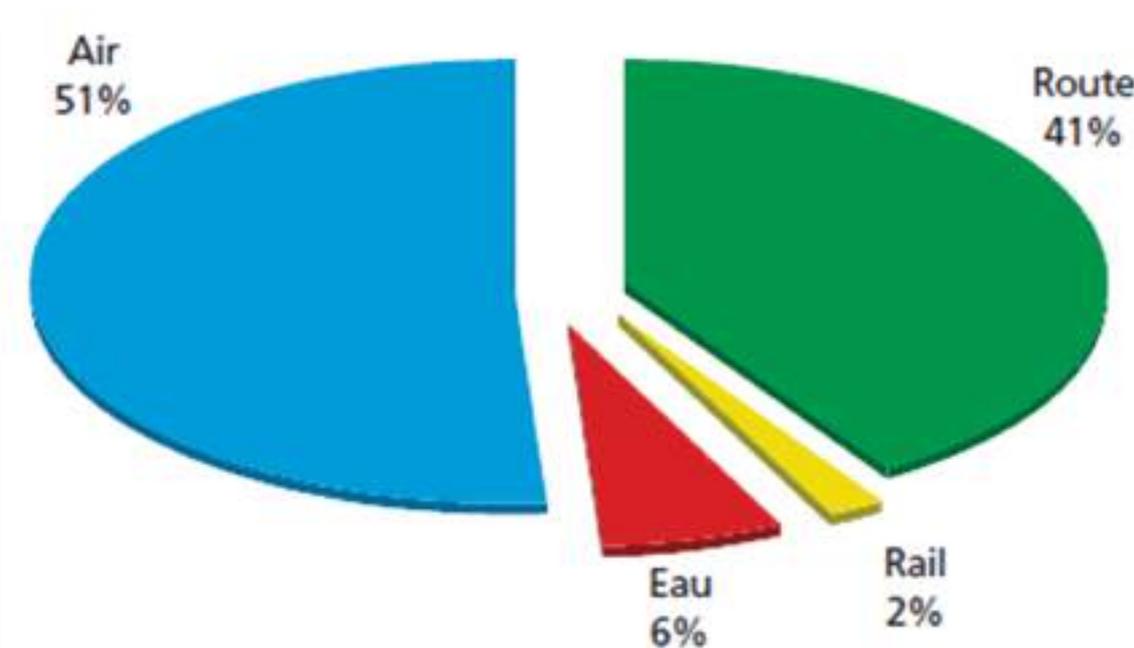


## 2.2. Fatores determinantes da Procura Turística (Estruturais, Conjunturais)

Os fatores determinantes Estruturais incluem sobretudo os **Fatores Técnicos**

Os fatores técnicos incluem os meios e os processos técnicos e tecnológicos que facilitam as deslocações ou permitem a realização de viagens. Durante muito tempo, as pessoas deslocaram-se pouco, quer em número, quer em distância, quando a marcha a pé, a cavalo, ou de barco, eram os meios de transporte principais. Como o gráfico seguinte mostra, é no domínio dos transportes que o progresso tecnológico exerce maior influência sobre a procura turística: a invenção e o desenvolvimento dos transportes terrestres motorizados (carro, autocarro), do comboio, e sobretudo, a partir dos anos 1960-1970, do transporte aéreo, permitiram o crescimento da deslocalização das pessoas e do turismo.

Figura 12.



Fonte: Organização Mundial do Turismo (OMT) (original em Francês)

Também as novas tecnologias das telecomunicações e de informação constituem uma área de progresso técnico que favorece o aumento da procura turística (facilidades



nas reservas e pagamentos por internet dos bilhetes de transportes, das viagens “*all inclusive*”, facilidade do acesso às informações turísticas, etc.).

- **Reservas e pagamentos por internet:** Até ao fim dos anos 1990, as agências de viagens tinham de contactar as companhias aéreas para saber se tinham lugares nos aviões, pedir para reservar e emitir os bilhetes. A mesma coisa para os hotéis que eram contactados pelas agências para reservar um quarto. Com o progresso dos sistemas e dos “*software*” internet, desde 2000, as agências têm acesso *online* às informações todas (das companhias aéreas, dos hotéis) e podem emitir diretamente bilhetes e reservas de viagem. Também, hoje em dia, todos os turistas que têm acesso à internet podem procurar informações sobre o destino (clima, geografia, características históricas e culturais, etc.), reservar e comprar *online* um bilhete de avião ou de comboio, um quarto num hotel, ou cruzeiro de barco, etc.
- **Uma viagem “*all inclusive*”** refere-se a uma viagem em que o transporte, o alojamento, a comida, já estão organizados pela agência de viagens e já estão pagos pelo turista à agência antes da partida do país onde mora.

### **Os fatores determinantes conjunturais são mais diversificados, estando ligados a fatores socioeconómicos**

Os fatores socioeconómicos são todos os fatores de carácter económico ou social que impedem, permitem ou influenciam a decisão de viajar. Dentre eles destacam-se:

- **Fatores económicos como os rendimentos (salários e outros rendimentos), e os preços:**

Por exemplo, o aumento dos salários (a nível individual ou coletivo) pode provocar um aumento do consumo turístico (a pessoa pode gastar mais dinheiro a viajar no seu próprio país ou noutro país); Uma crise económica como a América e a Europa conhecem desde 2008, ou o aumento geral dos preços no mercado de origem (país emissor) pode provocar a redução do rendimento disponível para os consumos turísticos (menos dinheiro para viajar e para o lazer); O aumento do nível geral dos preços nos países recetores (nos destinos) pode também provocar uma diminuição da procura turística para o próprio destino, etc.



- **A urbanização, o tempo livre e as mudanças socioeconómicas:**

A nível mundial, a procura é sobretudo originada por turistas provenientes de zonas urbanas. A urbanização acompanha-se de mudanças socioeconómicas, das quais, uma certa distância com a família para um modo de vida mais individual, um consumo crescente de bens materiais e de atividades culturais e desportivas, o desejo de ir de férias, etc. Também é nestas zonas que as pessoas possuem mais rendimentos, e onde o *stress* e as tensões obrigam a uma maior necessidade de viajar. A tendência que se regista desde há muitos anos é a de se acentuar o grau de urbanização na generalidade dos países de todo o mundo, o que influenciará a evolução da procura turística mundial.

A diminuição do tempo de trabalho e o conseqüente aumento do tempo livre é um facto comum a todos os países em resultado do progresso social e do desenvolvimento tecnológico. Os trabalhadores dos países com uma economia bastante forte (quando as pessoas têm empregos) e um avanço social, beneficiam, cada vez mais, de férias e têm também oportunidade de viajar no quadro profissional (turismo de negócios).

### *2.3. Dimensão e Características da Procura Turística (Fatores Culturais, Sociais, Pessoais)*

O Comportamento dos consumidores é influenciado por fatores psicossociológicos que determinam os gostos, as preferências e os atos de consumo turístico. Incluem-se aqui os fatores sociais, pessoais e culturais.

#### **Fatores Psicossociológicos**

São fatores ligados a gostos, preferências e atos dos consumidores. Podem ser de ordem pessoal (viajar de acordo com as aspirações e desejos individuais, a vontade de viajar), cultural (viajar é sinónimo de maior conhecimento, maior cultura, status social) e social (viajar como forma de evasão, fuga à rotina e aos meios urbanos e aos constrangimentos da vida urbana).



- A viagem corresponde à necessidade individual de evasão, isto é, constitui uma forma de romper com a rotina da vida quotidiana. Muitas vezes, o ritmo de vida urbana é rápida, as pessoas correm entre o trabalho, a organização da vida doméstica (da casa), cuidado das crianças, e muitos cidadãos trabalham ao longo do ano em ambientes fechados (escritórios, fábricas, etc.). O turismo é, para muitas pessoas, um ato de libertação dos constrangimentos da vida moderna.
- O interesse para a cultura, maior informação e a difusão de imagens de outros países (nos livros, na televisão, na internet), de outras paisagens e de acontecimentos e manifestações artísticas, desportivas e culturais exercem uma grande influência sobre as decisões de viagem.

Exemplos de manifestações que podem favorecer a atividade turística:

- A publicidade que foi feita para a Exposição Universal de Shanghai em 2010 atraiu 73 milhões de visitantes, provenientes de um grande número de países do mundo;
- Eventos desportivos: A maratona de Nova Iorque (*New York*), muito conhecida no mundo atrai todos os anos milhares de participantes e dois milhões de espetadores; Os jogos olímpicos (com todas as modalidades desportivas) ou também os campeonatos de futebol, como o campeonato do Mundo de Futebol, os jogos da Ásia, constituem eventos que podem atrair muitos visitantes, além dos próprios participantes. Outros exemplos mais recentes, o “Tour de Timor” que existe desde 2009, ou a Maratona de Díli, que existe desde 2010, o concurso internacional de pesca de Timor-Leste (desde 2010), já atraíram centenas de participantes e familiares;
- Os eventos culturais como a feira do livro de Díli, ou a feira do livro de Bali (*Ubud writers Festival*), os festivais da água na Tailândia (*Songkran festival*), ou o Festival de Música do Ramelau (*Hatu Bulico*, em 2010), etc.



Figura 13. Festival anual de literatura de Ubud “Ubud Writers & Readers Festival”, Bali (Indonésia)



Fonte: <http://www.ubudwritersfestival.com/>

Figura 14 e 15. Foto da Feira do Livro em português, Díli, 2012



Duas fotos © Christine Cabasset

Figura 16. A Maratona de Nova Iorque (Estados Unidos)



Fonte: <http://www.nycmarathon.org>



Figura 17 e 18. O Tour de Timor 2012 e uma das etapas em 2011 (Timor-Leste)



Fonte: <http://www.tourdetimor.com>;



©Jorge Jackson



## 3. As Motivações e as suas Influências no desenvolvimento da procura turística

O sucesso de um negócio turístico depende, em grande parte, da capacidade de resposta às necessidades e preferências dos consumidores. A capacidade de resposta depende do conhecimento dos motivos que levam as pessoas a viajar, o que implica **a compreensão do comportamento dos turistas e das razões das suas decisões**. Uma forma de conhecer os motivos que levam as pessoas a viajar deriva dos inquéritos realizados, junto dos consumidores em geral e, em particular, dos próprios turistas através dos quais se obtêm informações sobre os seus desejos, necessidades, gostos e preferências.

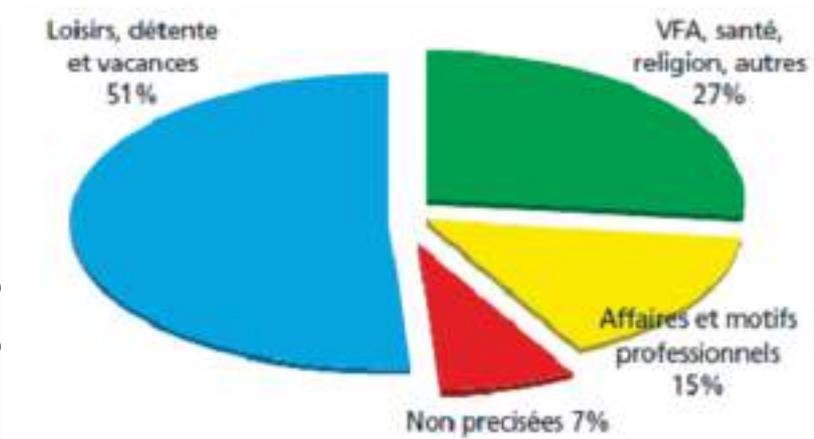
### 3.1. Motivações para o turismo e comportamentos do turista

A Organização Mundial do Turismo reconhece como motivos principais para viajar:

- Lazer, descanso, férias,
- Visita a família, saúde, religião,
- Negócios e outros motivos profissionais.

Como é possível constatar no seguinte gráfico, à escala mundial, os motivos “Lazer, descanso, férias” concernem a maioria dos turistas (51%). O segundo motivo “Visita à família, saúde e religião” também são motivos muito importantes (27%).

Figura 19. Gráfico do turismo recetor no mundo por motivações, 2010



Fonte: Organização Mundial do Turismo (original em Francês)



Para além disto, os turistas podem:

- Viajar em família, em grupo ou sozinhos;
- Organizar a sua viagem ou escolher uma viagem organizada por uma agência;
- Preparar e escolher a sua viagem e destinos muito tempo antes da partida, ou ao contrário, reservar só alguns dias antes da partida e escolher o destino segundo a oferta mais barata na internet;
- Procurar serviços de luxo ou, pelo contrário preferir ficar na *guesthouse* ou com habitantes de uma aldeia e utilizar os serviços (transportes, restaurantes, etc.) locais, ou ainda passar alguns dias num hotel internacional e outros dias ficar numa *guesthouse*;
- Viajar para descansar ou para férias ativas, para descobrir novos horizontes ou, pelo contrário, viajar para um meio semelhante àquele onde vive, etc.

Todos estes motivos têm impactos na procura turística, especialmente espacial. É por isso que muitas vezes os destinos têm uma oferta diversificada (hotéis, transportes, restaurantes com gama de conforto e de preço diferentes) para corresponder à procura diversificada dos turistas.

### 3.2. Critérios para a definição de perfis socioeconómicos dos turistas

Os critérios mais utilizados são:

- **A Idade.** A idade tem uma certa influência sobre a maneira de viajar. Muitas vezes, os jovens são mais “aventureiros”, gostam de organizar a sua própria viagem, ir de um lugar para o outro com uma mochila (*backpackers*), utilizar os transportes e outros serviços turísticos locais (organizados pelos habitantes locais), querem ter contatos com outros turistas e com os residentes locais, etc. Mas a idade por si só não pode definir o perfil socioeconómico dos turistas. Há jovens que não gostam de ir para um destino que não conhecem, e há pessoas com uma certa idade que são muito “aventureiros” e que gostam de encontrar-se com os outros.



- **A profissão.** Este critério também dá informação sobre o perfil dos turistas. Muitas vezes, um intelectual (escritor, artista, investigador científico, professor, jornalista, etc.) gosta de descobrir lugares que ainda não conhece, saber mais sobre eles e sobre a sua história, e vai praticar um turismo cultural; as pessoas que têm muitas responsabilidades profissionais (enquadramento ou chefe de uma empresa, membros do governo ou alta função pública, direção de departamentos num hospital, etc.) às vezes querem organizar a sua viagem e ficar muito abertos aos outros, e as vezes só querem viajar quando tudo está organizado pela agência e só querem ficar no hotel para descansar: isso depende da sua forma física (se estão cansados ou não).
- **O género.** Sempre houve mulheres muito corajosas para viajar em países com condições difíceis, quando o acesso e os transportes eram complicados. É o caso por exemplo da exploradora e escritora Francesa Alexandra David-Neel que viajou durante a sua vida pela Ásia e percorreu a pé, e muitas vezes sozinha, a região da maior montanha do mundo, os Himalaias, até ao “telhado do Mundo”, o Tibete, no início do Século XX. Mas é verdade que durante muito tempo, eram sobretudo os homens que viajaram no mundo, quer para a sua educação, quer para peregrinações religiosas, quer como navegadores, comerciantes, etc. Hoje em dia, já não é sempre assim, há cada vez mais mulheres que viajam pelo mundo sozinhas, ou com colegas. Também há cada vez mais mulheres que praticam atividades desportivas de alto nível, como subir as montanhas, andar um circuito de 15 dias ou mais a pé no deserto ou na floresta, ou um circuito de bicicleta, de cavalo, de canoa. Em Timor-Leste, também há desportistas de alto nível, em atletismo por exemplo, como Águeda Fátima Amaral que participou com Augusto Ramos Soares na Maratona de Nova Iorque em 2010, e também Juventina Napoleão nos Jogos Olímpico de Londres, em 2012 (com Augusto Soares), etc.
- **O país de residência.** É um critério interessante porque dá informação sobre o hábito de viajar, o tipo de consumo turístico, o nível socioeconómico da vida, etc. Por exemplo, um alemão, um japonês e um chinês não viajam da mesma maneira. Primeiro porque os países e as cidades onde vivem e o seu modo de vida e cultura são muito diferentes e isso influencia quando viajam; Segundo,



porque em geral os alemães e os Japoneses já têm um certo hábito de viajar fora do seu país e são capazes de organizar uma viagem individual e viajar com quem querem. Quanto aos chineses, o turismo é mais recente e isso explica que muitas vezes prefiram viajar em grupo com a ajuda de uma agência.

- **O rendimento anual.** Também é um fator importante que influencia a maneira de viajar e de se deslocar. Com pouco dinheiro, as pessoas vão escolher alojamentos turísticos, transportes e atividades turísticas mais baratos; com mais dinheiro vão escolher uma gama de transportes, de alojamento e de atividades mais confortável e mais cara.
- **O nível de educação.** É provavelmente o fator mais importante. Um bom nível de educação corresponde muitas vezes a um gosto por descobrir outras regiões do seu próprio país ou outros países, e para a procura de aprender sobre o destino turístico. Também o nível de educação tem efeitos no domínio de línguas estrangeiras: graças a estas competências, os turistas têm capacidade de viajar de maneira mais autónoma. Afinal, este critério explica que além da “idade”, do “género”, do “rendimento anual”, há turistas que querem deixar as cidades e o conforto para se encontrarem com os outros, e aproveitar para descobrir as paisagens, as aldeias, e as culturas de destino.

Muitas vezes, no turismo, falamos do perfil «**CSP+**» que quer dizer Categorias Socioprofissionais Superiores: esta categoria reúne os chefes de empresas, as pessoas que dirigem as suas próprias empresas e os comerciantes, os quadros da administração ou das empresas, as profissões intelectuais e profissões intermediárias. Muitas vezes os membros desta categoria têm um bom nível de educação, o que explica o seu interesse por os destinos e manifestações culturais, e/ou que têm um bom nível de recursos económicos, constituem uma clientela procurada pelos destinos. Isso, sem esquecer que os *backpackers* (pessoas que viajam com mochila e às vezes com pouco dinheiro) constituíram durante muito tempo (e ainda hoje) a primeira clientela de um lugar em processo de desenvolvimento turístico.



## 4. Tipologia dos turistas

Nos anos 1970, Stanley Plog criou uma tipologia do caráter dos turistas, identificando dois grupos opostos: psicocêntricos e alocêntricos.

- **Psicocêntricos:** agrupam os turistas que concentram o seu comportamento nas suas pequenas preocupações pessoais e têm um limitado interesse pelo mundo exterior. Na eleição dos seus destinos turísticos preferem encontrar o que já conhecem, preferem os locais mais frequentados e têm reduzida preocupação em desenvolver atividades que os desviem da normalidade. São mais passivos do que ativos. São o tipo de pessoas que vão visitar lugares turísticos e quando viajam no estrangeiro, ficam num *resort* que oferece conforto e segurança e não vão confrontar-se com o mundo fora do hotel.
- **Alocêntricos:** são os turistas que se interessam por um grande número de atividades, desejam descobrir o mundo e manifestam uma curiosidade geral por tudo quanto os cerca. Distinguem-se pelo desejo de aventura e pela curiosidade. São o tipo de pessoas que vão visitar lugares pouco conhecidos, sem atrações turísticas especiais, para conhecer a vida quotidiana dos residentes e adaptam-se as todas condições de conforto de transporte e de alojamento turístico que encontram, mesmo quando são fracas. Por exemplo, se vão para um país turístico como a Tailândia, vão visitar regiões onde há menos ou não há turistas. Também podem ir a países pouco turísticos como Timor-Leste.

Entre estas duas categorias extremas encontra-se a maioria da população turística que se reparte por três categorias intermédias: os quase-psicocêntricos, os cêntricos e os quase-alocêntricos.

Os **grupos alocêntrico e quase-alocêntrico** constituem o primeiro segmento de mercado a ser atraído para um novo destino turístico que pretende crescer e desenvolver-se.

O **segmento cêntrico**, representa a maior percentagem dos viajantes e caracteriza-se pelo fraco interesse pela aventura e pela procura dos destinos mais em voga, mais



conhecidos, equipados com infraestruturas e empreendimentos turísticos de grande escala e já turísticos.

