

Turismo, relações internacionais e negócios: uma abordagem às ações transnacionais e supranacionais

Sergio Luiz de Souza Vieira

Pós-doutorando em Administração – USP;
Doutor em Ciências Sociais [Antropologia]
– PUC-SP;
Professor na graduação – FACIG/UNINOVE/USF.
profsergiovieira@gmail.com, São Paulo [Brasil]

Gloria Maria Widmer

Doutoranda e mestre em Turismo – USP;
Coordenadora de curso e professora na graduação – UNINOVE;
Professora na pós-graduação – USP.
gloria@uninove.br, São Paulo [Brasil]

Ana Julia de Souza Melo

Mestre em Hospitalidade – UAM;
Mestre em Turismo Ambiental e Cultural
[Planejamento e Gestão] – UNIBERO;
Professora na graduação – UNINOVE.
anjutur@uninove.br, São Paulo [Brasil]

As atividades turísticas, importante segmento econômico da humanidade, necessitam mais atenção por parte das Ciências Sociais Aplicadas, em especial das relações internacionais. Este artigo busca iniciar uma discussão sobre o tema, partindo das construções conceituais de transnacionalismo e supranacionalismo, assim como da reconstrução da noção de soberania nacional, uma vez que, para o estabelecimento das atividades turísticas globalizadas, as nações, em nome de sua soberania, acabam adaptando seus códigos legislativos aos ditames das convenções internacionais, visando à criação de empregos e renda e ao desenvolvimento sociocultural, econômico e tecnológico gerado por atividades turísticas que movimentam trilhões de dólares anuais.

Palavras-chave: Globalização. Soberania. Supranacionalismo. Transnacionalismo. Turismo.

1 Introdução

O turismo,¹ há muito, vem-se firmando como um dos componentes culturais de maior significação para a humanidade, conquanto ainda não lhe seja dada devida importância, sendo raras as contribuições dos estudos das Ciências Sociais Aplicadas, em especial por parte das relações internacionais.

Por ser o turismo considerado atividade voltada ao lazer e à descontração, seus aspectos políticos, econômicos, financeiros, históricos, sociais e culturais ficam em segundo plano, o que lhe confere caráter marginal. Isso ocorre porque

[...] em turismo, tanto as empresas como os grandes consórcios e o setor público não trabalham com modelos turísticos, mas sim com modelos de desenvolvimento, de mercado ou de consumo em geral [...] (MOLINA, 2003, p. 9).

As relações turísticas também constituem formas de relações internacionais e, neste caso,

[...] seu objeto de estudo é nos termos mais simples, claro, suficiente e abrange três formas de interação: a relação entre os Estados, as relações não-estatais ou relações transnacionais (através das fronteiras) e as operações do sistema como um todo, dentro do qual os Estados e as sociedades são os principais componentes [...] (HALLIDAY, 1999, p. 15).

Far-se-á uma abordagem sobre as contribuições do turismo ao estudo das relações internacionais contemporâneas, mais especificamente para o entendimento dos conceitos de transnacionalismo e supranacionalismo e como tais relações se vão construindo nesse campo.

As relações internacionais, que são também relações políticas, podem estabelecer-se fundamentalmente de duas formas: pelo uso de armas, no caso das guerras, ou então por meio da diplomacia. Não há como desvincular estes aspectos quando lidamos com assuntos de geopolítica e estratégias econômicas globalizadas.

Neste artigo, pretende-se mostrar que, mais do que as guerras, colonialismos, atos terroristas, ocupações militares, fundamentalismos religiosos e ideológicos e planos de contingência, que tanto ilustram as relações entre os Estados nacionais, as relações internacionais alcançaram outras dimensões, principalmente após a queda do muro de Berlim, consolidando, por meio da cooperação internacional, uma sociedade “pós-industrial”, também denominada “sociedade do lazer”, na qual a ocupação do tempo livre se transformou em mercadoria e, como tal, assumiu um valor de troca, e não de uso, promovendo, assim, espaço para novos negócios em todo o mundo, bem como o aumento da produtividade em todos os setores associados à atividade laboral na pós-indústria.

Com base nesses aspectos, abordam-se aqui algumas inserções relativas à construção das noções de transnacionalismo e supranacionalismo e como aplicá-las às atividades econômicas no turismo. Os focos centrais da análise se fundamentarão nas normatizações mundiais utilizadas pelo turismo, otimizando as relações custo/benefício na oferta de produtos e serviços, movimentando, segundo dados da Organização Mundial do Turismo (OMT) (2005a, 2005b),² aproximadamente 520 bilhões de dólares, computadas somente as atividades turísticas internacionais.³ Esse volume financeiro faz com que alguns economistas ou pesquisadores do setor passem a chamar esta atividade de “indústria do turismo”,⁴ embora tal nomenclatura seja contestada por alguns turismólogos e sociólogos.