Os **psicocêntricos** despendem a quase totalidade do seu tempo e dos seus recursos nos empreendimentos que utilizam, não contribuindo para o desenvolvimento do centro turístico mas contribuindo para o aumento da sua frequência.

### *Para saber mais sobre a tipologia dos turistas segundo Stanley Plog*

<b>Tipos de turistas</b>	<b>Preferência e Motivação</b>
<b>Psicocêntricos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Destinos que não perturbem o seu modo de vida;</li> <li>• Atividades recreativas pouco originais;</li> <li>• Turismo sedentário;</li> <li>• Destinos acessíveis por automóvel;</li> <li>• Instalações e equipamentos turísticos tradicionais;</li> <li>• Viagens organizadas, estruturadas e bem preparadas.</li> </ul>
<b>Quase-psicocêntricos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Satisfação do ego e procura de “status”;</li> <li>• Procura de conforto social;</li> <li>• Visitas a locais muito frequentados ou mencionados pelos meios de comunicação social.</li> </ul>
<b>Cêntricos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Descontração e prazer: simples diversão e entretenimento;</li> <li>• Clima, sol, termas;</li> <li>• Mudança durante algum tempo;</li> <li>• Oportunidade de fugir aos problemas diários;</li> <li>• Atração real ou imaginária do destino;</li> <li>• Gratificação sensorial: gastronomia, descanso, conforto, bebida;</li> <li>• O prazer de viajar e a apreciação da beleza: parques naturais, lagos, montanhas;</li> <li>• Compras para recordações e ofertas;</li> <li>• O prazer sentido antes e depois da viagem: planeamento da viagem, aprendizagem, sonho e, posteriormente, o prazer de mostrar fotografias, recordações e de descrever a viagem.</li> </ul>



<b>Quase- Alocêntricos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Participar em certames ou atividades desportivas;</li> <li>• Viagens de tipo “desafio”: explorações, alpinismo, passeios a pé, peregrinações;</li> <li>• Viagens de negócios, congressos, reuniões, convenções;</li> <li>• Visitas a teatros, espetáculos especiais;</li> <li>• Oportunidades de experimentar um estilo de vida diferente.</li> </ul>
<b>Alocêntricos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Regiões não desenvolvidas turisticamente;</li> <li>• Novas experiências e descobertas;</li> <li>• Destinos “diferentes”;</li> <li>• Atividade desdobrante durante a estada;</li> <li>• Viagens de organização flexível;</li> <li>• Atrativos educacionais e culturais;</li> <li>• Procura do exótico;</li> <li>• Satisfação e sensação de poder e liberdade;</li> <li>• Melhoria de perspetivas.</li> </ul>

A ligação entre os tipos de turistas e os tipos de destinos fornece um método para prever o comportamento das viagens. Com esta tipologia de turistas é possível os destinos organizarem-se para atrair os turistas que querem atrair, os mais aventureiros com desejo de descobrir regiões que não conhecem e/ou pouco conhecidas (como Timor-Leste), ou os não ou pouco aventureiros, que preferem ir para destinos já muito turísticos. **Mas duas coisas importantes têm de ser observadas:**

1. Um turista pode viajar por motivos diferentes de uma viagem para a outra, quer dizer que um turista pode ser de tipo cêntrico um dia e ficar num *resort*, e ser quase-alocêntrico ou mesmo alocêntrico e noutra dia viajar sozinho numa região pouco conhecida.
2. Um determinado destino pode garantir uma variedade de experiências que podem satisfazer um grande número de turistas dependendo da forma como a viagem for organizada. É por isso que ter uma gama diversificada de alojamentos, restaurantes e atividades turísticas com conforto, tipo e preço diferentes é um fator que joga a favor do crescimento do turismo.



De qualquer maneira, porque afinal é muito difícil prever os destinos segundo esta tipologia de turistas, já raramente falamos de tipologia de turistas, mas mais de **tipologia de turismo** (ver o Módulo 1).

### *Exercício 4*

Responda às seguintes questões:

1. Quais são os fatores que têm mais efeitos sobre as motivações dos turistas?
2. A partir das informações incluídas neste Módulo, imagine que tipos de turistas vão visitar o destino representado com a fotografia 8 (Peru) ou Timor-Leste.



# Bibliografia

## Livros

Cabasset-Semedo (Christine), 2012, “The Evolution of Tourist Resorts: Globalization and Tourism Planning in Bali”, in I Nyoman Darma Putra, I Gede Pitana (Eds), *Pemberdayaan dan Hiperdemo krasidalam Pembangunan Pariwisata*, Pustaka Larasan, Denpasar, pp.144-160.

Cabasset-Semedo (Christine), 2012, “O turismo comunitário em Timor-Leste no contexto mundial e do sudeste asiático”, Ates da conferência internacional sobre o turismo comunitário, Díli/Timor-Leste, Agosto de 2009 (sous presse).

Cabasset-Semedo (Christine), 2011, “De la visibilité à la lisibilité du tourisme domestique en Asie : Quelques réflexions à partir des cas chinois, indiens, indonésiens et vietnamiens”, (co-auteur avec E. Peyvel, I. Sacareau, B. Taunay), in Lombard J. et Ninot O. (Direction), “Nouvelles mobilités dans les Suds”, revue *Espace Populations Sociétés* 2010-2/3, pp. 221-235.

Dehoorne (Olivier) et Saffache (Pascal), 2008, *Le tourisme dans les îles et littoraux tropicaux et subtropicaux. Usages des lieux et enjeux de développement, Etudes Caribéennes n° 9 et 10*, Paris, Editions Publibook Université, 375 p.

Dehoorne (Olivier), 2004, «Le tourisme en Asie tropicale: émergence d’un marché régional» in C. Taillard (dir), *Intégrations régionales en Asie orientale*, Paris, Les Indes Savantes, pp. 119-140.

Duhamel (Philippe) et Violier (Philippe), 2009, *Tourisme et littoral: un enjeu du monde*, Paris, Belin, 192 p.

Lozato-Giotart (Jean-Pierre), 2006, *Le chemin vers l’écotourisme. Impacts et enjeux environnementaux du tourisme aujourd’hui*, Paris, Delachaux et Niestlé, 192 p.

Singh (Shalini) (Ed.), 2009, *Domestic Tourism in Ásia: Diversity and Divergence*, London, Earthscan, 368 p.

Stock (Mathis) (Dir.), 2003, *Le tourisme Acteurs, lieux et enjeux*, Belin, Paris, 299 p.

Organisation mondiale du tourisme (UNWTO), 2011, *Faits saillants OMT du tourisme - Edition 2011*, 12 p.

UNWTO, 2007, *Tourism market trends 2006 Edition, Ásia and the Pacific*, 214 p.



UNWTO, 2006, *Tourism and the least developed countries. A sustainable Opportunity to Reduce Poverty*, 8 p.

### **Entradas na Internet**

Association of Southeast Asian Nations (em Inglês): <http://www.aseansec.org/> ;

Association of Southeast Asian Nations - Tourism (em Inglês): [www.asean-tourism.com](http://www.asean-tourism.com)

Comunidade dos Países de Língua Portuguesa: <http://www.cplp.org/>

Marathon of New York City (Em Inglês): [www.nycmarathon.org](http://www.nycmarathon.org)

Tour de Timor (Em Inglês): [www.tourdetimor.com](http://www.tourdetimor.com)

Ubud writers and readers festival (Em Inglês): [www.ubudwritersfestival.com/](http://www.ubudwritersfestival.com/)

World Tourism Organization (Em Inglês, Francês ou Espanhol): [www.unwto.org](http://www.unwto.org)

World Tourism Organization - Facts & Figures (Em Inglês, Francês ou Espanhol): [www.unwto.org/facts](http://www.unwto.org/facts)

World Tourism Organization - glossary (Em Inglês, Francês ou Espanhol): <http://media.unwto.org/en/content/understanding-tourism-basic-glossary>

Pacific Islands Forum (Em Inglês): <http://www.forumsec.org/>









Ilha de Atauro © Christine Cabasset

# Turismo na Ásia-Pacífico; Insularidade; Turismo em Timor-Leste

Módulo 3

## Apresentação

O terceiro módulo desta disciplina de Operações e Técnicas de Turismo tem como função dar conhecimento sobre o quadro geográfico/turístico específico da região Ásia-Pacífico, onde se situa Timor-Leste. Esta região é muito diversificada, entre a Oceânia, o continente Índico, a Ásia do Nordeste e do Sudeste. Pretende, também, dar informações básicas sobre o quadro geográfico, cultural, socioeconómico, de Timor-Leste e sobre as principais regiões e destinos turísticos. Mais informações sobre o país vão ser apresentadas nos outros módulos.

## Objetivos de aprendizagem

Com este Módulo 3, vamos aprender:

- A conhecer a geografia do turismo na zona Ásia-Pacífico e, em especial, na região do sudeste asiático;
- A conhecer as especificidades das ilhas (naturais, socioculturais e turísticas) e o meio costeiro em geral;
- A conhecer os principais componentes naturais, socioeconómicos e culturais de Timor-Leste;
- Identificar regiões, destinos e atores principais do turismo em Timor-Leste.

## Âmbito de conteúdos

### 1. Turismo na Ásia-Pacífico

- 1.1. Apresentação da área regional
- 1.2. Especificidades das ilhas e do meio costeiro
- 1.3. Especificidades do turismo na Ásia-Pacífico
- 1.4. Destinos e mercados principais

### 2. Turismo em Timor-Leste

- 2.1. Apresentação dos principais componentes naturais, socioeconómicos e culturais do país
- 2.2. Identificação das principais regiões e destinos turísticos
- 2.3. Especificidades do turismo em Timor-Leste e desafios para o futuro



# 1. Turismo na Ásia-Pacífico

## 1.1. Apresentação da área regional

Fala-se de uma zona gigantesca em termos de superfície e de número de habitantes. Só a Ásia reúne mais de 60% da população mundial. A região é muito diversificada do ponto de vista histórico, geográfico, climático, antropológico, religioso, etc.

A região Ásia-Pacífico é constituída por:

Sub-regiões	Países
Ásia do Nordeste	China, Hong Kong (China), Japão, Macau (China), Mongólia, Coreia do Norte, Coreia do Sul, Taiwan, etc.
Ásia do Sudeste	Brunei Darussalam, Camboja, Indonésia, Laos, Malásia, Birmânia (Myanmar), Filipinas, Singapura, Tailândia, Vietname, Timor-Leste.
Ásia do Sul	Bangladesh, Índia, Maldivas, Nepal, Paquistão, Sri Lanka, etc.
Oceânia (ou Pacífico)	Os países que pertencem a esta região são numerosos e alguns deles contam com grandes territórios, como a Austrália, a Nova Zelândia e a Papua-Nova Guiné, mas a maioria dos países é constituída por arquipélagos e ilhas pequenas: Fiji, Guam, Salomão, Vanuatu, etc.

Figura 1. Mapa da região turística Ásia-Pacífico



Fonte: Universidade das Antilhas e da Guiana Francesa/ CEREGMIA.



## Exercício 1.

Reproduza o mapa da figura 1 sem as respetivas legendas. De seguida, localize e anote o nome das sub-regiões e dos países da região Ásia-Pacífico.

### 1.2. Especificidades das ilhas e do meio costeiro

Como o mapa nos mostra, o mar tem um papel muito importante nesta zona da Ásia. Queremos atrair aqui a atenção para o carácter único das ilhas e as especificidades dos meios costeiros. As ilhas atraem atividades humanas porque são ricas em termos de paisagens, em geral ecossistémicas, e contam com o desenvolvimento de milhões de espécies vegetais.

#### Considerações gerais: riqueza e desafios

Os mares e os oceanos representam 70% da superfície da Terra e alojam ecossistemas de uma riqueza e de uma diversidade enormes do ponto de vista da fauna e da flora - recifes de coral, mangais, plantas verdes, etc.. Estão extremamente ligados ao desenvolvimento de um grande número de territórios, nomeadamente os insulares, e ao bem-estar das populações. Segundo a UNESCO, a nível mundial, mais de 500 milhões de pessoas - dos quais 30 milhões estão no limiar da pobreza - dependem diretamente dos recifes de coral para a sua subsistência, a proteção das costas, a obtenção de recursos haliêuticos (recursos do mar, tais como peixes e outros produtos alimentícios) e a promoção e o desenvolvimento do setor do turismo. De uma maneira geral, os litorais fazem parte dos territórios com cada vez mais pressões antrópicas. Atualmente, mais de metade da população mundial vive a menos de 60 km da linha de costa, admitindo-se que, até ao ano de 2020, essa percentagem possa elevar-se para 75%. Esta situação tem gerado uma degradação acelerada do meio marinho, visível nos níveis de poluição e contaminação das águas. Este facto explica por que razão o mar e os litorais são cada vez mais alvo de atenção, de estudos científicos, de esforços com vista a um desenvolvimento mais sustentável e de convenções e de tratados internacionais que visam a sua proteção. É o caso da Convenção das Nações Unidas sobre o Direito do Mar (1994), que estabelece



um regime de proteção para os mares e os oceanos e define regras internacionais para controlar a poluição marítima.

- **Pressões antrópicas** são pressões provocadas pela ação do ser humano com as atividades por si desenvolvidas.

As ilhas são muito atraentes para os turistas. No imaginário dos turistas, a ilha tropical corresponde a um território de superfície pequena, colonizado por uma vegetação exuberante e circunscrito por uma costa de areia branca e lagões de águas azul-turquesa. Na realidade, as ilhas intertropicais são de dois tipos: «altas» (montanhosas), muitas vezes de origem vulcânica, colonizadas por uma vegetação higrófila que necessita de uma boa quantidade de água; e «baixas» (planas), com uma vegetação calcífila (vegetação pouco desenvolvida, adaptada a climas secos) e frequentemente circunscritas por areia branca. A par destes dois tipos, existem também os atoles, que são formações de corais de forma circular, em que as margens são circunscritas por lagões. Estas ilhas são verdadeiros laboratórios em razão de uma sobre expressão dos fatores climáticos e hidrodinâmicos marinhos. Assim, fenómenos físicos como a erosão, que em meio continental ocorrem num espaço de tempo considerável, podem ser observados nas ilhas em apenas alguns meses.

De uma maneira geral, os meios insulares intertropicais mais confinados (águas mais calmas, pouco afetadas pelas correntes marítimas) são colonizados por uma vegetação específica, **os mangais**. A Ásia concentra 36% dos mangais do Mundo e a Oceânia 9%. Os mangais contribuem de forma decisiva para a cadeia alimentar, que suporta as atividades da pesca, e para a proteção das costas de fenómenos climáticos, tais como tempestades. Os meios insulares intertropicais são, igualmente, constituídos por **recifes de coral**, com forte presença no sudeste asiático, especialmente na Indonésia e nas Filipinas. **Estes dois ecossistemas (mangais e recifes de coral) figuram entre os mais ricos do Mundo.**



*Figura 2. Foto de mangais, Sine-Saloum (Senegal)*



© Christine Cabasset

*Figura 3. Foto de mangais, Díli (Timor-Leste)*



© Christine Cabasset



Figura 4. Foto de recifes de coral e mangais, Tibar (Timor-Leste)



© Christine Cabasset

- **Os mangais** são das poucas plantas terrestres que toleram a forte salinidade do mar. As espécies que constituem os mangais têm longas raízes de suporte, que reduzem a ação das correntes marítimas, dão origem a uma grande deposição de lodo e a aluviões e fornecem superfícies de fixação aos organismos marinhos. Os mangais são importantes não só para ampliar as costas e formar ilhas, bem como para as proteger da excessiva erosão, que, de outro modo, se produziria com as violentas tempestades tropicais. Os detritos de folhas dos mangais constituem, para os seres aquáticos, uma das principais fontes de energia. Muitos peixes tropicais, como tubarões, passam aqui os primeiros meses ou anos de vida, protegidos entre as raízes dos mangais.
- Os **mangais timorenses** são característicos do litoral de Timor-Leste, emergindo das próprias águas salgadas ou salobras. É no litoral norte, onde o mar é mais calmo, que os mangais predominam, em zonas como Metinaro, Tibar e Maubara, ou na costa este da ilha de Ataúro. As espécies, embora de diferentes famílias,



mostram idêntica adaptação ao meio ecológico e distribuem-se regularmente em linhas paralelas ao litoral ou às margens das ribeiras atingidas pelas marés.

- Os **recifes de coral** estão largamente distribuídos pelas águas pouco profundas dos mares quentes, onde a temperatura da água é superior a 18°C. A sua localização depende da luz, da oxigenação, da salinidade (toleram salinidades superiores a 40%, mas desaparecem em áreas de salinidade inferior a 25%) e da turvação da água (a sedimentação é um fator limitativo, pois aumenta a opacidade da água). Embora os corais sejam animais, um recife de corais é um ecossistema completo, uma estrutura trófica que inclui uma grande biomassa de plantas verdes. Segundo o Centro do Triângulo de Corais, **Timor-Leste** tem um dos melhores recifes de coral do mundo. Ironicamente, o coral ficou quase intacto graças ao conflito armado terrestre e à exploração reduzida dos recursos marítimos e das zonas litorais.

Estes recursos frágeis e limitados sofrem numerosas agressões, principalmente de origem antrópica. As atividades humanas ligadas à urbanização costeira crescente infligem, hoje, aos ecossistemas marítimos um *stress* crescente. O turismo de cruzeiros, o turismo litoral (Sol e Mar) e as infraestruturas associadas (hotéis, portos, marinas, etc.) e, mais frequentemente, a urbanização costeira, os esgotos urbanos, agrícolas e industriais, os sistemas de saneamento fracos ou inexistentes, os resíduos sólidos, os plásticos e os metais, entre outros, não só exercem efeitos nocivos sobre a biodiversidade global (com uma redução dos recursos marítimos), mas também podem provocar verdadeiras mudanças económicas e profundas perturbações nas sociedades locais. Por exemplo, hoje, mais de 70% das zonas de pesca no Mundo atingiram ou ultrapassaram o nível de sobrepesca (exploradas ao máximo ou além dos níveis de renovação do recurso). O aquecimento climático, com o aumento das temperaturas da atmosfera e dos oceanos e do risco de subida do nível das águas do mar, ameaça destruir a maioria dos recifes de coral do Mundo (que só se desenvolvem em águas entre os 25 e os 30°C) e afetar as já vulneráveis economias das ilhas, nomeadamente as dos Pequenos Estados Insulares em Desenvolvimento. Essas mudanças podem afetar a vida de milhões de pessoas que vivem nas zonas litorais. O acesso à água potável apresenta-se, igualmente, como um grande desafio para os pequenos estados insulares.



### *Saber mais*

Os Pequenos Estados Insulares em Desenvolvimento (PEID) agrupam 38 estados, entre os quais se encontram Timor-Leste, Cabo Verde, Fidji, ilhas Salomão, Maldivas, Maurícia, Samoa, São Tomé e Príncipe, Seychelles, Tuvalu, Vanuatu, etc. Não há uma definição oficial dos Pequenos Estados Insulares em Desenvolvimento, pelo que são os próprios países que decidem pertencer a esta categoria. Esses territórios têm em comum uma grande vulnerabilidade, em particular aos choques exteriores. Esta vulnerabilidade dos sistemas naturais, económicos e sociais dos Pequenos Estados Insulares em Desenvolvimento provém, com variações segundo os países, da superfície reduzida, do isolamento, da insuficiência de recursos e da exposição às crises ecológicas mundiais, entre as quais se destacam as mudanças climáticas.

Fonte (original em francês): <http://www.un.org/fr/ga/president/65/issues/sids.shtml>. (traduzido pela autora)

### **Timor-Leste no sudeste asiático e no Triângulo de Corais**

À imagem do Pacífico, o maior oceano do Mundo, o mar tem um papel fundamental no sudeste asiático. A superfície terrestre da Ásia do Sudeste é de 4,5 milhões km<sup>2</sup>, ao passo que a superfície marítima é de 9,3 milhões km<sup>2</sup>, dos quais 80% representam as superfícies marítimas (águas territoriais + ZEE) da Indonésia (5,4 milhões km<sup>2</sup>) e das Filipinas (1,7 milhões km<sup>2</sup>). A Indonésia é constituída por mais de 17 000 ilhas, ainda que 99% da população total viva em cerca de uma centena de ilhas; as Filipinas são constituídas por mais de 7 000 ilhas, mas as onze maiores ilhas representam 95% das terras emergidas e 98% da população total.

Conjuntamente com outros cinco países - a Indonésia do Este (ilhas da pequena Sonda a partir de Bali em direção a este, o arquipélago das Molucas, etc.), a Malásia (a parte malaia da ilha de Bornéu), as Filipinas, a Papuásia-Nova Guiné e as ilhas Salomão -, Timor-Leste figura no **Triângulo de Corais** Indo-Pacífico. As águas límpidas e quentes oferecem as condições ideais para um delicado ecossistema de corais, que suporta uma enorme diversidade de seres vivos.



Os recifes de coral existentes em torno de Timor-Leste e das ilhas de Ataúro e de Jaco são numerosos. O Triângulo de Corais é considerado pelos cientistas como o epicentro mundial da diversidade e o maior centro para a evolução do coral. Segundo a Iniciativa Triângulo de Corais, 76% das espécies de corais conhecidas e 37% das espécies de peixes de recifes estão localizadas nessa região. As florestas de mangais fornecem viveiros para os mares ricos, que, durante milênios, alimentaram pescadores. Os recifes servem para a reprodução e a alimentação de baleias, golfinhos, tartarugas do mar, entre outros, por isso, constituem o maior viveiro da fauna marítima. Atualmente, essas zonas de pesca fornecem segurança alimentar a mais 126 milhões de pessoas na região, contribuem para a alimentação das populações urbanas costeiras e das populações dos meios rurais (240 milhões de pessoas, aproximadamente) e fornecem peixe para exportação para outros países do mundo.

Figura 5. Mapa do Triângulo de Corais



Fonte: <http://www.coraltrianglecenter.org/en/page/coral-triangle>

**Nos recifes de coral de Timor-Leste,** podemos encontrar várias espécies de anêmonas, cada uma com a sua colónia de peixes-palhaço (*Amphiprion ocellaris*), napoleões (*Cheilinus undulatus*), cavalos-marinhos pigmeu (*Hippocampus bargibanti*), enguias-de-



jardim (*Heteroconger longissimus*), roncadores pintados (*Plectorhinchus pictus*), peixes-papagaio (*Sparisoma abilgaardi*), tubarões do coral, tartarugas, lulas *anthias*, peixes-anjo, nudibrânquios, entre outros. Timor-Leste tem, ainda, uma população residente das chamadas vacas do mar (*Dugong dugon*), que estão em vias de extinção a nível mundial.

Para nos ajudar a conhecer melhor o trabalho feito em Timor-Leste no âmbito do Triângulo de Corais, apresentamos aqui um excerto do artigo «Jestaun Rekursu Aquatiku no Marina baseia ba matenek local»<sup>1</sup>, da autoria de Rui Pinto (Coral Triangle Support Partnership (CTSP) Timor-Leste):

«Timor-Leste sai membru klibur Coral Triangle Initiative (CTI) iha tinan hirak liu ba iha, World Oceans Conference iha Manado, Indonézia. Planu Nasionál Asaun Timor- Leste nian ba Coral Triangle Initiative (CTI) rekoñese rikusoin cultural no diversidade epistimolójika iha Timor-Leste no buka atu aprende no utilize tuir dalan rasionál matenek ne'e hodi avansa ho dezvoltimentu endójenu (dezoilvementu sustentábel ne'ebé la haluha kultura no interasaun ema no natureza). Nudar programa ida husi CTI, Coral Triangle Support Partnership (CTSP) mak programa dahuluk iha CTI nia mahon ne'ebé hahú hala'o atividade iha Timor-Leste. Hakruuk ba pedidu Governu Timor-Leste nianne'ebé hili Distrito Lautem, liu-liu Suco iha Parke Nasionál Nino Konis Santana nudar "area prioritária". Iha Timor-Leste CTSP servisu hamutuk ho Diresaun Nasionál Peska no Akikultura hodi fó tulun ba Diresaun ida ne'e hodi hametin jestaun rikusoin tasi laran no tasi ninin. Hodi evita impoin modelu (matadalan) husi liur (exogenous), CTSP fó tulun ba prosesu ki'ik ida ne'ebé ajuda Diresaun Nasionál Peska no Akikultura aprende no rejistu di'ak liu tan sá ida mak comunidade no lideransa lokál hanoin kona-ba rikusoin tasi-laran no tasi-ibum hodi Diresaun Nasionál Peska no Akikultura bele hahú, tuir prosesu partisipatóriu hametin matenek ne'ebé iha ona no introdús konseitu no hanoin foin hodi fasilita comunidade tau matan di'ak liu tan ba sira nia rikusoin.»

1 in Carvalho do Amara D. (Ed.), 2011, *Matenek lokal Timor Nian!*, Unesco, Jakarta, pp. 28-31.



Como já vimos, os recursos marinhos e costeiros têm uma grande importância na vida quotidiana e na alimentação das populações locais e têm, também, um papel ambiental e económico importante para com o turismo.

### **Turismo nas ilhas**

O mito da ilha tropical como «paraíso» é encarnado por Bali, Havai ou Taiti. A visão idílica foi sendo construída graças aos testemunhos dos exploradores e dos navegadores. Ilhas e costas tropicais constituem as «*Pleasure Periphery*» (periferias de lazer) para metrópoles europeias, norte-americanas e este-asiáticas. Atraem muitos turistas devido às paisagens «exóticas», ao mar «azul», às praias «brancas», ao relevo (os turistas gostam da associação «Mar e Montanha»), à vegetação característica (coqueiros, palmeiras, etc.), ao modo de vida, às dimensões pequenas do território, etc. As ilhas abriram-se gradualmente ao turismo de massas no fim do século XX, graças à revolução dos transportes e das telecomunicações. A revolução das telecomunicações e, mais concretamente, das tecnologias de informação e de comunicação contribuiu para um conhecimento mais profundo das ilhas.

Os transportes também tiveram um papel importante na difusão do turismo nas ilhas. No início, só as ilhas mais próximas dos aeroportos nacionais e regionais eram desenvolvidas. A maioria das ilhas ficava demasiado longe, o que dificultava o acesso às mesmas. Assim, era necessário utilizar uma série de transportes locais para lá chegar. A principal mudança aconteceu no final dos anos 80, com o crescimento dos voos aéreos. O avião assume-se como o meio de transporte privilegiado para aceder aos destinos insulares. É nessa altura que muitas ilhas, como o Havai (Estados-Unidos), Bali (Indonésia), Zanzibar (Tanzânia), Visayas (Filipinas) e outras ilhas das Caraíbas, se tornam destinos para o turismo de massas. Além da questão do transporte, outros fatores influenciam o desenvolvimento turístico das ilhas, nomeadamente a presença de recursos naturais significativos (praia, areia e paisagem costeira de grande beleza). Para que o turismo se desenvolva, é importante um meio ambiente lindo e protegido. Um outro fator que contribui para o desenvolvimento turístico são os equipamentos/infraestruturas necessários ao acolhimento dos turistas.



**O desafio maior é, contudo, o desenvolvimento sustentável das ilhas**, pois, como já vimos, são territórios muito vulneráveis. Estudos feitos sobre as Maldivas ou Bali, ilhas muito conhecidas como destinos turísticos, mostram que o planeamento e o equipamento foram, por vezes, bem-feitos, com *resorts* de pequena escala (hotéis pequenos), bem localizados (não demasiado próximos do mar), que respeitaram o mais possível o ecossistema local. Paralelamente, muitos outros exemplos quer nessas ilhas quer noutras partes do mundo, mostram que as ilhas foram excessivamente urbanizadas, com hotéis grandes e demasiado próximos do mar, e acolhem atualmente um fluxo turístico extremamente elevado. De uma maneira geral, a nível mundial, constatamos uma degradação acelerada das zonas costeiras, o que aumenta os riscos naturais e sociais. Assim, o desafio com que nos deparamos atualmente é desenvolver o turismo como recurso socioeconómico e, ao mesmo tempo, reduzir a degradação do meio ambiente.

## Exercício 2

**Responda às seguintes questões:**

1. Por que razão o Mar, as ilhas e as costas têm um papel tão importante na vida humana?
2. Quais são os dois ecossistemas característicos dos meios insulares tropicais? Timor-Leste também tem esses ecossistemas?
3. Por que motivo as ilhas são consideradas vulneráveis? Quais são as principais pressões antrópicas que afetam o meio marítimo e costeiro?
4. Por que motivo as ilhas exercem uma grande atração sobre os turistas? Quais são os fatores que explicam o seu crescimento turístico? Qual é o desafio que as ilhas enfrentam atualmente enquanto destino turístico?



### 1.3. Especificidades do turismo na Ásia-Pacífico

Com quase 204 milhões de chegadas internacionais em 2010, a região da Ásia-Pacífico tornou-se, a partir de 2003, o segundo grande destino turístico do mundo. Por outro lado, é também o segundo polo emissor turístico do mundo. Este crescimento assenta no aumento do fluxo de voos intercontinentais em direção à Ásia-Pacífico (provenientes da Europa e da América, por exemplo), mas, fundamentalmente, no aumento do fluxo de voos intrarregionais, isto é, dentro da própria região, com destaque para a Ásia de Este (nordeste asiático e sudeste asiático). Este desenvolvimento decorre do extraordinário crescimento económico e da urbanização acelerada que a Ásia de Este, sobretudo os «dragões» (Coreia do Sul, Hong Kong, Singapura, Taiwan) e os «tigres» (Tailândia, Malásia, Indonésia), conheceu durante as décadas de 1980 e de 1990. Ou seja, **quase 80% dos turistas estrangeiros que chegam aos países da zona da Ásia-Pacífico provêm desta área geográfica e a grande maioria é asiática**. É importante sublinhar este aspeto, pois o turismo é, geralmente, associado às sociedades ocidentais. Pelas mesmas razões, conjugadas também com as alterações sociais decorrentes de um grande crescimento urbano, esta região conheceu, no mesmo período, um crescimento importante ao nível do turismo doméstico, no seio dos diferentes países desta zona.

Com mais de 111 milhões de turistas internacionais em 2010, o nordeste asiático concentra a maioria dos fluxos internacionais para a região (12% das chegadas internacionais mundiais). Nesta região, a «China» (China-Macau-Hong Kong) regista 44% dos fluxos com destino à Ásia do Pacífico e 80% dos fluxos com destino ao nordeste asiático. Com 70 milhões de chegadas internacionais em 2010, o sudeste asiático tem um peso de 7% nas chegadas totais mundiais. Quanto à Oceânia e à Ásia do Sul, cada uma das duas sub-regiões recebe 1,2% dos fluxos turísticos internacionais mundiais.

Ainda a propósito da Ásia do Sudeste, o peso desta sub-região deve-se à presença dos principais países recetores de turistas na região: Malásia, Tailândia, Singapura e Indonésia. Os países do sudeste asiático Peninsular que apareceram só no início dos anos 90 na cena turística internacional, tais como o Camboja, o Laos e o Vietname, conheceram um crescimento notável das chegadas internacionais. Toda esta zona (o sudeste asiático

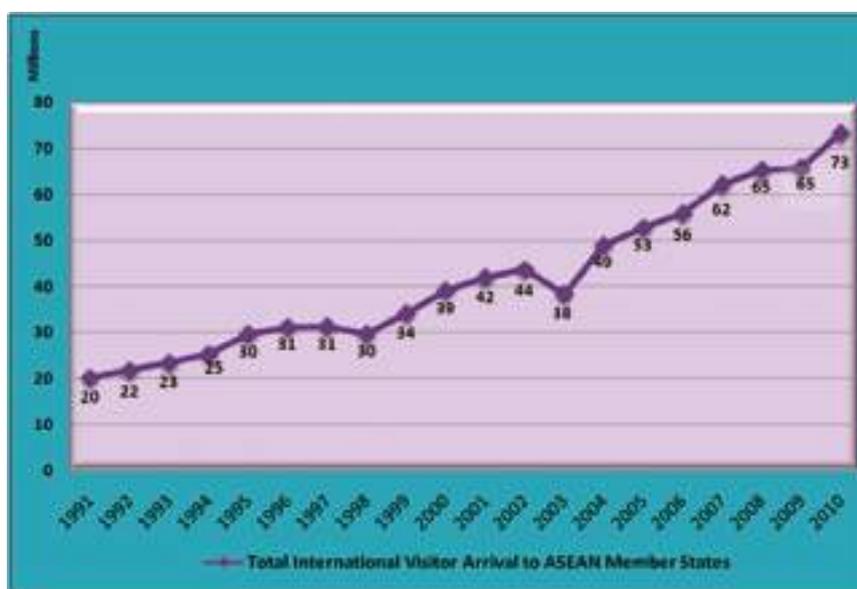


em particular) beneficiou da oferta crescente de voos *low cost* por parte de companhias aéreas sediadas em Singapura, na Malásia e na Tailândia.

Os gráficos das figuras 6 e 7 mostram o crescimento turístico da região da Associação das Nações do Sudeste Asiático (ASEAN) e por países, respectivamente. O mapa da figura 8 representa as chegadas de estrangeiros à região Ásia-Pacífico, nomeadamente aos países do sudeste asiático.

- Atualmente, a região do sudeste asiático, enquanto região geográfica, concorda com a região da ASEAN, na qualidade de organização política. Deste modo, as informações dadas sobre a ASEAN também correspondem aos países do sudeste asiático. Só falta Timor-Leste, que deverá juntar-se à ASEAN nos próximos anos. Timor-Leste não aparece nos gráficos porque entrou na cena do turismo internacional muito recentemente e porque ainda recebe muito poucos estrangeiros para férias.

Figura 6. Gráfico das chegadas internacionais totais à região da Associação das Nações do Sudeste Asiático (ASEAN) (1991-2010)



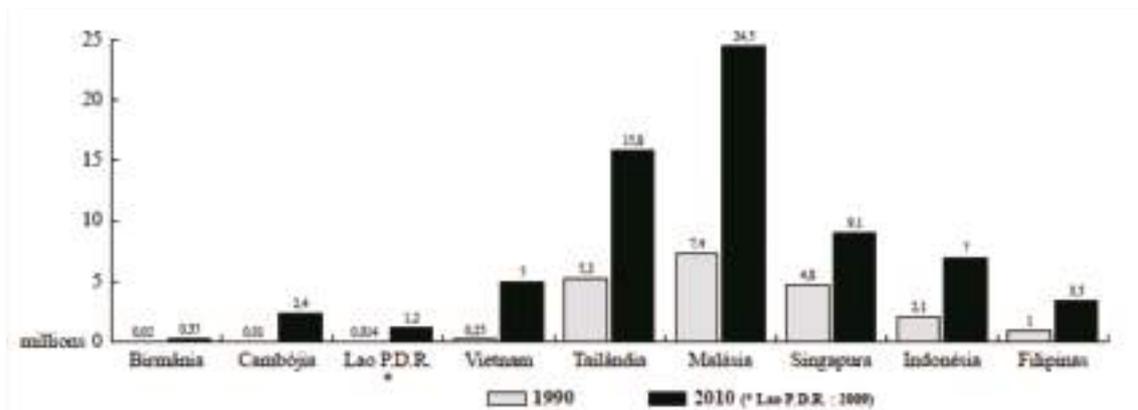
Fonte: [www.aseansec.org/19595.htm](http://www.aseansec.org/19595.htm)

A par do crescimento contínuo, constatamos no gráfico acima algumas fases de redução do número de turistas: 1998, 2003 e 2009. Em 1998, a redução corresponde à crise



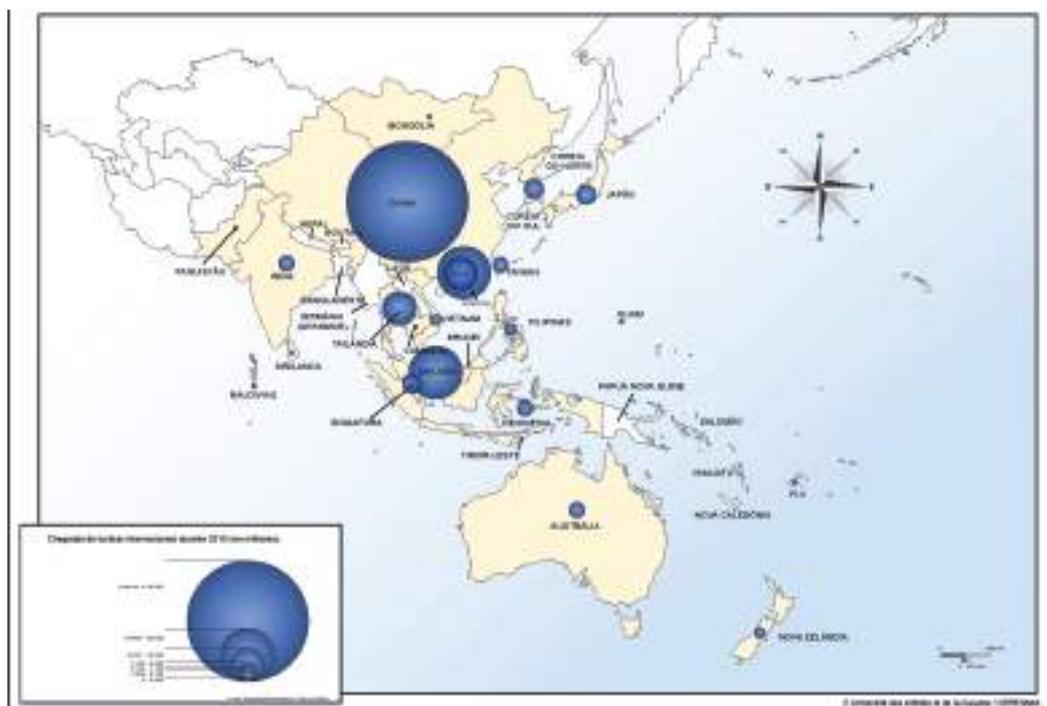
financeira asiática acompanhada de conflitos sociais; em 2003, deve-se à crise sanitária, com uma doença respiratória que afeta muitos países asiáticos, e ao atentado terrorista em Bali, no fim de outubro de 2002 (mais de 200 mortos, entre os quais um grande número de turistas); em 2009, fica a dever-se à crise económica mundial.

Figura 7. Gráfico da evolução das chegadas turísticas aos países do sudeste asiático, 1990 e 2010 (em milhões)



Fonte: Organização Mundial do Turismo, 2011.

Figura 8. Mapa das chegadas turísticas internacionais aos países da Ásia-Pacífico (2010)



Fonte: Universidade das Antilhas e da Guiana Francesa / CEREGMIA, segundo a Organização Mundial do Turismo, *Faits saillants OMT du tourisme*, edição 2011, p. 7.



O interesse do mapa é visualizar a informação apresentada. Assim, observa-se com facilidade a hierarquia dos países relativamente ao número de turistas recebidos.

### *Exercício 3.*

Descreva os principais fenómenos representados nas figuras 6, 7 e 8.

## *1.4. Destinos turísticos e principais mercados do sudeste asiático*

Como as figuras 6, 7 e 8 nos mostram, a Indonésia, a Malásia, a Tailândia e Singapura são os maiores países recetores da região do Sudeste Asiático. A antiguidade do turismo, as dinâmicas económicas (por exemplo, no domínio do turismo de negócios), os equipamentos turísticos e uma política de turismo favorável são alguns fatores que explicam o número de turistas recebidos. O número reduzido de turistas recebidos pela tríade Camboja-Laos-Vietname deve-se à recente chegada destes países à cena turística internacional, o que só aconteceu após os anos 90. Na Birmânia, verifica-se ainda uma condicionante política, em razão de um regime ditatorial que foi internacionalmente boicotado, especialmente no setor do turismo. Com a sua democratização recente (2011), o país deverá ser alvo de fluxos turísticos crescentes. Além do número de turistas, o elemento mais importante é o planeamento e a gestão dos territórios e dos recursos turísticos.