Com este artigo, pretende-se chamar a atenção dos cientistas sociais e profissionais da área para esse campo de pesquisas, fértil, porém carente de estudos mais aprofundados.

2 A construção internacional do turismo

À medida que a trajetória humana segue seu curso, cresce para os países a necessidade de redefinição do conceito de soberania nacional,⁵ transitando de posturas isoladas para uma abordagem conjunta com seus pares, na elaboração

de leis mais abrangentes, usualmente ditadas pela configuração de blocos econômicos.

Assim, com a união de mercados, observam-se processos associativos entre países e organismos internacionais, em que cada nação é obrigada a adaptar seus códigos legislativos em função de um direito de todos. Fazem parte desse tipo de acordo os inúmeros tratados e convenções internacionais que vão determinar circunstâncias, condições e procedimentos técnicos para nortear a ação dos parceiros.

Igualmente, observa-se que, em 1975, a União Internacional das Organizações Oficiais de Viagens (UIOOV) foi transformada em uma instituição intergovernamental, denominada OMT. Encontra-se aqui um exemplo categórico da transformação de elementos transnacionais em supranacionais, por ações entre governos, que vão adquirindo mais espaço. Desde a década de 70 do século XX, quando se iniciou o relacionamento entre a Organização das Nações Unidas (ONU) e a OMT, esta se tornou uma de suas agências executivas dentro do programa de desenvolvimento da ONU, ganhando mais espaço e reconhecimento internacionais, impulsionando desse modo muitos projetos de desenvolvimento do turismo em âmbito mundial. Tais condições fizeram também com que a OMT passasse a integrar o Conselho Econômico e Social da ONU (ECOSOC) que, por meio de suas comissões, trata de assuntos referentes ao desenvolvimento social, combate à discriminação e proteção das minorias, combate ao uso de entorpecentes, direitos humanos e assuntos correlatos.

Com isso, as atividades turísticas, que também são modelos de desenvolvimento econômico e social, vêm, aos poucos, mudando regras, possibilitando a criação de novas legislações e até mesmo interferindo na vida privada dos indivíduos dos diversos países, independentemente das condições econômicas, políticas, ideológicas, religiosas ou culturais reinantes. O turismo tem conseguido que limites e barreiras sejam paulatinamente derrubados, contribuindo para o estreitamento dos laços de fraternidade ou cooperação entre as nações, na medida em que a aproximação de povos e culturas traz como decorrência o conhecimento do outro e o respeito às diversidades.

Na avaliação da OMT, o turismo é encarado como atividade de futuro e de importância crucial para a conscientização ambiental e desenvolvimento cultural e social. Seu caráter diversificado faz com que abarque diversos mercados e contribua para a criação de pequenas e médias empresas, com a geração de novos postos de trabalho incidindo favoravelmente na diminuição do desemprego e, conseqüentemente, na diminuição da pobreza nos países que desenvolvem a atividade. Ainda que o foco central das atividades e projetos turísticos seja econômico, seu planejamento e execução, elaborados pela sociedade civil, podem influir positivamente na implementação de novas dinâmicas culturais, contribuindo para despertar interesse pelo conhecimento e entendimento dos povos e localidades visitadas e estimulando o respeito entre as populações.

As cifras movimentadas pelas atividades turísticas especificadas representam uma gigantesca parcela da economia mundial. No entanto, os negócios em turismo não se estabelecem somente por meio das viagens, mas também pelo envolvimento de outros setores da economia, que fornecem subsídios para a criação de infra-estrutura turística (operadoras, meios de hospedagem, transportadoras turísticas, centros de convenções e eventos etc.) e infra-estrutura básica (portos, aeroportos, rodovias, ferrovias, hidrovias, indústria naval, indústria aeronáutica, espaços públicos de lazer etc.). Ressaltem-se ainda nesse segmento a construção civil, o saneamento básico, as telecomunicações, serviços de formação e aprimoramento profissional, segurança, saúde, produção de alimentos e bebidas, bem como o comércio e a prestação de serviços locais, num conglomerado de atividades econômicas com centenas de milhões de pessoas envolvidas, direta ou indiretamente, com o turismo.

Nesse cenário, as atividades turísticas constituem hoje um dos mais importantes ramos da atividade econômica mundial, gerando emprego e renda a pessoas, direta ou indiretamente, envolvidas com a produção e comercialização de produtos, serviços e afins. Além disso, como sua estrutura está associada ao lazer, entretenimento e diversão, surgem também oportunidades de novos negócios, a que se agregam novos valores comerciais.