- Aquilo a que chamamos política de turismo favorável é, na verdade, um conjunto de medidas favoráveis à mobilização de turistas, por exemplo, a facilidade de entrada no país (se são precisos vistos ou não, se os vistos são pagos ou não, se o período de permanência autorizado é de um mês ou menos/mais, etc.), as infraestruturas de acesso ao país, como aeroportos e portos, as estradas e os transportes, a eletrificação generalizada, a oferta ao nível do alojamento, os equipamentos de lazer e as animações turísticas, etc.

Os recursos turísticos da região da Ásia do Sudeste e dos países que a compõem são numerosos: o ambiente natural e cultural, o património monumental histórico, as animações turísticas, entre outros.



Muitas vezes, as cidades constituem os principais destinos turísticos, não só porque funcionam como portas de acesso aos países e aos pontos turísticos, mas também porque têm um património histórico e uma oferta cultural vastos. O **centro histórico** das cidades de Bangucoque (Tailândia), de Kuala Lumpur (Malásia), de Manila (Filipinas), de Phnom Penh (Camboja), de Hanói (Vietname) e de Yogyakarta (Indonésia) é largamente procurado pelos amantes do turismo urbano.

*Figura 9. Fotografia do centro histórico de Kuala Lumpur*



© Christine Cabasset

*Figura 10. Fotografia de um dos numerosos templos de Bangucoque (Tailândia)*



© Christine Cabasset



A região Ásia-Pacífico é, ainda, conhecida pelo património monumental existente fora das cidades, ligado aos antigos reinos. Os monumentos mais conhecidos e que atraem turistas do mundo inteiro são o templo budista **Borobudur** (ilha de Java, Indonésia) dos séculos VIII e IX, inscrito na lista do Património Mundial Cultural da Unesco, em 1991, e o complexo arqueológico do antigo Império Khmer **Angkor** dos séculos IX-XV, inscrito na lista do Património Mundial Cultural da Unesco, em 1992).

*Figuras 11, 12 e 13. Fotos do templo Budista Borobudur (Java Central, Indonésia).*

*Três fotografias © Christine Cabasset*



Também **as costas e as ilhas** fazem parte dos lugares mais visitados e alguns espaços naturais têm mesmo uma reputação mundial, como é o caso da baía de Há Long, no Vietname, considerada Património Mundial Natural da UNESCO. A maioria dos litorais é, cada vez mais, urbanizada para receber turistas e, muitas vezes, a preservação do meio ambiente não é tida em consideração.



*Figura 14. Foto da Baía de Há Long (Vietname)*



© Christine Cabasset

*Figura 15. Foto da ilha de Cat Ba, Baía de Há Long*



© Christine Cabasset

Há praias que recebem muitos turistas, quer domésticos, quer estrangeiros. As de Bali (Indonésia), de Da Nang (Vietname), das ilhas de Pinang e de Langkawi (Malásia), de Phuket e de Koh Samui (Tailândia) são algumas das mais conhecidas na Ásia do Sudeste.



Além de visitar os lugares mais conhecidos, há turistas que gostam de visitar e de se demorar no **meio rural**, de descobrir o património local (natural, cultural, histórico) e de conviver com os habitantes. Esta forma de turismo existe em todos os países da região do Sudeste Asiático. Os vulcões e as montanhas da Indonésia, das Filipinas, do Laos, da Tailândia, do Vietname, da Malásia, etc., são também muito procurados pelos turistas.

*Figura 16. Trekking na ilha de Flores (Indonésia)*



© Christine Cabasset

### **Os mercados turísticos da Ásia do Sudeste**

Com estes recursos turísticos, a região da Ásia do Sudeste tem capacidade para atrair todos os tipos de mercado turístico:

- Turismo urbano;
- Turismo litoral (sol e praia);
- Turismo cultural;
- Turismo de negócios;
- Turismo rural e ecoturismo;
- Turismo desportivo e de aventura;
- Turismo religioso;
- Turismo de saúde.



## 2. Turismo em Timor-Leste

### 2.1. Apresentação dos principais componentes naturais, socioeconómicos e culturais do país

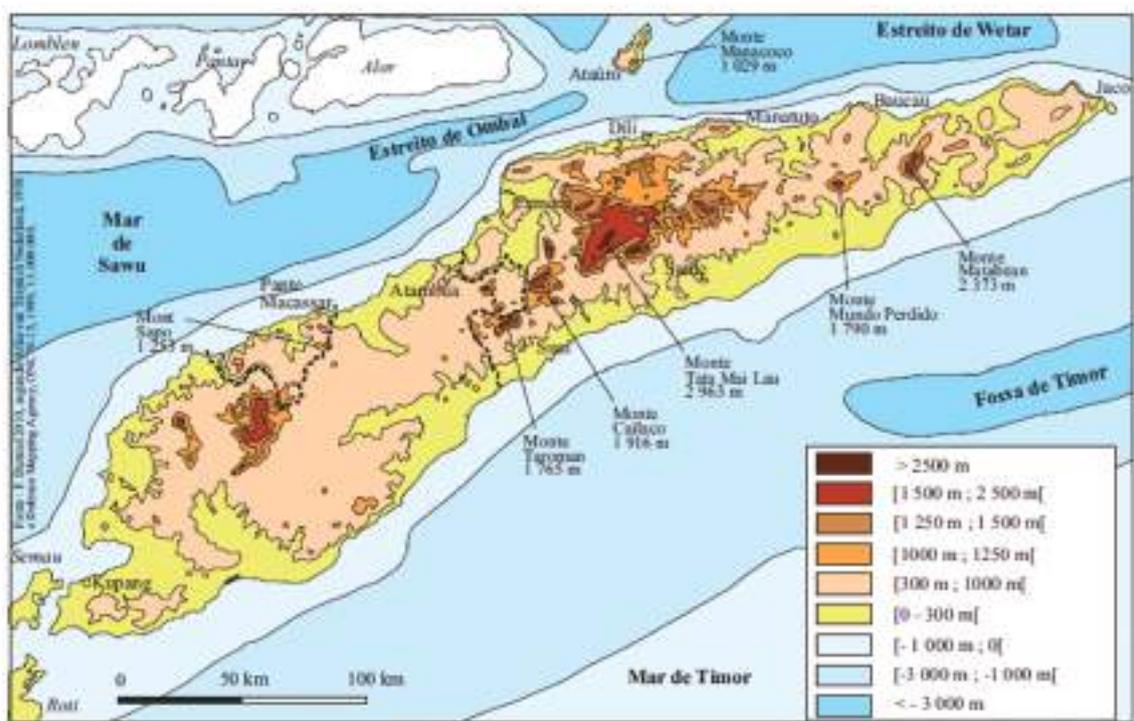
Timor-Leste situa-se a norte da Austrália, no extremo do sudeste asiático, no prolongamento das ilhas de Sonda indonésias. O território de Timor-Leste ocupa a parte este da ilha de Timor, mais o enclave de Oecússi e, ainda, as ilhas de Ataúro e de Jaco. A superfície total da ilha de Timor é de 30 000 km<sup>2</sup>, ao passo que a superfície de Timor-Leste é de 15 000 km<sup>2</sup> (14 610 km<sup>2</sup>). O relevo da ilha de Timor é importante, especialmente na parte este. Timor-Leste é um país muito montanhoso, com a presença de uma cordilheira montanhosa, que vai do Monte Taroman, próximo da fronteira com Timor Oeste, até ao Monte Matebian, na parte este. Há dezenas de picos com uma altitude superior a 1 500 metros. Por outro lado, e ao contrário da maioria das ilhas de Sonda indonésias, como Sumatra, Java, Bali, Lombok, Sumbawa, a ilha de Timor quase não tem atividade vulcânica. Na verdade, não há vulcões nem em Timor Oeste nem em Timor-Leste.

Os picos Tata Mai Lau (Ramelau), com uma altitude de quase 3 000 metros, e o Monte Matebian (2 373 metros) são os mais altos do país e são, também, os mais conhecidos pelos turistas. As regiões montanhosas de Timor-Leste têm um papel importante porque são muito habitadas e, ainda, porque há turistas que gostam de fazer montanhismo (*trekking*), isto é, de percorrer as montanhas a pé.

**A costa de Timor-Leste é comprida, estendendo-se ao longo de 800 km.** É uma costa diversificada, por vezes, baixa, com a presença de planícies costeiras, especialmente na costa sul; e também na costa norte,, como a planície costeira de Díli ou aquela que vai de Baucau até Laga, que é mais longa e larga e onde é cultivado o arroz. A costa é importante não só porque os pescadores vivem do mar, mas também porque gera turismo, sobretudo quando há praias de areia. A costa também pode ser muito alta, com falésias acima do mar, por exemplo, a de Tutuala, onde foi construída uma pousada durante o período colonial português (antes de 1975).



Figura 17. Mapa do relevo de Timor-Leste



© Frédéric Durand, in Timor-Leste: Um Atlas Histórico-Geográfico, 2010, Lidel, Lisboa/Portugal.

**Timor-Leste faz parte da região climática de tipo tropical seco.** Quando nos aproximamos da linha do Equador, o clima passa de tropical seco a tropical húmido e, por conseguinte, a precipitação aumenta (a quantidade de chuvas pode ser superior a 3 000 mm ou 4 000 mm por ano). A ilha de Timor, que fica mais afastada do Equador (8°-10° de latitude sul / hemisfério sul) e próxima da Austrália (grande parte da superfície australiana regista menos de 1 000 mm de chuvas por ano), é mais seca. Na ilha de Timor, há uma diferença geográfica entre a costa norte de Timor-Leste, mais seca, e a cordilheira montanhosa do centro do país e o sul desta cordilheira, onde chove com muito mais frequência. Por exemplo, Ainaro regista mais de 1 800 mm de chuva por ano; Viqueque, 1 500 mm; Díli, 800 mm.

Os índices de pluviosidade (chuva) dependem também da estação do ano, sendo muito significativa a diferença registada entre **a estação seca e a estação das chuvas**. Os meses secos vão de junho/julho até outubro, período durante o qual quase não chove e a terra fica muito seca, o que dificulta a prática da agricultura. Ao contrário, durante a estação de chuvas, registam-se fortes chuvadas, em especial nos meses de janeiro, fevereiro e março, e ocorrem com frequência inundações e desmoronamento de terras.



Estas são informações relevantes para o setor da agricultura, mas também para outras atividades humanas, isto porque, na estação seca, pode faltar água e/ou, na estação das chuvas, as estradas podem ser cortadas ao trânsito e os transportes podem deixar de circular, impedindo a comunicação entre povoações. Outro setor condicionado pelo clima característico do país é o do turismo, sendo que a estação mais turística é a mais seca. O facto de nas montanhas chover mais obriga os turistas e os guias turísticos a trazerem com eles mais roupa, para se protegerem do frio e da chuva durante o *trekking* até ao topo da montanha.

### **Geografia e diversidade da população**

De acordo com testemunhos existentes nas grutas de Tutuala, a presença humana em Timor-Leste data de há 42 000 anos.

As zonas com maior densidade populacional (população por km<sup>2</sup>) são, hoje em dia, os distritos de Díli, Ainaro, Ermera, Bobonaro, Aileu, Liquiçá e Baucau. A distribuição e a densidade da população são determinadas por fatores naturais, que podem ser mais ou menos favoráveis à atividade agrícola (é, contudo, curioso verificar que as montanhas de Timor-Leste são populosas), e por fatores históricos. A colonização portuguesa e a colonização indonésia desempenharam um papel importante na distribuição da população pelo território.

Timor-Leste é um país diversificado. Há muitas outras nações no mundo que conhecem também uma grande diversidade etnolinguística (culturas, tradições (*adat*) e línguas diferentes), tais como a China, a Indonésia e as Filipinas.. Em Timor-Leste, e segundo os Censos de 2010, há mais de trinta línguas, das quais cerca de vinte são bastante faladas. As quatro línguas com maior número de falantes são o tétum, que é uma das duas línguas nacionais e a maior língua veicular, o mambai, o macassai e o fataluku. Esta diversidade etnolinguística manifesta-se através de rituais culturais diferentes de um grupo para o outro. A religião católica (96,9% da população,, segundo o Censo de 2010) coabita com as religiões protestante e muçulmana e com o «animismo», testemunhando um forte respeito pelas tradições e pelos rituais locais (por exemplo, cerimónias agrícolas, de clã, de casamento, de nascimento, funerais, etc.).



A propósito da diversidade cultural, importa aqui aludir a um elemento fundamental nas sociedades timorenses: a **Uma Lulik** (casa sagrada). Para nos ajudar a compreender a importância das *Uma Lulik*, apresentamos aqui um excerto do texto «Uma Lulik. Património sasukat laek ba identidade cultural Timor Leste»<sup>2</sup>, da autoria de Eugénio Sarmiento (Direção Nacional da Cultura):

«Kultura Timor Leste nia origem maka mai hosi ema Timor oan duni tamba cultura ne iha wainhira iha ema. Iha kontestu Cultura Timorensis ohin loron ita nia cultura hotu sempre baseia ba ema Timor oan sira nia konsiensia N no matenek nebe hatur nanis ona iha Uma lulik no Uma Fukun. Ho lian seluk katak Timor nia kultura original maka Uma Lulik tamba Uma Lulik maka sentru ba sosio-cultural, Religiao, politika, Seguransa, Historia, Arquitectonica, Ekonomia, Agrikultura, Gerasaun nia hun (Arvore da Familia). [...]

### **1. Uma Lulik Nu'udar Timor Nia identidade**

Uma Lulik mak Centru ba Sosio-Cultural no hun (origem iha lian Portugues) ba ita nia kultura original hosi clan ka entidade ida-idak iha Timor Leste no cultura principal no spesifiku ba entidade nia “...direito hodi valoriza, promove, preserva no divulga valores culturais” (Lei Inan: 59:6) hodi hametin relasaun familiar no unidade ba comunidade iha base.

Liu hosi Lulik Na'in no Lia Na'in iha Uma Lulik ho Lia Na'in hosi Uma Fukun/ Lisan sira maka kria relasaun diak entre etnologia ida ho etnologia seluk (Fataluku-Mambae-Makasae-Bunak-Tetum-Dawan sst.) liu hosi relasaun Fetosan-Ummame, gerasaun ida ba gerasaun seluk no poder ou “Ukun no Badu” (Governar iha lian Portugues) no hosi ne mak ita bele haburas, dame, tranquilidade, identidade cultural hodi hametin Unidade Nacional, di'ak liu tan.

### **2. Uma Lulik Hanesan Dalan Buka Maromak**

Hosi Uma Lulik mak fo influencia speritual ba entidade ida-idak hodi halo serimonia tradicional oin-oin hodi adora, husu tulun no hasa'e karan (oferta

<sup>2</sup> in Carvalho do Amara D. (Ed.), 2011, *Matenek lokal Timor Nian!*, Unesco, Jakarta, pp. 13-20.



iha lian Portugues) ba Aman Maromak liu hosi fo han Rai Na'in iha foho lulik, fatuk lulik, ai-hun lulik, Inur lulik, be matan lulik, Lulain (Bei Ala dalas hitu ba leten), serimonia lia moris, lia mate-toli mate (serimonia haruka mate klamar ba mundu seluk/Lalehan), justisa, seguransa, kero udan inklui serimonia ritual tradisional tinan-tinan hanesan Sau batar. Mesmu que nune; "Uma lulik la'os Maromak Nia horik fatin, maibe Uma Lulik hanesan dalan ida atu buka Maromak" (Homilia Amo Bispo D. Basilio do Nascimento iha Inagurasaun Santuario Nacional Aitara, Soibada Outrubro 2004). Iha Uma Lulik laran no Ksadan (Tetum Loromonu), Nanur (Tetum Lorosa'e), Ai-tosa/Fatu-bosa (Mambae), Thala (Bunak), Burak (Galole), Eteu-Ruha'a (Fataluku), Robo (Makasae), Faut Kanaf (Baikenu), hanesan fatin ka altar lulik hodi tau oferta ka halo sakrifício ba animal sira nu'udar fatin no karan hodi hasa'e/husu no buka Maromak nia kmanek nebe tradicionalmente ita la konhece lolós Maromak ne mak se? Maibe Timor oan fiel nafatin ba Maromak no sempre buka Maromak liu hosi dalan oi-oin liu-liu hosi Knua sira be iha Uma Lulik no Ai-Tosa.

### 3. Kontribuisaun Uma Lulik ba Libertasaun Nasional

Hanesan Fiar Politeisme Uma Lulik mos fo dalan atu halo oráculo tradisional (hare sorti no si'ik futuru) liu hosi haré urat iha Mama malus, Buti Surik isin, Manu, Fahi, Bibi no Karau Timur no mos atu foti lider tradisional ruma hanesan Liurai. Uma Lulik mos fo kontribuisaun bot ba prosesu Ukun Rasik An liu hosi Biro (Amuleto iha lian Portugues) sira nebe foti hosi Uma Lulik hodi proteje Funu Na'in sira hodi halo funu durante tempu resistencia.[...] Durante tempu resistencia Uma Lulik barak maka nia na'in sira abandona hela to'ó at ka dodok rasik, tamba mate mohu ou balun sei moris no ho laran tebes hakarak atu hatutan fila fali sira nia heransa hosi Bei Ala sira ne hodi hari hikas fali sira nia Uma Lulik ka Uma Fukun, maibe kbit (ekonomikamente no sistema lisan nebe ladun favorece ona) laiha atu reconstrui. Uma Lulik refere mos barak liu maka hetan sunu no estraga hosi inimigo sira no afecta ba rikuso (le:sasán) lulik barak (osan mean/mutin, Belak, Kaibauk, Fugador, Carta Patente, Rota, Surik sst. nebe nia valor sasukat laek (valor incalculável



iha lian Portugues-tak ternilai iha lian Indonesia) maka lakon to ohin loron. Tamba haksolok naresin hafoin ita hetan Libertasaun Nacional mak Uma Lulik hanesan rikusoi principal ba ita nia cultura sai ona preokupasaun ema hotu nian tambá ne, kuaze comunidade hotu manifesta valor lisan tangivel no intangivel nian liu hosi reconstrui fila fali sira nia Uma Lulik ho orgulho, nebe oras ne buras tebes iha território laran tomak. Hanoin no atectude hirak ne hanesan honra bot ida ba Timor Leste nia Ukun Rasik An.

Arquitectura tradicional Uma Lulik ho esculturas (ukiran iha lian Indonsia) nebe kapas no Fatin Orákulu tradisional/Ai-tos no Fortaleza tradisional sira nebe iha valor estetika, arte-cultura no historika nebe kle'an precisa ita proteje no haburas tamba buat hirak ne importante tebes ba Timor nia gerasaun foun, tradisaun, ciencia, historia, arte, etnografia, dansas tradicionais, Foc Lore, identidade, humanismo, natureza no Fiar ba Maromak. Wainhira Comunidade restaura sira nia patrimonio Uma Lulik ho nia arquitectura tradicional tipika oi-oin nebe spesífiku, eskulturas nebe kapas ho nia aparência nebe furak tebes, sei fo vantagem diak liu tan hodi hamosu talenta individual no hasa'e no haburas actividades culturais tamba ida ne sei fo vantagem atu atrai no dada ema Tasi Balu (le:Turista) atu mai investe sira nia kapital no kria kampu servisu hodi hasa'e ekonomia iha ita nia rain no fo vantagem ba moris diak.[...]».

*Figura 18. Foto de uma Uma Lulik, na região de Lautém*



© Christine Cabasset



Figuras 19 e 20. Fotos da porta e escultura de Uma Lulik



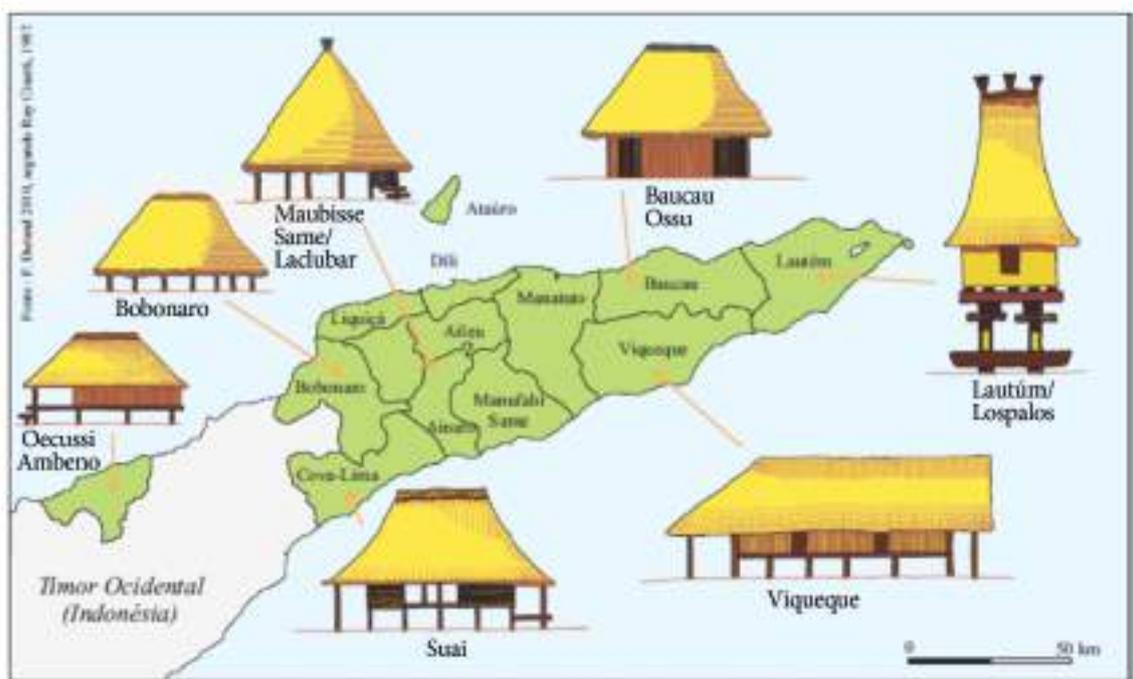
Fonte das fotografias: Secretariado de Estado da Cultura

As portas e objetos como estátuas das casas tradicionais e, sobretudo, das casas sagradas (*uma lulik*) são de grande interesse para os turistas, no entanto, estes apenas têm acesso às casas tradicionais (casas antigas habitadas). Na verdade, os turistas têm de pedir autorização ao *Lia Nain* para ver a arquitetura exterior das casas sagradas, sendo que, normalmente, o acesso ao interior lhes é vedado. A Secretaria de Estado da Cultura de Timor-Leste guarda numerosos objetos deste tesouro cultural nacional, que se encontram reunidos numa coleção. A construção e a abertura do Museu Nacional permitirão expor esta coleção e dá-la a conhecer a um maior número de pessoas: timorenses, estrangeiros, turistas domésticos/internos e turistas internacionais.

Outro aspeto interessante é o facto de as casas tradicionais diferirem de região para região, o que confirma a diversidade cultural anteriormente referida. Segundo Ruy Cinatti, existem sete grandes tipos de casas tradicionais: Suai, Oecússi, Bobonaro, Maubisse/Same/Laclubar, Baucau/Ossu, Viqueque e Lautém/Los Palos.



Figura 21. Os sete tipos de casas regionais, segundo Ruy Cinatti



© Frédéric Durand, 2010, segundo Ruy Cinatti, 1987.

O património arquitetónico de Timor-Leste é composto por edifícios do período colonial português (antes de 1975), que se encontram presentes em todo o país: casas privadas (no bairro do Farol, em Díli, por exemplo), edifícios do governo e administrativos (o Palácio do Governo; uma parte da universidade nacional - UNTL -, que era a câmara municipal e, mais tarde, se tornou num liceu; e a maioria das pousadas, que eram as casas dos administradores coloniais), mercados (antigo mercado de Baucau ou o antigo mercado de Díli - mercado lama -, que, atualmente, é o Centro de Convenções e Exposições), etc. A ocupação indonésia também deixou um património arquitetónico considerável, quer sob a forma de casas privadas quer sob a forma de edifícios administrativos (o bairro administrativo de Caicoli tem muitos edifícios que foram construídos nessa altura).

O património histórico colonial é um testemunho da História de Timor-Leste. Além disso, constitui parte dos recursos turísticos do país, assumindo especial importância no âmbito do turismo urbano, cultural e religioso. Da América do Sul, passando por África, até à Ásia, a arquitetura típica colonial aí existente (do século XVI até 1970) é apreciada pelos turistas ocidentais.



*Figura 22. Foto da antiga prisão de Ai Pelo (Liquiçá)*



Antiga prisão de Ai Pelo (Liquiçá), onde foram detidos centenas de timorenses e de portugueses entre o século XIX e 1930. Em maio de 2012, foi declarada espaço cultural, pela Secretaria de Estado da Cultura. Fonte: © Christine Cabasset

*Figura 23. Foto do Palácio do Governo (Díli)*



Fonte: © Christine Cabasset



Outra manifestação clara da diversidade cultural é o artesanato. Os tais constituem, hoje, um dos produtos artesanais timorenses mais conhecidos. Diversas associações nacionais, como a Fundação Alola, valorizam este produto quer como expressão da cultura local quer como fonte de recursos para as mulheres. Mas há muitos outros produtos artesanais: joias em prata, ourivesaria, cestaria, estatuetas e esculturas em madeira, olaria... E há, também, uma grande riqueza musical!

Para nos ajudar a compreender o processo de fabricação dos tais, apresentamos aqui um excerto do artigo «Soru Tais Nudar matenek lokal no spesializasaun ida husi Inan-Feto Timor-Leste nian»<sup>3</sup>, da autoria de Cecília da Fonseca (Alola Foundation):

«Tais liu husi prosesu lubuk ida hanesan: hahu husi desenvolve kabas rahun to’o sai kabas, tuir fali mak utiliza ai houris nudar ko’or natural ba hako’or kabas, tuir fali mak hoban kabas ba iha ko’or ne’ebe produs ona husi material natural lokal sira. Tuir fali mak hamina kabas hodi hametin no halo nabilan kabas nia ko’or no ikus liu maka hahu soru tais ne’e rasik. Prosesu sira ne’e hotu, iha tempu beiala sira utilize metodu tradisional no natural. Emar ne’ebé soru tais utilija riku-soin natureza ne’ebé hetan iha sira nia hela fatin besik sira nia knua nudar material basiku ba halo tais. Matenek local ne’ebé folin liu iha prosesu ba soru tais maka prosesu halo kabas no hako’or kabas. Kabas halo husi aihoris/ai kabas ne’ebé moris barak iha Timor- Leste, ko’or mai husi tipu aihoris barak. Aihoris ba hako’or kabas mai husi aihoris nia tahan, abut, kulit, musan, no seluk tan. Barak liu aihoris sira hetan duni iha fatin emar soru tais.»

*Figura 24. Foto de tais  
de Timor--Leste*

Exposição de tais na Fundação Alola  
(Díli/Timor-Leste)

© Christine Cabasset



3 in Carvalho do Amara D. (Ed.), 2011, *Matenek lokal Timor Nian!*, Unesco, Jakarta, pp. 21-25.

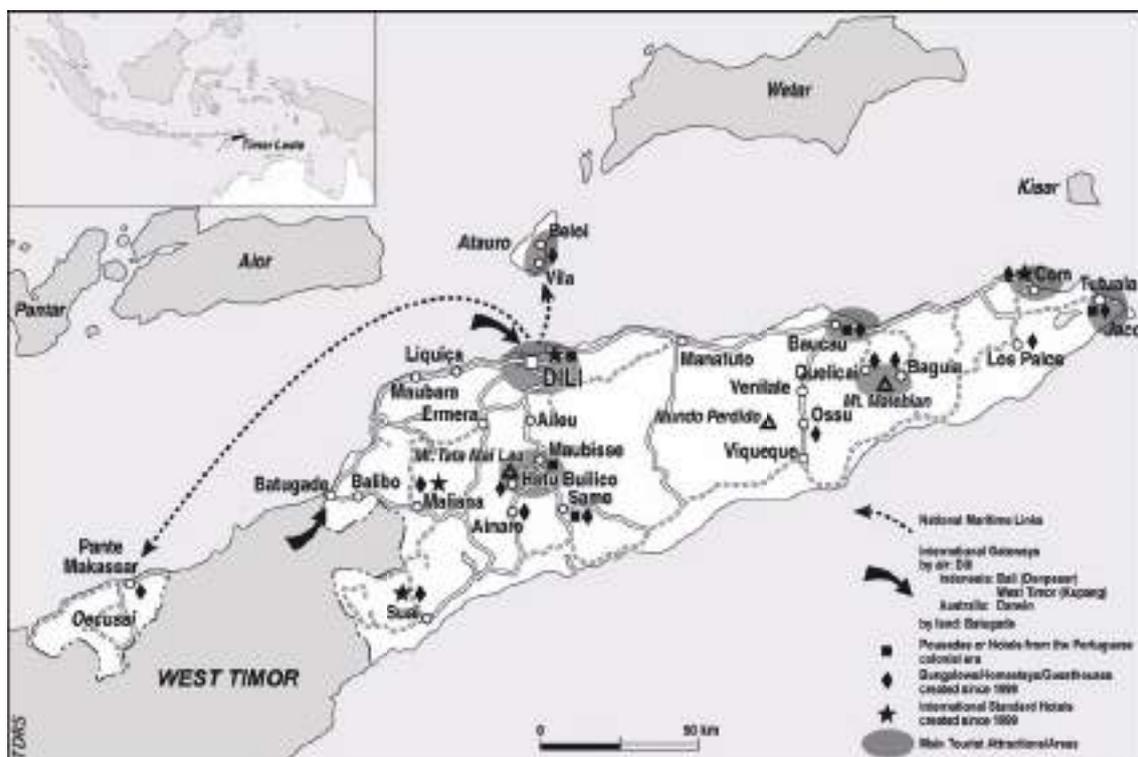


## 2.2. Identificação das principais regiões e destinos turísticos

As principais regiões e destinos turísticos são:

- Díli, incluindo a ilha de Ataúro;
- A região do Ramelau e, em particular, Maubisse e Hatu Bulico;
- A região de Baucau e, em particular, a cidade de Baucau;
- A região de Lautém e, em particular, Com e Tutuala.

Figura 25. Mapa turístico de Timor-Leste, 2012



© TDRS e Christine Cabasset (atualização de duas versões precedentes, a última publicada em 2009: Cabasset C. e Durand F. (Eds), East-Timor. How to build a new nation in Southeast Asia in the 21st Century?, IRASEC - CASE, Bangkok, p. 222.



## Exercício 4.

Com base nas informações geográficas fornecidas pelos textos e o mapa acima, responda às seguintes questões:

1. De que maneira o quadro natural e cultural influencia a atividade turística em geral?
2. Dê exemplos de recursos turísticos, ambientais e culturais em Timor-Leste.
3. Quais são os acessos aéreos e terrestres internacionais? Quais são os acessos marítimos nacionais? Quais são os destinos principais?
4. Quais são ou podem vir a ser os mercados turísticos privilegiados em Timor-Leste e por que razões? Qual o tipo de alojamento turístico oferecido pelo país?

Para perceber o que é importante para os turistas e como os recursos turísticos são valorizados, reproduzimos aqui alguns textos do guia turístico *Timor-Leste*, da coleção *Lonely Planet*.



Figura 26. Síntese da oferta turística em Timor-Leste

Díli	Este de Díli	Oeste de Díli
Eventos √√√	Praias √√√	Património colonial √√√
Mergulho √√√	Mergulho √√√	Mergulho √√
Jantar √√√	Trekking √√√	Fonte de água √√√
<p><b>Eventos</b></p> <p>Díli recebe todos os eventos de Timor-Leste, incluindo a maratona de Díli e o Tour de Timor. Pode-se, também, passar de noite na Sunset fair.</p> <p><b>Mergulho</b></p> <p>Alguns dos melhores locais de mergulho em Timor-Leste situam-se em Díli, em frente às embaixadas. Não é preciso ir longe para ver uma grande variedade de vida marinha e de recifes de coral.</p> <p><b>Jantar</b></p> <p>As opções para o jantar em Díli superam as expectativas para uma cidade da sua dimensão. Peixe e lagosta frescos são servidos em restaurantes de topo de gama, mas também em barracas junto à estrada.</p>	<p><b>Praias</b></p> <p>As praias de areia branca da costa norte, situadas a leste de Díli, são incríveis e a maior parte do tempo estão desertas. Um verdadeiro pedaço de paraíso é a praia de Tutuala.</p> <p><b>Mergulho</b></p> <p>Alguns dos melhores locais de mergulho em Timor-Leste encontram-se a uma hora de Díli. Muralhas, inúmeros peixes e corais intactos podem ser encontrados aqui.</p> <p><b>Trekking</b></p> <p>Outrora, o Este foi refúgio da resistência, mas agora é o nirvana dos trekkers. O monte Matebian e o «mundo perdido» esperam ser explorados.</p>	<p><b>Património colonial</b></p> <p>As antigas fortalezas portuguesas e holandesas localizadas em Maubara e em Balibó, completadas com canhões, são alguns dos melhores exemplos de arquitetura colonial no país. Também é possível dar uma olhadela à antiga colónia de Bobonaro.</p> <p><b>Mergulho</b></p> <p>O mergulho World-class de Timor-Leste estende-se do oeste de Díli a Maubara. No entanto, existem mais alguns excelentes locais de mergulho noutros pontos da mesma costa.</p> <p><b>Fonte de água</b></p> <p>Timor-Leste possui inúmeras nascentes de água quente, mas as de Marobo são, de longe, as melhores e as mais populares. Foram desenvolvidas pelos portugueses como um resort, na era colonial.</p>



Sul de Díli Trekking vvv Praias vv História vv	Ilha de Ataúro Descanso vvv Mergulho vvv Trekking vv	Oecússi Património colonial vvv Trekking vvv Snorkelling vvv
<p><b>Trekking</b> Três horas de subida ao topo do Monte Ramelau é um ponto obrigatório para os visitantes. Uma visão espetacular de Timor-Leste a partir do pico mais alto.</p> <p><b>Praias</b> Apesar de não tão bonitas como as da costa norte, as praias de areia mais escura do Sul são boas para a nataçã o e, em certas alturas, para o surf. É aconselhável prestar atenção aos avisos dos habitantes locais sobre a presença de crocodilos em algumas praias.</p> <p><b>História</b> A norte de Díli fica Dare, onde existe um museu que celebra os timorenses, os portugueses e os australianos que aqui lutaram contra os japoneses durante a Segunda Guerra Mundial. Testemunhos históricos podem ser vistos em Aileu e em Betano.</p>	<p><b>Descanso</b> Os eco-resorts da ilha de Ataúro são lugares perfeitos para descansar durante alguns dias, ler e apreciar o ritmo pacífico da ilha.</p> <p><b>Mergulho</b> Existem alguns locais de mergulho fantásticos por toda a ilha. Aventuram-se aqui menos mergulhadores, mas os que lá vão são largamente recompensados com a vida marinha e coral. Entre Díli e Ataúro também podem ser avistadas algumas baleias que migram.</p> <p><b>Trekking</b> Menos desenvolvidos do que algumas outras caminhadas, ainda há muito para explorar para os mais aventureiros, embora seja melhor ir com um guia. O Monte Manucoco, o pico mais alto da ilha de Ataúro, é um ótimo ponto de partida.</p>	<p><b>Património colonial</b> Os portugueses desembarcaram em 1540, em Lifau, onde hoje existe um memorial. O velho forte de Fatusuba é um testemunho fascinante, que vale a pena explorar durante algum tempo.</p> <p><b>Trekking</b> Para os trekkers aventureiros, Oecússi tem muito para oferecer. Caminhadas mais curtas incluem a aldeia de Kutek, no nordeste de Oecusse.. Guias podem conduzir os turistas por longas caminhadas e apresentar-lhes outros lugares espetaculares do enclave.</p> <p><b>Snorkelling</b> Embora não exista nenhum sítio de mergulho aqui, é possível fazer snorkelling. Não muito longe de Pante Makassar, há uma praia em frente ao concelho (administração) ou perto do ex-compound dos peace-keepers japoneses, até Mahata.</p>

Fonte (tradução do inglês para o português, por Christine Cabasset): excerto do guia turístico *Timor-Leste*, Lonely Planet, pp. 30-31.



## Exercício 5

Analise a figura 26 e responda às seguintes questões:

1. A parte colorida no cimo da tabela apresenta três informações distintas (por exemplo: «Sul de Díli», «Trekking», «VVV»). Explique cada tipo de informação.
2. Quais são os sítios mais recomendados para a prática de *trekking*? Justifique a sua resposta.
3. Escolha um lugar de Timor-Leste que conheça bem, caracteriza-o (património colonial, *trekking*, mergulho, etc.) e redija um texto curto em que apresente os pontos de interesse turístico desse lugar.
4. Quais são as atividades turísticas mais recomendadas em cada região? Na tabela abaixo, assinale com uma cruz a caixa correspondente.

	Díli	Este de Díli	Oeste de Díli	Sul de Díli	Ataúro	Oecússi
Eventos						
Mergulho						
Jantar						
Praias						
Trekking						
Património colonial						
Fonte de água						
História						
Descanso						
Snorkelling						



### *2.3. Especificidades do turismo em Timor-Leste e desafios para o futuro*

Timor-Leste tem vários recursos turísticos, mas são poucos os turistas que veem nele um possível destino de férias. O país ainda não é muito conhecido e a crise de 2006, com episódios de violência, casas queimadas e um grande número de pessoas deslocadas e refugiadas em campos, constituiu um obstáculo sério ao setor do turismo. Assim, a maioria dos estrangeiros que circulam atualmente no país são pessoas que estão cá a trabalhar/cooperar. O desafio é, pois, desenvolver o turismo, formar recursos humanos especializados no setor, facilitar o acesso aos locais turísticos (através da criação de infraestruturas, tais como estradas, etc.), atrair no setor pessoas com sentido de iniciativa e de responsabilidade dispostas a criar novos serviços turísticos e, dessa forma, aumentar a oferta existente. Outro desafio que dificulta o desenvolvimento do turismo é o alto nível dos preços de muitos alojamentos turísticos e restaurantes, comparativamente com outros países asiáticos e, especialmente, num contexto em que muitas vezes os serviços não atingem a qualidade esperada.

Ao longo dos módulos seguintes, vamos continuar a apresentar os recursos turísticos de Timor-Leste.



# Bibliografia

## Livros

Belo (Carlos Filipe Ximenes SDB), 2011, *Os antigos reinos de Timor-Leste (Reys de Lorosay e Reys de Lorothona, Coroneis e Datos)*, Timor-Leste, Tipografia Diocesana Baucau, 500 p.

Cabasset-Semedo (Christine), 2012, “The Evolution of Tourist Resorts: Globalization and Tourism Planning in Bali”, in I Nyoman Darma Putra, I Gede Pitana (Eds), *Pemberdayaan dan Hiperdemo krasidalam Pembangunan Pariwisata*, Pustaka Larasan, Denpasar, pp.144-160.

Cabasset-Semedo (Christine), 2012, “O turismo comunitário em Timor-Leste no contexto mundial e do sudeste asiático”, Ates da conferência internacional sobre o turismo comunitário, Díli/Timor-Leste, Agosto de 2009 (sous presse).

Cabasset-Semedo (Christine), 2011, “De la visibilité à la lisibilité du tourisme domestique en Asie : Quelques réflexions à partir des cas chinois, indiens, indonésiens et vietnamiens”, (co-auteur avec E. Peyvel, I. Sacareau, B. Taunay), in Lombard J. et Ninot O. (Direction), “Nouvelles mobilités dans les Suds”, revue *Espace Populations Sociétés* 2010-2/3, pp. 221-235.

Cabasset-Semedo (Christine) and Durand (Frédéric) (Eds), 2009, *East-Timor: How to build a new Nation in Southeast Ásia in the 21st Century?*, Bangkok/Thailande, IRASEC et CASE, 306 p. [www.irasec.com/components/com\\_irasec/media/upload/OP09-East-Timor\\_Cabasset-Durand.pdf](http://www.irasec.com/components/com_irasec/media/upload/OP09-East-Timor_Cabasset-Durand.pdf)

Cabasset-Semedo (Christine), 2008, “La préservation de l’environnement au Timor-Leste. Le premier parc national, Nino Konis Santana”, in *Insularité et insularismes d’hier et d’aujourd’hui*, PUPS, Paris.

Cardoso (Luis), 2000, *Une île au loin*, Métailié, Paris, 150 p.

Carvalho do Amara (Demetrio) (Ed.), 2011, *Matenek lokal Timor Nian!*, Unesco, Jakarta, 112 p.

Cinatti (Ruy Vaz Monteiro Gomes) 1987, *Arquitectura Timorenses*, Instituto de Investigação Científica Tropical, Museu de Etnologica, Lisboa, 232 p.

Cocks (Rodney), 2011, *Timor-Leste (East Timor) travel guide*, Lonely Planet, 176 p.



- Dehoorne (Olivier) et Saffache (Pascal), 2008, *Le tourisme dans les îles et littoraux tropicaux et subtropicaux. Usages des lieux et enjeux de développement, Etudes Caribéennes* n° 9 et 10, Paris, Editions Publibook Université, 375 p.
- Dehoorne (Olivier), 2006, «Les bulles touristiques en milieu tropical. Logiques et enjeux des enclaves touristiques dans les pays en développement», in Rieucan J. et Lageiste J., *L’empreinte du tourisme*, Paris, L’Harmattan, pp. 289-319.
- Dehoorne (Olivier), 2004, «Le tourisme en Asie tropicale: émergence d’un marché régional» in C. Taillard (dir), *Intégrations régionales en Asie orientale*, Paris, Les Indes Savantes, pp. 119-140.
- Duarte (Jorge Barros), *Timor, ritos e mitos Ataúros*, Instituto de Cultura e Língua Portuguesa, Lisboa, 1984, 307 p.
- Duhamel (Philippe) et Violier (Philippe), 2009, *Tourisme et littoral: un enjeu du monde*, Paris, Belin, 192 p.
- Durand (Frédéric), 2010, *História de Timor-Leste. Da Pré-História à Actualidade*, Lisboa, Lidel, 180 p.
- Durand (Frédéric), 2010, *Timor-Leste, Um País no Cruzamento da Ásia e do Pacífico, Um atlas histórico-geográfico*, Lidel Editions, Lisboa, 206 p.
- Durand (Frédéric), 2006, *Timor: 1250-2005, 750 ans de cartographie et de voyages*, Toulouse/Bangkok, Arkuiris/IRASEC, 520 p.
- Fonseca da (Cecília), «Soru Tais Nudar matenek lokal no spesializasaun ida husi Inan-Feto Timor-Leste nian», in Carvalho do Amara D. (Ed.), 2011, *Matenek lokal Timor Nian!* Unesco, Jakarta, pp. 21-25.
- GERTIL (Grupo de Estudos de Reconstrução de Timor-Leste), 2002, *Atlas de Timor-Leste*, Faculdade de Arquitectura da Universidade Técnica de Lisboa, vii-169 p.
- Gunn (Geoffrey) 2001, “Língua e Cultura na Construção da Identidade de Timor-Leste” in *Camões* 14, June-September, pp.14-25.
- Gunn (Geoffrey C.), 1999, *Timor Loro Sae: 500 Years*, Livros do Oriente, Macau, 323 p.
- Lozato-Giotart (Jean-Pierre), 2006, *Le chemin vers l’écotourisme. Impacts et enjeux environnementaux du tourisme aujourd’hui*, Paris, Delachaux et Niestlé, 192 p.
- National Statistics Directorate, 2011, *Population and Housing Census 2010*, Book 1, 2, 3, 4.
- National Statistics Directorate, 2006, *Atlas. Timor-Leste Census of population and housing 2004*, Díli, 89 p.



Palmer (Lisa), Carvalho d. A. (Demetrio), 2007, "Nation building and resource management: The politics of «nature» in Timor-Leste", *geoforum*, doi: 10. 1016/j. geoforum. 2007.09.007, 12 p.

Pinto (Rui), «Jestaun Rekursu Aquatiku no Marina baseia ba matenek local», in Carvalho do Amara D. (Ed.), 2011, *Matenek lokal Timor Nian!*, Unesco, Jakarta, pp. 28-31.

Sarmiento (Eugénio), «Uma Lulik. Patrimonio sasukat laek ba identidade cultural Timor Leste», in Carvalho do Amara D. (Ed.), 2011, *Matenek lokal Timor Nian!*, Unesco, Jakarta, pp. 13-20.

Singh (Shalini) (Ed.), 2009, *Domestic Tourism in Ásia: Diversity and Divergence*, London, Earthscan, 368 p.

Stock (Mathis) (Dir.), 2003, *Le tourisme Acteurs, lieux et enjeux*, Belin, Paris, 299 p.

Trindade (Josh), 2012, "Lulik: The Core of Timorese Values" (Upcoming).

Trindade (Josh), 2007, « Reconciling the Conflicting Paradigms: An East Timorese Vision of the Ideal State » in *Democratic Governance in Timor-Leste: Reconciling the Local and the National*, Darwin: Charles Darwin University.

Organisation mondiale du tourisme (UNWTO), 2011, *Faits saillants OMT du tourisme - Edition 2011*, 12 p.

UNDP/UNWTO, 2007, *Timor-Leste. Sustainable Tourism setor Development and Institutional Strengthening project*, January, 2 vol. 117 p. and 146 p.

UNWTO, 2007, *Tourism market trends 2006 Edition, Ásia and the Pacific*, 214 p.

UNWTO, 2006, *Tourism and the least developed countries. A sustainable Opportunity to Reduce Poverty*, 8 p.

### Entradas na Internet

Association of Southeast Asian Nations (em Inglês): <http://www.aseansec.org/> ;

Association of Southeast Asian Nations - Tourism (em Inglês): [www.asean-tourism.com](http://www.asean-tourism.com)

Comunidade dos Países de Língua Portuguesa: [www.cplp.org/](http://www.cplp.org/)

Coral Triangle Center (em Inglês): [www.coraltrianglecenter.org/en/page/coral-triangle](http://www.coraltrianglecenter.org/en/page/coral-triangle)

Ministério do Turismo de Timor-Leste (Português ou Inglês): [www.mtci-timorleste.com/](http://www.mtci-timorleste.com/)

Secretaria de Estado da Cultura de Timor-Leste (Em Tetum ou Português) <http://www.cultura.gov.tl/pt/inicio>

Governo de Timor-Leste (Em Tetum, Português ou Inglês): <http://timor-leste.gov.tl/>



United Nations Organization (sobre os Pequenos Estados Insulares em Desenvolvimento - PEID) (Em Inglês): [www.un.org/fr/ga/president/65/issues/sids.shtml](http://www.un.org/fr/ga/president/65/issues/sids.shtml).

World Tourism Organization (Em Inglês, Francês ou Espanhol): [www.unwto.org](http://www.unwto.org)

World Tourism Organization - Facts & Figures (Em Inglês, Francês ou Espanhol): [www.unwto.org/facts](http://www.unwto.org/facts)

World Tourism Organization - glossary (Em Inglês, Francês ou Espanhol): <http://media.unwto.org/en/content/understanding-tourism-basic-glossary>

Pacific Islands Forum (Em Inglês): <http://www.forumsec.org/>







Ilha de Atauro © Christine Cabasset

# Organização da Indústria do Turismo

Módulo 4

## *Apresentação*

O quarto Módulo desta disciplina de Operações e Técnicas de Turismo tem como função dar um conhecimento acerca da organização geral da Indústria Turística com todos os atores envolvidos, quer do setor público, quer os do setor privado. Da Organização Mundial do Turismo até aos Ministérios e Direções Nacionais do Turismo dos diferentes países e das autoridades responsáveis do setor ao nível regional e municipais até às ONGs, o número das pessoas do setor institucional envolvidas no Turismo é elevado. Também, a diversidade e o número de empresas e atores do setor privado são importantes. O objetivo é familiar-se com a tipologia das organizações e empresas em Timor-Leste e com os diferentes tipos de intervenção, características e especificidades da atividade que desenvolvem.

## *Objetivos de aprendizagem*

Com este Módulo 4, vamos:

- Adquirir conhecimentos acerca da organização geral da indústria turística com todos os agentes envolvidos - setor público e setor privado;
- Determinar o número de intervenientes no setor do turismo;
- Identificar as organizações e as empresas ligadas ao turismo e conhecer as suas áreas de intervenção específicas;
- Definir o âmbito e o enquadramento legal das organizações e das empresas mencionadas no ponto anterior;
- Analisar a transversalidade da atividade turística nos diferentes componentes.

## *Âmbito de conteúdos*

Introdução

1. As organizações internacionais envolvidas no setor do turismo
  - 1.1. Organização Mundial do Turismo (OMT)
  - 1.2. Outras organizações internacionais
2. A organização do setor público do turismo



- 2.1. Órgãos nacionais: Organização e seu papel
- 2.2. Órgãos regionais e locais
- 3. As empresas turísticas (setor privado)
  - 3.1. Apresentação
  - 3.2. Tipologia dos serviços prestados
    - 3.2.1. Operadores turísticos
    - 3.2.2. Agências de viagens
    - 3.2.3. Transportadoras aéreas
    - 3.2.4. Unidades hoteleiras e alojamento turístico
    - 3.2.5. Empresas de organização e de gestão de eventos
    - 3.2.6. Empresas de animação turística e desportiva



# Introdução

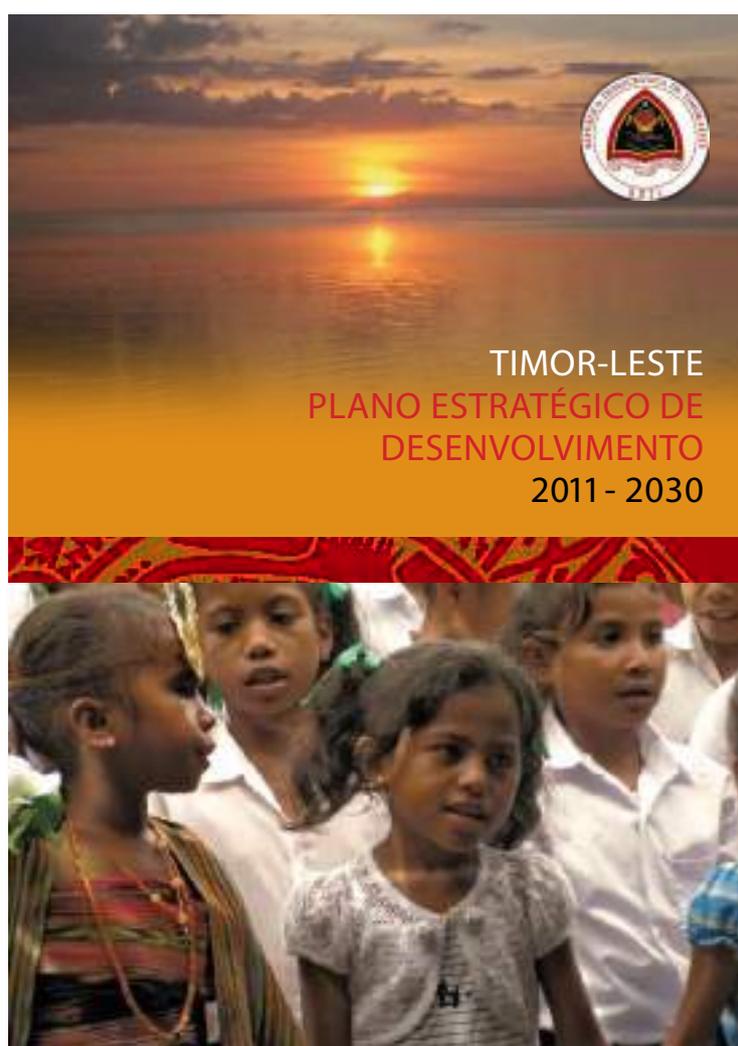
O turismo põe em contacto, direta ou indiretamente, um grande número de pessoas e de agentes turísticos. Para desenvolver o turismo, é fundamental criar uma base sobre Políticas de Acolhimento no Setor do Turismo, com vista à promoção e à divulgação de princípios básicos comuns a serem adotados no momento da receção das pessoas que visitam a região. Para tal, as ações levadas a cabo não devem ser isoladas, devendo-se antes apostar num trabalho em equipa. Entidades públicas centrais, regionais e locais, fundações, organizações da sociedade civil e outras instituições, agentes económicos privados e comunidades locais, que partilhem dos mesmos princípios e objetivos devem unir-se e atuar em estreita colaboração, de modo a desenvolverem atividades conjuntas e/ou a apoiarem e a promoverem a investigação e a reflexão em torno do tema do acolhimento e da arte de bem receber.

- **O acolhimento turístico** deve ser praticado por todos os agentes, representantes das entidades políticas e administrativas a todos os níveis (local, regional, nacional), profissionais de turismo dos setores público e privado (organismos públicos de turismo, associações profissionais, proprietários e gestores de empresas turísticas) e representantes da sociedade civil (organizações não governamentais, representantes da população, cidadãos). **Por isso, o Plano Nacional de Desenvolvimento Turístico (*National Tourism Development Master Plan*) tem um papel tão importante.** Uma política clara adotada pelo Estado (ou, a nível regional, pelos organismos administrativos regionais) daria as orientações espaciais e setoriais necessárias e, ainda, informações sobre os meios técnicos, económicos e humanos para os atingir objetivos. O referido plano tem de ter em conta o papel dos inúmeros agentes que intervêm no turismo, fornecendo a todos eles **princípios básicos comuns**. Neste contexto, deve existir uma rede de estruturas de concertação entre parceiros, que promova o diálogo entre eles e crie grupos de trabalho a nível nacional, regional (regiões e distritos) e local (sucos e aldeias).
- À data da realização deste manual, o Plano de Desenvolvimento Turístico de Timor-Leste ainda não se encontra aprovado pelo Parlamento. O único



documento publicado que dá orientações sobre a política nacional de turismo é o **Plano Estratégico de Desenvolvimento de Timor-Leste 2011-2030**. No capítulo dedicado ao setor do turismo, destaca-se a necessidade de desenvolver os seguintes mercados turísticos: turismo ecológico e marítimo, turismo histórico e cultural, turismo de aventura e de desporto, turismo religioso e de peregrinação, turismo de conferências/convenções. Para atingir este objetivo, o governo deve melhorar as infraestruturas rodoviárias, como estradas e pontes, os aeroportos (ligações aéreas), os portos marítimos (ligações ao nível do transporte de passageiros), a distribuição de eletricidade, as telecomunicações, o saneamento básico e o acesso a serviços de saúde. Dada a falta de recursos humanos qualificados na área do turismo, outro desafio consistirá em reforçar a formação académica e profissional.

*Figura 1. Capa do Plano Estratégico de Desenvolvimento de Timor-Leste 2011-2030*



### *Saber mais sobre a estratégia e as ações no setor do turismo, segundo o Plano Estratégico de Desenvolvimento de Timor-Leste 2011-2030*

«Num mercado global que procura ofertas turísticas novas e autênticas, Timor-Leste posicionar-se-á para providenciar experiências turísticas que aproveitem a nossa beleza natural, a nossa cultura e o nosso património. Isto permitirá a Timor-Leste diferenciar-se das ofertas turísticas generalizadas e apelar ao segmento de mercado crescente que procura experiências únicas em locais singulares.

Timor-Leste desenvolverá também ofertas, em mercados de nicho, para visitantes que procurem turismo de aventura, mergulho com botija e turismo marítimo, caminhadas ou experiências de turismo cultural e histórico. A curto e médio prazo, iremos também desenvolver a nossa capacidade para receber conferências e convenções internacionais.

Serão visados os mercados seguintes:

- Turismo ecológico e marítimo.
- Turismo histórico e cultural.
- Turismo de aventura e desporto.
- Turismo religioso e de peregrinação.
- Turismo de conferências e convenções.

Para satisfazer este mercado turístico, precisaremos de melhorar as nossas infraestruturas de base, incluindo estradas e pontes, eletricidade, telecomunicações, aeroportos e portos marítimos. À medida que são realizados grandes projetos de infraestruturas, a indústria do turismo será desenvolvida para responder à necessidade de maior acessibilidade do nosso país. [...]

Outro desafio fundamental prende-se com os recursos humanos limitados, para servir uma indústria de turismo em crescimento. Para dar resposta a



esta lacuna, iremos incidir no setor da educação e formação vocacional, no desenvolvimento de qualificações para o setor do turismo. [ ] Abrangerão uma gama de áreas, incluindo gestão hoteleira, hotelaria, fornecimento de refeições, restauração e gestão de empresas.

As comunidades locais também recebem apoio para oferecer serviços a visitantes, incluindo alojamento, serviços de guia e preparação de alimentos. [...] A indústria dos restaurantes será regulada, de forma a garantir os padrões apropriados e a criar as bases para ganhar experiência na confeção de refeições especiais, incluindo a cozinha timorense, portuguesa e africana. A indústria dos táxis será depois regulada, para garantir que fornece o padrão de serviços esperado pelos visitantes internacionais. Isto incluirá um mecanismo de reclamações, tarifas uniformizadas, padrões mínimos para veículos e um sistema regulado de bilhetes a preços fixos no aeroporto de Díli. Para ser capaz de proporcionar infraestruturas turísticas específicas, o governo terá de trabalhar em parceria com o setor privado. Uma indústria madura irá requerer o desenvolvimento de hotéis, estâncias ecológicas, restaurantes, galerias e ofertas turísticas, tais como passeios de barco, mergulho com botija e pesca. [...]»

Fonte: RDTL, *Timor-Leste. Plano Estratégico de Desenvolvimento 2011-2030*, Versão submetida ao Parlamento Nacional, 2011, pp. 146-149.

## Exercício 1

**Copie o exercício para o caderno de trabalho e complete as frases.**

1. O acolhimento turístico deve ser praticado por ....., representantes das entidades políticas e administrativas a todos os níveis (....., ....., .....), profissionais de turismo dos setores ..... e ..... (organismos públicos de turismo, ....., proprietários e agentes de empresas turísticas) e representantes..... (organizações....., representantes da....., cidadãos).



2. O Plano Nacional de Desenvolvimento Turístico (*National Tourism Development Master Plan*) tem um ..... Uma política..... adotada pelo ..... (ou, a nível regional, pelos organismos administrativos .....) daria as ..... e setoriais necessárias.
  
3. O governo sabe que precisa de melhorar ..... de base, incluindo ..... e ..... ,..... , telecomunicações, aeroportos e..... Dada a falta de ..... qualificados na área do turismo, outro desafio consistirá em reforçar a .....

**Copie a tabela para o caderno de trabalho e assinale com uma cruz as caixas correspondentes aos mercados que o governo de Timor-Leste quer desenvolver em primeiro lugar, segundo o Plano Estratégico de Desenvolvimento 2011-2030.**

MERCADOS TURÍSTICOS	
Turismo de compras (shopping)	
Turismo religioso e de peregrinação	
Turismo de aventura e de desporto	
Turismo urbano	
Turismo de conferências/convenções	
Turismo de saúde	
Turismo histórico e cultural	
Turismo ecológico e marítimo	
Turismo litoral (sol e mar)	

Com as informações acima descritas, já compreendemos que o desenvolvimento do turismo é baseado sobre uma responsabilidade dos indivíduos e de todas as estruturas envolvidas. Vamos ver aqui e os seus principais agentes e estruturas.



# 1. As organizações internacionais envolvidas no setor do turismo

Durante muito tempo, o desenvolvimento turístico de um determinado destino era da responsabilidade do próprio país. O turismo assume um papel cada vez mais importante para os países e, atualmente, assistimos ao crescente envolvimento das organizações internacionais neste setor.

## 1.1. Organização Mundial do Turismo (OMT)

Esta organização foi fundada nos anos 40, após a Segunda Guerra Mundial (1939-1945). Inicialmente designada União Internacional das Organizações Oficiais de Viagem, passaria a chamar-se, em 1970, Organização Mundial do Turismo (OMT; em inglês, *World Tourism Organization, WTO*). Em 2003, foi reconhecida como uma das agências da Organização das Nações Unidas (ONU) e, desde essa data, o acrónimo internacional tornou-se UNWTO.

Sendo a maior organização internacional especializada em turismo, a OMT faz hoje a promoção de um «turismo motor do crescimento económico e do desenvolvimento inclusivo e sustentável, relacionado com o meio ambiente». A OMT vende serviços de consultadoria (através de estudos realizados pelos seus peritos) aos países membros da organização, com o intuito de contribuir para o desenvolvimento do turismo; publica, regularmente, estatísticas e análises sobre o turismo mundial, as grandes regiões e os principais países turísticos; organiza um grande número de conferências internacionais subordinadas aos temas da competitividade, da sustentabilidade, da redução da pobreza, do reforço das capacidades, etc.

Timor-Leste integrou a OMT na qualidade de novo membro em 2004, um ano depois da primeira conferência internacional sobre turismo organizada em Díli intitulada «Turismo em Timor-Leste: Vias para o futuro».



### *Saber mais*

As the leading international organization in the field of tourism, UNWTO promotes tourism as a driver of economic growth, inclusive development and environmental sustainability and offers leadership and support to the sector in advancing knowledge and tourism policies worldwide.

UNWTO encourages the implementation of the Global Code of Ethics for Tourism, to maximize tourism's socio-economic contribution while minimizing its possible negative impacts, and is committed to promoting tourism as an instrument in achieving the United Nations Millennium Development Goals (MDGs), geared towards reducing poverty and fostering sustainable development.

UNWTO generates market knowledge, promotes competitive and sustainable tourism policies and instruments, fosters tourism education and training, and works to make tourism an effective tool for development through technical assistance projects in over 100 countries around the world.

UNWTO's membership includes 155 countries, 7 territories and over 400 Affiliate Members representing the private sector, educational institutions, tourism associations and local tourism authorities.

Fonte: <http://unwto.org/en/content/who-we-are-0>

## *1.2. Outras organizações internacionais*

A nível mundial, são muitas as organizações internacionais que intervêm em projetos de grande escala ou durante a fase de elaboração dos Planos Estratégicos do setor do turismo, tais como o Banco Mundial (*World Bank*), o Fundo Monetário Internacional (FMI; em inglês, *International Monetary Fund, IMF*) e o Banco Asiático de Desenvolvimento (BAD; em inglês, *Asian Development Bank, ADB*). Há outras organizações que, embora indiretamente, também intervêm no setor do turismo, como, por exemplo, o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD; em inglês, *United Nations Development Program, UNDP*), o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUE; em inglês,



United Nations Environment Program, UNEP) e a Comissão Europeia. Na realidade, estas organizações atuam, sobretudo, junto de Organizações Não Governamentais (ONG's) nacionais e apoiam financeiramente projetos de desenvolvimento local e rural ligados ao turismo. Em Timor-Leste, a Comissão Europeia apoiava o projeto de turismo ético de Tutuala, em parceria com as ONG's portuguesas CIDAC e IMF e a ONG nacional «Fundação Haburas». De há alguns anos para cá, outras agências de cooperação com Timor-Leste têm vindo a prestar apoio a outros projetos. É o caso da cooperação portuguesa, através do Instituto Português de Apoio ao Desenvolvimento (IPAD), com o projeto «Uma Mós Bele» (restaurante, produção e venda de artesanato), desenvolvido em Maubara, no antigo forte holandês, e da cooperação espanhola, que apoia um projeto de desenvolvimento de turismo local na região de Liquiçá.

*Figura 2. Projeto «Uma Mós Bele», restaurante em Maubara.*



© Christine Cabasset

*Figura 3. Alojamento de turismo ético em Tutuala*



© Christine Cabasset



## 2. A organização do setor público do turismo

### 2.1. Órgãos nacionais: Organização e o seu papel

A organização institucional do turismo a nível nacional varia de um país para outro.

- Em França, o país mais turístico do mundo, existe um Ministério do Artesanato, do Comércio e do Turismo;
- Na Indonésia, o turismo é da responsabilidade do Ministério do Turismo e das Indústrias Criativas;
- Na Austrália, existe um ministério responsável pelo Departamento dos Recursos, da Energia e do Turismo;
- Em Portugal, existe uma Secretaria de Estado do Turismo, que está sob a alçada do Ministério da Economia e do Emprego.

Cada país seleciona o modelo que mais se adapta à estrutura do governo e às prioridades nacionais. Esse modelo pode sofrer alterações aquando da mudança de governo.

**Em Timor-Leste, o turismo é da responsabilidade do Ministério do Turismo desde agosto de 2012, incluindo a Cultura. Tem uma Direção Geral do Turismo (DGT).**

- A Direção Geral do Turismo (DGT) tem por missão assegurar a orientação e a implementação das estratégias e políticas do turismo, previamente definidas pelo Governo, através do Ministro do Turismo.

**Por sua vez a DGT é constituída por três Direções Nacionais:**

#### **- Direção Nacional do Plano e Desenvolvimento Turístico**

- A Direção Nacional do Plano e Desenvolvimento Turístico (DPDT) tem por missão conceber, planear, executar e avaliar a política de desenvolvimento no setor turístico, com vista à criação, qualificação e modernização das infraestruturas de apoio ao setor do turismo.



### - Direção Nacional de Empreendimentos, Atividades e Produtos Turísticos

- A Direção Nacional de Empreendimentos, Atividades e Produtos Turísticos (DAPT) tem por missão promover atividades e produtos turísticos e apoiar e dinamizar iniciativas do setor empresarial, público e privado, com vista à valorização das potencialidades do setor do turismo.

### - Direção Nacional de Marketing do Turismo

- A Direção Nacional de Marketing do Turismo (DMT) tem por missão apoiar o Ministério do Turismo nas negociações e nas decisões em instâncias internacionais, bilaterais ou multilaterais, bem como a divulgação de informação turística e a procura de novos mercados (marketing e promoção de produtos) nas áreas sob a sua tutela, de modo a adequá-las aos interesses de Timor-Leste.

## Exercício 2

Copie a tabela para o caderno de trabalho e assinale com uma cruz as missões das três direções nacionais do Ministério do Turismo de Timor-Leste.

	Direção Nacional do Plano e Desenvolvimento Turístico	Direção Nacional de Empreendimentos, Atividades e Produtos Turísticos	Direção Nacional de Marketing do Turismo
Apoiar e dinamizar iniciativas do setor empresarial público			
Conceber a política de desenvolvimento do setor turístico			



Apoiar o Ministério nas negociações e nas decisões em instâncias internacionais, bilaterais ou multilaterais			
Planear a política de desenvolvimento do setor turístico			
Apoiar e dinamizar iniciativas do setor empresarial privado			
Divulgar informação turística e apostar no marketing			
Executar e avaliar a política de desenvolvimento do setor turístico			

### A Direção-Geral do Turismo também integra direções regionais:

- As direções regionais têm por missão a execução desconcentrada de atividades específicas e, ainda, a recolha de dados operacionais, com vista à conceção de medidas políticas setoriais locais. Existem cinco direções regionais:
  - Direção Regional I, de Turismo, Comércio e Indústria (distritos de Baucau, Viqueque, Lautém e Manatuto);



- Direção Regional II, de Turismo, Comércio e Indústria (distritos de Díli, Liquiçá e Aileu);
- Direção Regional III, de Turismo, Comércio e Indústria (distritos de Ainaro, Manufahi e Covalima);
- Direção Regional IV, de Turismo, Comércio e Indústria (distritos de Ermera e Bobonaro);
- Direção Regional V, de Turismo, Comércio e Indústria (distrito de Oecússi).

Fonte das informações sobre a estrutura e a organização institucional do turismo em Timor-Leste: Decreto-lei do governo n.º 13/2011 de 29 de março sobre a Estrutura Orgânica do Ministério do Turismo, Comércio e Indústria, in *Jornal da República*, 30 de março de 2011, Série 1, n.º12; alterado segundo a nova organização do turismo do V Governo (8 de agosto de 2012)

**Percebe-se, assim, que, enquanto líder da intervenção turística, cabe à entidade pública governativa:**

- Elaborar a estratégia nacional do turismo, de modo a definir prioridades e a dar orientações às administrações regionais e locais do turismo;
- Integrar a intervenção turística num quadro mais vasto de desenvolvimento global e sustentável do destino e da região circundante;
- Congregar os vários agentes, através da criação de estruturas de concertação e de consulta;
- Promover ações específicas que estimulem o desenvolvimento e a melhoria da qualidade dos serviços e dos produtos turísticos oferecidos aos visitantes;
  - Por exemplo, o Ministério do Turismo de Timor-Leste tem dado apoio a diferentes localidades do país, visando a melhoria do acolhimento e o aumento do conforto dos alojamentos turísticos, em Com, em Maubisse, em Ataúro, etc.
- Construir, em parceria com os poderes regionais e locais, as infraestruturas necessárias ao desenvolvimento das atividades dos residentes e dos visitantes, por exemplo, construções e equipamentos (subterrâneos e de superfície); sistemas de fornecimento de água e de energia; saneamento básico; estradas; parques de estacionamento; portos e aeroportos; comunicações; etc.



- O Ministério do Turismo de Timor-Leste tem vindo a construir parques públicos à beira-mar, no centro de Díli, equipados com mesas e cadeiras, por exemplo, em frente ao Palácio do Governo e à igreja Motael. Foi também construído um passeio marítimo até ao Cristo Rei.
- Conhecer e promover os pilares da atividade turística: o alojamento turístico; as agências de viagens; os operadores turísticos; a restauração; a animação; os centros de congressos; o comércio; e, ainda, aqueles que se encontram ligados ao setor da cultura, tais como a música, a dança, o desporto e outras atividades artísticas e de animação.

Para além disso, muitos países centram, atualmente, as ações públicas em áreas como o ambiente e o desenvolvimento sustentável, a acessibilidade e a mobilidade e, ainda, a segurança.

- **Ambiente e desenvolvimento sustentável.** As políticas de acolhimento turístico deverão integrar ações práticas, que incidam sobre os elementos mais abrangentes da região turística e se insiram de forma coerente numa política geral de auxílio e de gestão do meio ambiente. Estas ações devem estar relacionadas com a proteção do património natural e cultural, a integração do desenvolvimento de infraestruturas turísticas nos planos urbanísticos, os programas de proteção do litoral, a recolha de resíduos sólidos, etc. (assunto a ser abordado no Módulo 5).
- **Acessibilidade e mobilidade.** Esta é uma área que não pode ser dissociada do desenvolvimento sustentável. A utilização recorrente de meios de transporte individuais por partes dos turistas gera problemas de circulação e de poluição cada vez mais difíceis de resolver. Os dirigentes locais devem adotar medidas dissuasoras da utilização do veículo pessoal, tais como:
  - Desenvolver transportes públicos eficazes, rápidos, confortáveis e a preços competitivos;
  - Comercializar produtos e serviços específicos que incentivem os turistas e os residentes a privilegiarem a utilização de transportes públicos e não o veículo pessoal;
  - Criar parques de estacionamento e zonas de acesso restrito;



- Facilitar o acesso aos sítios turísticos a pessoas com deficiências físicas.
- **Segurança.** A garantia de segurança de um destino turístico e a respetiva divulgação contribuem para a construção de uma imagem positiva acerca desse destino e, ao mesmo tempo, aumentam o seu poder de atração turística. A perceção que os outros têm dele deverá ser reforçada através de ações preventivas, da criação de um serviço de apoio às vítimas e da formação da polícia local, de modo a que o atendimento aos turistas seja rápido e o seguimento dado às queixas apresentadas seja eficaz.

## 2.2. Órgãos regionais e locais

Segundo a organização interna dos países e o nível de maturidade deles enquanto destinos turísticos, a gestão e a organização do setor do turismo não é só da responsabilidade do governo central, mas também das regiões, dos Governos Distritais, dos municípios e das cidades. Na maioria dos países, cabe a cada nível administrativo elaborar uma estratégia de desenvolvimento do turismo e de acolhimento turístico de acordo com a estratégia nacional. Paralelamente às infraestruturas construídas pelo Governo (por exemplo, a rede de estradas nacionais), podem ser criadas outras por iniciativa das entidades regionais/locais, por exemplo, redes de água e de saneamento. Estas entidades podem, também, incentivar a criação de novas empresas turísticas, propor iniciativas na área da formação dos recursos humanos, abrir postos de informação turística, favorecer serviços aos turistas, etc. Neste processo, a comunicação tem um papel importante e, hoje em dia, especialmente na área das novas tecnologias da informação e da comunicação, a fim de:

- Divulgar informação, automática e continuamente, dentro e fora do destino;
- Facilitar o processo interativo de reservas;
- Estimular o diálogo, registando as queixas e os comentários dos turistas, bem como da população local.

A formação é importante para o reforço das competências do pessoal do setor turístico, contribuindo para a melhoria da interação com os turistas e da qualidade do acolhimento prestado. As áreas de formação deverão ser diversificadas e abranger, em particular,



a qualidade do acolhimento, a disponibilidade, a capacidade de ajudar os visitantes a organizarem a estadia, o empenho e a motivação do pessoal, línguas estrangeiras, conhecimento dos recursos turísticos e dos eventos festivos (e outros) do destino em questão, etc.

Uma vez que Timor-Leste se encontra ainda na primeira fase do desenvolvimento turístico, existem no país serviços desconcentrados (mas não descentralizados com iniciativa própria), que têm por missão a execução das decisões, dos planos e das ações iniciadas pelo Governo/Ministério do Turismo e pelas Direções Nacionais.



## 3. As empresas turísticas (setor privado)

### 3.1. Apresentação

No que concerne aos agentes profissionais de turismo do setor privado - associações profissionais, proprietários e gestores de empresas turísticas e profissionais -, cabe a todos estes intervenientes levar a cabo medidas que se enquadrem nas seguintes áreas: comunicação interna e animação; promoção e comunicação externa; novas tecnologias da informação e da comunicação; formação; e serviços gerais oferecidos aos turistas.

Durante a estadia, o turista vai recorrer a uma série de serviços. Os serviços que atendem exclusiva e preferencialmente turistas (quer domésticos quer estrangeiros) são classificados como serviços turísticos.

### 3.2. Tipologia dos serviços prestados

#### 3.2.1. Operadores turísticos

Operadores turísticos são empresas que elaboram programas de viagens: definem o itinerário, os meios de transporte a serem utilizados e todas as atividades e fornecedores (empresas) intervenientes no programa da viagem e, muitas vezes, acautelam a questão das refeições e reservam restaurantes.

- Tomemos como exemplo uma viagem de 10 dias, organizada por uma agência de viagens alemã, a Cabo Verde (arquipélago com 10 ilhas), num voo de Frankfurt até um dos quatro aeroportos internacionais existentes em Cabo Verde, por exemplo, o aeroporto da Praia.
  - No dia 1, os turistas chegam à Praia e, de seguida, apanham um transporte do aeroporto até ao hotel (onde os quartos foram já reservados).
  - No dia 2, visitam o centro histórico da cidade da Praia. Esta visita deve ser conduzida por um guia profissional qualificado, que saiba falar da história da ilha mas também da história de Cabo Verde e que tenha conhecimentos sobre a arquitetura, o modo de vida, a demografia e a economia do país, pois os turistas têm sempre muitas questões a colocar;



- No dia 3, vão para a ilha de São Vicente e detêm-se na cidade do Mindelo, conhecida como a capital cultural de Cabo Verde (capital da música e da dança, sobretudo) graças, em parte, ao contributo da cantora Cesária Évora. Os turistas permanecem no Mindelo nos dias 3, 4 e 5, de modo a poderem explorar o centro histórico e os bares com música ao vivo e a passear de barco. As visitas à cidade e aos bares, bem como os passeios de barco são organizados por um guia (diferentes atividades podem exigir diferentes guias).
- No dia 6, os turistas viajam de avião (previamente reservado) até à ilha de Santo Antão, a ilha mais montanhosa de Cabo Verde e, portanto, bastante propícia ao *trekking*. De 6 para 7, pernoitam num alojamento rural típico (de pedra), onde podem apreciar a gastronomia típica da ilha. No dia 7, andam a pé, com um guia especialista em *trekking* e vão descobrindo a montanha e as aldeias.
- No dia 8, vão de avião para a ilha do Sal (ilha muito plana e seca, dedicada ao turismo litoral e equipada com *resorts* de alto conforto) e ficam lá até ao dia 9. Estes dois dias são «livres», cabendo aos turistas decidir como preencher o tempo.
- No dia 10, fazem a viagem de regresso a Frankfurt, Alemanha.

Estas atividades têm de ser organizadas antecipadamente, de modo a garantir que os quartos estão disponíveis para o grupo, que as refeições já estão marcadas (para não se perder tempo a escolher um restaurante e para se ter certeza de que a qualidade das refeições é boa), que os guias locais especializados em *trekking*/história/arquitetura/ artes/culturas locais também estão disponíveis e, ainda, que os meios de transporte (cavalo, bicicleta, etc.) são em número suficiente para todos os turistas e se encontram em bom estado de funcionamento.



*Figura 4. Organizar a visita do centro histórico do Mindelo (ilha de São Vicente) com um guia profissional*



© Christine Cabasset

*Figura 5. Organizar um passeio de barco (ilha São Vicente / Cabo Verde) com um guia profissional*



© Christine Cabasset



Figura 6. Organizar um trekking com um guia especializado na ilha de Santo Antão



© Christine Cabasset

Figura 7. Mapa de Cabo Verde



Geralmente, as viagens elaboradas pelos operadores turísticos são viagens organizadas (muitas vezes, em função de um grupo) e vendidas em pacotes às agências de viagens. Mediante o pagamento da viagem, o turista recebe um voucher.

- Uma **viagem organizada** é uma viagem turística (em regra, programada por operadores turísticos), que, normalmente, tem uma duração superior a vinte e quatro horas e inclui transporte e alojamento. O consumidor deve verificar se os contratos de venda de viagens organizadas contêm as seguintes informações: nome, endereço, número do alvará da agência, origem, itinerário e destino da



viagem, período da estadia, classificação do alojamento, termos e prazos para reclamação pelo incumprimento dos serviços acordados, entre outras.

- Um **pacote turístico** (ou pacote de viagens) é um conjunto de serviços turísticos, vendidos como um todo, em que estão incluídos a viagem, os transportes, o alojamento e excursões.

Um **voucher** é um documento fornecido pela agência ou pela operadora de turismo, que especifica todos os serviços adquiridos por um dado cliente.

### 3.2.2. Agências de viagens

Uma agência de viagens é uma empresa privada que trabalha como intermediária entre os seus clientes e determinados prestadores de serviços turísticos (primeiramente, operadores turísticos, que vendem os pacotes já organizados, e, cada vez mais, empresas aéreas, hotéis, paquetes, etc., com vista à elaboração de outros tipos de viagem adaptados à procura dos clientes). O objetivo é vender produtos e serviços relacionados com essas viagens a preços e com condições especialmente atrativos quando comparados com os que os visitantes poderiam conseguir se se dirigissem diretamente a esses agentes turísticos. As agências de viagens são de dois tipos: agências emissoras e agências recetivas. A informação turística faz parte das principais missões dessas agências.

- A **agência emissora** atua com o mercado de turismo emissivo, por isso, localiza-se na região ou no país de origem dos turistas e emite bilhetes para várias partes do território nacional ou internacional. Pode, eventualmente, atuar como agência recetiva.
- A **agência recetiva** trabalha com o mercado interno e/ou externo, dependendo da região. A agência recebe os turistas que vêm de várias partes do território nacional ou internacional e organiza no terreno os programas elaborados pelos operadores turísticos.
- A **informação turística** é bastante diversificada, sendo possível distinguir dois grandes tipos de informação:



- A informação sobre países, regiões, localidades e estâncias turísticas, parques naturais e áreas protegidas, sítios turísticos e museus, sobre todo o itinerário da viagem;
- A informação sobre a organização logística da viagem, os meios de acesso (aéreos, terrestres, marítimos), os meios de transporte locais, o alojamento, etc.

Esta informação deverá estar sempre disponível quer por meio das novas tecnologias, quer através dos agentes turísticos no local. Esta deverá ser coerente, completa, atraente e deve conter mensagens que respondam às expectativas e necessidades dos visitantes. Com a chegada do acesso general a internet, muitas empresas aéreas e muitas operadoras de viagens começaram a vender diretamente aos passageiros os bilhetes de avião e os pacotes turísticos. Muitas agências de viagens têm investido no sentido de marcar presença na internet, criando sítios Web com informação detalhada sobre as viagens. Paralelamente aos operadores turísticos, começaram também a organizar viagens. As agências utilizam campanhas de distribuição de serviços de viagens que operam com Sistemas de Distribuição Global (GDS), tais como o Sabre Holdings, o Amadeus, o Worldspan e o Galileu, para fornecerem *on-line* informações detalhadas sobre voos, hotéis e aluguer de automóveis. Os sítios Web permitem aos visitantes obter informações sobre os destinos turísticos e idealizar o roteiro de férias. Outros há que permitem, também, comparar os valores praticados pelas múltiplas companhias aéreas e empresas hoteleiras.

*Figura 8. Foto de uma agência de viagens, Díli*



Agência de Viagens Timor  
MEGAtours © Christine Cabasset



## Exercício 3

Responda às seguintes questões:

1. Qual é o papel principal dos operadores turísticos? O que têm de fazer para programar uma viagem?
2. O que é uma viagem organizada?
3. Qual é o papel principal de uma agência de viagens? Qual é a diferença entre a agência emissora e a receptiva?
4. Quais são os dois grandes tipos de informação turística?

### 3.2.3. Transportadoras aéreas

Por definição, uma companhia aérea (empresa aérea ou linha aérea) é uma empresa que presta serviços ao nível do transporte aéreo de passageiros, mercadorias ou mala postal. Uma companhia aérea precisa da concessão de rotas e de linhas aéreas por parte dos governos.



Figura 9. Painéis informativos das partidas do aeroporto Paris-Charles de Gaulle (França)

Figura 10. Sinalética dos serviços existentes no aeroporto Paris-Charles de Gaulle (França)

Duas fotos  
© Christine  
Cabasset





*Figura 11. Aeroporto de Kuala Lumpur (Malásia)*

Duas fotos © Christine Cabasset



*Figura 12. Tapete das bagagens chegadas ao aeroporto Denpasar Bali (Indonésia)*

### **A companhia aérea de passageiros tem deveres e responsabilidades:**

- Transportar os clientes até ao destino final, segundo o bilhete que lhes foi vendido;
- Transportar as bagagens até ao destino final. Se as bagagens se perderem durante a viagem (devido às mudanças de avião, por exemplo), a companhia aérea tem de indemnizar o cliente, com base numa estimativa do valor dos bens perdidos.

### **Segurança dos clientes e segurança pessoal complementar**

O cliente pode ficar doente, perder o emprego, um familiar seu pode morrer... no dia da partida ou alguns dias antes, o que o obrigará a cancelar a viagem. Uma vez no destino, o cliente pode sofrer um acidente, por exemplo, o que o levará a regressar ao país de origem mais cedo. No sentido de acautelar estas situações, as companhias aéreas (ou as agências de viagens que vendem os bilhetes) devem pedir sempre aos clientes que façam um seguro complementar, que cubra este tipo de riscos e lhes permita, em caso de urgência, regressar antes da data estipulada no bilhete.



### **Segurança dos aviões: regras rigorosas**

Os transportes aéreos são alvo de um controlo apertado. Atendendo ao número de pessoas que, anualmente, se deslocam de avião em todo o mundo, são poucos os acidentes registados. Porém, um único acidente é suficiente para afetar a imagem da companhia aérea e do país de partida ou de destino em questão, pois os média (jornais, canais televisivos, estações de rádio, internet) dão grande destaque a estes acidentes e ao número de mortos daí resultante.

A Comissão Europeia impõe regras muito restritas no que concerne à segurança dos aviões. Os motores, os sistemas de segurança aérea e outros são inspecionados regularmente e os documentos têm de estar em conformidade com o direito internacional da aviação. A par destas diretrizes, a Comissão Europeia emite com frequência (uma ou duas vezes por ano) uma lista das companhias aéreas proibidas de operarem na Europa (*blacklisted*, em inglês), por não respeitarem os padrões de qualidade exigidos. Nesta lista, figuram dezenas de companhias aéreas, que podem, contudo, voar noutras partes do mundo e nos próprios países onde estão registadas.

### **Companhias aéreas de baixo custo**

Uma companhia aérea de baixo custo (*low cost*, em inglês) é uma companhia que pratica tarifas baixas, eliminando custos derivados de serviços tradicionalmente oferecidos aos passageiros. Com o intuito de reduzir os custos, essas companhias têm menos empregados, os empregados por elas contratados são polivalentes (as funções exercidas dependem das necessidades do momento, por exemplo, serviço a bordo, limpeza do avião, etc.), as refeições, ao contrário do que acontece nas companhias regulares, não são gratuitas, os aviões utilizam os aeroportos em horas de menor tráfego aéreo, etc. O conceito teve origem nos Estados Unidos e popularizou-se na Europa na década de 90 e a partir de 2000 na Ásia. Tal permitiu que um maior número de pessoas tivesse acesso a este meio de transporte e contribuiu para a fragmentação do tempo de férias dos turistas. De facto, as pessoas fazem mais viagens durante o ano e reduzem o tempo de estadia em cada um dos destinos.



## Exercício 4

Copie o exercício abaixo para o caderno de trabalho e responda às questões.

1. O que é que os viajantes da fotografia 9 estão a fazer?
2. O que significam os seis símbolos internacionais presentes na fotografia 10?  
Complete as seguintes frases:
3. Uma companhia ..... (empresa ..... ou linha.....) é uma empresa que presta serviços ao nível do transporte aéreo de....., ..... ou mala postal.
4. As companhias aéreas (ou as .....de..... que vendem os bilhetes)devempedir sempre aos clientes que façam um seguro....., que cubra um conjunto de riscos e lhes permita, em ....., ..... antes da data estipulada no bilhete.
5. Os transportes aéreos são alvo de um controlo apertado. Não há muitos ..... de avião, porém, um único acidente é suficiente para ..... da companhia aérea e do país de ..... ou de ..... em questão, pois os médias (jornais, canais televisivos, estações de rádio, internet) dão grande destaque a estes ..... e ao número de mortos daí resultante.

### 3.2.4. Unidades hoteleiras e alojamento turístico

Há muitas modalidades de alojamento turístico, desde o hotel, que é a mais comum, passando pelo barco-hotel, até ao quarto no topo das árvores ou palafitas (construções assentes em estacas, acima do nível da água). De um país para outro, as designações dos alojamentos turísticos mudam. De seguida, vamos estudar as mais comuns.

- **Albergue:** Os albergues (pousadas da juventude, em Portugal; *auberges de jeunesse*, em França; *youth hostels*, em Inglaterra) são um tipo de alojamento de baixo custo comparativamente aos alojamentos tradicionais, tais como pousadas e hotéis. Inicialmente, as pessoas que frequentavam os albergues



eram, em grande parte, estudantes ou jovens turistas, que queriam um espaço barato para passarem as noites. Hoje, os albergues não se destinam apenas aos jovens, mas estão abertos a todas as faixas etárias. Alguns deles apresentam um nível de conforto básico, mas outros situam-se nos centros históricos das cidades (locais de muita afluência de turistas), em edifícios antigos que foram entretanto requalificados. Como tal, o nível de conforto e os preços são variáveis, havendo quartos baratos com seis a oito camas e quartos individuais e duplos. Este tipo de alojamento turístico ainda não existe em Timor-Leste.

- **Acampamento:** O acampamento (*camping*, em inglês) é um local com *bungalows* ou tendas levados pelos campistas. Esta prática, que privilegia o contacto com a natureza, é conhecida por campismo. Neste tipo de alojamento, o grau de conforto e os preços também variam. Há acampamentos simples e baratos, onde os turistas montam as suas tendas e onde os WC's e os duches são zonas comuns, e há acampamentos de quatro estrelas, com muitos serviços turísticos (bares e restaurantes, lavandaria, piscina, parques para crianças, discotecas, organização de atividades, etc.). Esta forma de alojamento foi sempre muito popular na Europa, pois permite a pessoas com pouco dinheiro irem de férias. Este conceito está pouco presente na Ásia e não existe em Timor-Leste.
- **Apart-hotel:** O *apart-hotel* é um prédio com apartamentos e serviços de hotelaria, tais como refeitório e lavandaria. Este tipo de alojamento existe em Timor-Leste (Díli).
- **Eco-resort:** O *eco-resort* (ou *ecolodge*) é um alojamento turístico de pequena dimensão (raramente tem mais de vinte quartos), com cabanas ou *bungalows* privados situados em plena natureza, isto é, em meio litoral ou em meio rural/montanha. O *eco-resort* rege-se pelos princípios do desenvolvimento sustentável, a saber: o respeito pelo meio ambiente, a redução dos gastos (água, energia, produtos químicos, etc.), a utilização de energias renováveis (a energia solar, por exemplo), a integração dos habitantes no funcionamento do *eco-resort* (produtos agrícolas, o recrutamento do *staff* (empregados), dos guias, etc.). Além disso, é construído com materiais locais (pedra, madeira, bambu, etc.) e segundo a arquitetura tradicional local. O conforto deste tipo



de alojamento oscila entre o «básico» e a chamada categoria superior. Existem em Timor-Leste *eco-resorts* de conforto básico, sobretudo, na ilha de Ataúro.

- **Hotel:** O hotel é um estabelecimento comercial especializado em proporcionar acomodações para viajantes: a hospedagem. Em outras palavras, alojamentos pagos a curto prazo. O hotel apresenta-se como outra possibilidade de alojamento e, geralmente, é classificado de uma a cinco estrelas, de acordo com o conforto e os serviços oferecidos. A maioria dos hotéis disponibiliza serviços de restauração, animação e outros, de modo a que os hóspedes se sintam mais satisfeitos e permaneçam durante mais tempo no hotel. Antigamente, o alojamento de base consistia apenas num quarto com uma cama, um armário, uma mesinha e um lavatório. Atualmente, os hóspedes dispõem de grandes quartos com instalações modernas, incluindo casa de banho privada e ar condicionado ou aquecedor, e um conjunto de recursos adicionais: telefone, despertador, televisão, acesso à internet, minibar com salgadinhos e bebidas e chaleira elétrica. Em hotéis com grande capacidade de alojamento, a estrutura de funcionamento é a seguinte: Departamento de Alojamento (quartos); Departamento de F&B (*Food and Beverage*; em português); Departamento de Marketing e Vendas; Departamento de Controlo e Gestão; Departamento de Recursos Humanos (recrutamento, formação, etc.); Departamento de Manutenção e Segurança. Timor-Leste já conta com um número significativo de hotéis, sobretudo, em Díli.
- **Hotel-Resort:** O *hotel-resort* (centro de férias, estância turística ou hotel de lazer) é um lugar procurado pelos turistas para relaxamento ou entretenimento. Situa-se fora do centro urbano, em zonas montanhosas ou rurais e, mais frequentemente, em zonas próximas do meio costeiro.
- **Hotel de Charme:** Hotel de charme é um conceito que surgiu no setor da hotelaria no final da década de 90. Estes hotéis distinguem-se dos outros pelo cunho histórico e/ou patrimonial dos edifícios onde estão instalados. São locais de grande encanto, onde a modernidade e a sofisticação das instalações se conjugam na perfeição com a tradição e a cultura do país ou da região.
- **Pousada:** As pousadas inserem-se numa rede de instalações hoteleiras de qualidade considerável e muitas delas são fruto da recuperação de edifícios



históricos. As pousadas são características de Portugal e em Timor-Leste constituem uma herança do período colonial português. As pousadas de Baucau, de Maubisse, de Maliana e de Tutuala são as mais conhecidas e estão todas em funcionamento.

- **Turismo de habitação (*homestay*):** O turismo de habitação trata-se de uma modalidade de alojamento que tem por base o acolhimento dos turistas em casas particulares de reconhecido valor arquitetónico. Proprietários vivem na mesma habitação, no entanto, proprietários das casas circulam numa área restrita da mesma. Esta modalidade está presente em muitos países do mundo, nomeadamente na Indonésia e em Timor-Leste.
- ***Guesthouse*:** O *guesthouse* é uma modalidade de alojamento presente em muitos países do mundo, nomeadamente em países do sudeste asiático. É um alojamento de pequena dimensão (de dois a dez quartos, geralmente), situado quer em edifícios antigos (de arquitetura local ou colonial) quer em edifícios especialmente construídos para o efeito. Pode assumir a forma de um edifício único, com quartos separados, ou ser composto por casas ou *bungalows* privados. Ao contrário do turismo de habitação (*homestay*), em que os proprietários partilham as casas com os turistas nas *guesthouses*, o edifício ou as casas/*bungalows* estão inteiramente reservados aos turistas e os empregados deslocam-se aí diariamente.

Figura 13. Símbolos internacionais para algumas modalidades de alojamento turístico



*Hospedagem*

*Albergue*

*Acampamento*





*Figura 14. Guesthouse de arquitetura tradicional na ilha de Santo Antão (Cabo Verde)*



*Figura 15. Hospedagem com elementos da arquitetura tradicional a Com (Timor-Leste)*



*Figura 16. Pousada de Baucau*



*Figura 17. Hotel Timor, Díli*



*Figura 18. Nema's Lodge, Ataúro*



*Figura 19. Novo Residence Hotel (Apart-Hotel), em Díli*

Todas as fotografias são de © Christine Cabasset





*Figura 20. Campismo no Parque Nacional de Cévennes (França)*

Fonte: [www.france-voyage.com](http://www.france-voyage.com)

**A qualidade dos alojamentos e dos serviços de restauração contribui, largamente, para a imagem positiva de um destino turístico.** É certo que quanto maior é a oferta, maior é a probabilidade de agradar a um mercado tão vasto e heterogéneo.

### *3.2.5. Empresas de organização e de gestão de eventos*

Existem empresas especializadas na organização/gestão de eventos. Há empresas (ou agências) com dois ou três colaboradores especializados numa determinada área e há, também, empresas grandes com equipas multidisciplinares, isto é, especializadas em diversas áreas. Muitas vezes, estão ligadas ao governo, à administração, a organizações nacionais ou internacionais ou a empresas privadas que as subcontratam para organizarem e gerirem os eventos. Os eventos caracterizam-se pelo facto de serem pontuais, ou seja, terem lugar apenas uma ou duas vezes por mês ou por ano (ao contrário do que acontece com as sessões de cinema e os espetáculos teatrais, que ocorrem com regularidade), e pelo facto de estarem ligados a ações promocionais: apresentações de livros, festivais



(culturais, de música, de cinema, etc.), festas (carnaval, festa da cidade ou da aldeia), feiras (do livro, de artesanato, etc.), cerimónias particulares, dinamizações ou animação de um destino turístico, etc.

*Figura 21. Feira de artesanato, Centro de Convenções, maio de 2012*



© Christine Cabasset

### *3.2.6. Empresas de animação turística e desportiva*

As empresas de animação turística e desportiva são da mesma natureza das precedentes, ainda que sejam especializadas no setor do turismo. Como teremos oportunidade de estudar no Módulo 11, os animadores turísticos têm um papel muito importante no desenvolvimento e na gestão do turismo. Estas empresas dedicam-se a destinos turísticos (dinamizam-nos, promovem-nos, recolhem dados sobre o meio ambiente e divulgam-nos junto dos visitantes), a hotéis (os animadores são integrados nos hotéis e têm por missão organizar espetáculos e sessões de entretenimento para os hóspedes) e a eventos desportivos.



Em Timor-Leste, as desportivas ganharam notoriedade a partir de 2008, com a iniciativa presidencial «Díli, cidade da paz». Os eventos mais conhecidos a nível nacional e internacional são a Maratona de Díli, o *Tour* de Timor e, por fim, o Concurso de Pesca.

Figura 22. Maratona de Díli



Fonte: [www.dilimarathon.com](http://www.dilimarathon.com)



# Bibliografia

## Livros

RDTL, *Timor-Leste. Plano Estratégico de Desenvolvimento 2011-2030*, Versão submetida ao Parlamento Nacional, 2011, 232 p.

Stock (Mathis) (Dir.), 2003, *Le tourisme Acteurs, lieux et enjeux*, Belin, Paris, 299 p.

## Entradas na Internet

Comissão Europeia - Segurança aérea: [http://ec.europa.eu/transport/air-ban/list\\_fr.htm](http://ec.europa.eu/transport/air-ban/list_fr.htm)

Governo de Timor-Leste (Em Tetum, Portuguese ou Inglês): <http://timor-leste.gov.tl>

Maratona de Dili (Em Inglês): [www.dilimarathon.com](http://www.dilimarathon.com)

Ministério do Turismo de Timor-Leste (Em Inglês ou em Portuguese):

[www.mtci-timorleste.com/](http://www.mtci-timorleste.com/)

World Tourism Organization (Em Inglês, Francês ou Espanhol): [www.unwto.org](http://www.unwto.org)

World Tourism Organization - Facts & Figures (Em Inglês, Francês ou Espanhol): [www.unwto.org/facts](http://www.unwto.org/facts)

World Tourism Organization - glossary (Em Inglês, Francês ou Espanhol): <http://media.unwto.org/en/content/understanding-tourism-basic-glossary>

## Leis e Regulamentos ligados ao Turismo a Timor-Leste

Decreto-lei do governo n.º 13/2011 de 29 de março sobre a Estrutura Orgânica do Ministério do Turismo, Comércio e Indústria, in *Jornal da República*, 30 de março de 2011, Série 1, n.º12.

PUBLICAÇÃO DO ANEXO E REPUBLICAÇÃO DO DECRETO-LEI N.º 5/2011 de 9 de Fevereiro “Licenciamento Ambiental”, *Jornal da Republica*, 23 de Fevereiro de 2011.

GOVERNO: DECRETO-LEI N.º 5 /2011 de 9 de Fevereiro « Licenciamento Ambiental », *Jornal da Republica*, 9 de Fevereiro de 2011.

DIPLOMA MINISTERIAL MINISTERIO DA AGRICULTURA E PESCAS N.º: 430/11/DM/XI/10 «Emprendimentu Turismo Natural iha Zona Utilizasaun Areas Protegidas no Parque Nacional», *Jornal da Republica*, 12 de Janeiro de 2011.



DIPLOMA MINISTÉRIAL MINISTÉRIO DA AGRICULTURA E PESCA N.º: 429/ 10 /DM/XI/10 « Admissão Entrada Areas Protegidas no Parque Nacional », *Jornal da Republica*, 12 de Janeiro de 2011.

Diploma Ministerial MINISTÉRIO DO TURISMO, COMÉRCIO E INDÚSTRIA, N.º 01 /2009 de 18 de Setembro «Procedimentos de Certificação da Origem do Café de Timor-Leste», *Jornal da Republica*, 23 de Setembro de 2009.

DECRETO-LEI N.º7/2009 de 15 de Janeiro, «Regulamento dos Restaurantes e Estabelecimentos Similares» in *Jornal de Republica*.

Diploma Ministerial Conjunto N.º 07/2008 de 24 de Dezembro Sobre a comercialização de bebidas alcoólicas e de combustíveis, *Jornal da Republica*.

Resolução do Governo N.º8/2007 de 1 de Agosto, “Criação do Parque Nacional Nino Konis Santana”, *Jornal da Republica*, pp. 1805-1807.