3 Movimentação turística na atualidade

Os dados estatísticos das atividades turísticas demonstram a importância deste segmento. Segundo levantamento da OMT, foi registrado, em 2004, o desembarque de 763 milhões de turistas estrangeiros. Ainda com base na referida fonte, a tendência de crescimento será mantida em 2005 (Gráfico 1).

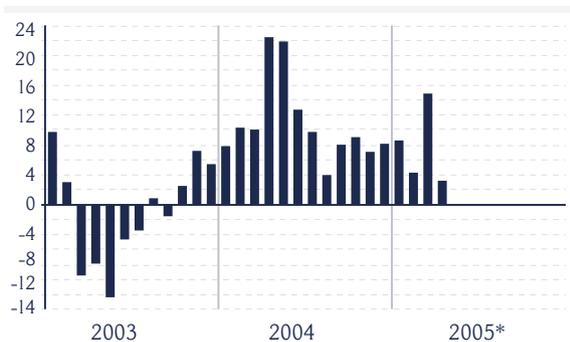


Gráfico 1: Porcentual mensal de desembarques internacionais (2003-2005)

Fonte: Organização Mundial do Turismo (2005b, p. 1).

No Brasil, o número de turistas estrangeiros ainda não reflete o potencial de exploração turística das riquezas naturais e culturais que o país possui. Fatores como violência urbana e falta de infra-estrutura básica e turística em diversas localidades contribuí para que esse crescimento fique aquém do esperado.

De acordo com o *Boletim de Desempenho Econômico do Turismo* emitido pela Empresa Brasileira de Turismo (EMBRATUR) em 2004, o Brasil recebeu 4,8 milhões de desembarques internacionais. Em 2005, espera-se no mínimo 5,6 milhões de turistas estrangeiros (Gráfico 2).

A comparação do desempenho brasileiro atual com o verificado em anos anteriores demonstra que o crescimento dos desembarques internacionais é progressivo, diferentemente de outras localidades do globo, nas quais as diversas crises econômicas e catástrofes mundiais – como a Guerra do Iraque, a gripe asiática, *tsunamis* e atentados terroristas – acabaram por influenciar negativamente o desempenho turístico receptivo de estrangeiros.

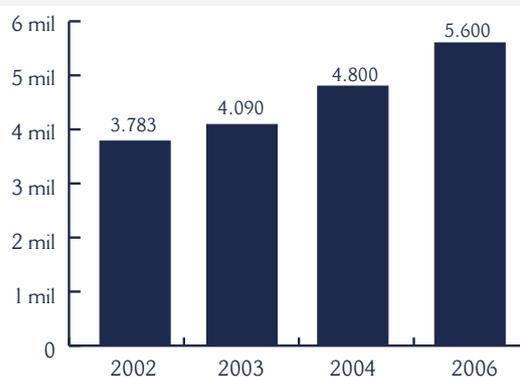


Gráfico 2: Número de turistas estrangeiros no Brasil (2002-2005)

Fonte: Empresa Brasileira de Turismo (2004, 2005a, 2005b).

Quanto aos desembarques domésticos no Brasil, o movimento foi de 36,5 milhões de turistas, movimentando nas empresas do setor turístico 2,3 bilhões de reais e gerando cerca de 32,5 mil postos de trabalho. Em 2005, o país pretende atingir a meta de 44 milhões de turistas nacionais.

O Brasil tem demonstrado iniciativas para o incremento do turismo por meio do Plano Nacional de Turismo e de programas como o Programa de Regionalização do Turismo que possibilitam o desenvolvimento das comunidades locais, contribuindo para a melhoria de sua qualidade de vida e saúde, além de gerar benefícios sociais e culturais.

A promoção das localidades brasileiras no exterior tem sido feita por meio de campanhas bem elaboradas, a cargo da EMBRATUR, que vêm interferindo positivamente no número de desembarques internacionais. No entanto, é importante viabilizar campanhas internas, com a participação não apenas dos órgãos públicos e empresariado, mas também das comunidades locais, para que efetivamente se exerça a cidadania, a responsabilidade social e a sustentabilidade por meio do turismo.

O alcance dessas metas implica elevado nível de padronização de procedimentos técnicos, culturais e educacionais no denominado Sistema de Turismo (SISTUR), que compreende a coordenação de organismos mundiais, estabelecendo

[...] um conjunto de partes que interagem de modo a atingir um determinado fim

de acordo com um plano ou princípio; ou conjunto de procedimentos, doutrinas, idéias ou princípios, logicamente ordenados ou coesos com a intenção de descrever, explicar ou dirigir o funcionamento de um todo [...] (BENI, 1998, p. 25).

Participam dessa sistematização países cujos organismos ou entidades estão rigorosamente integrados a esse padrão. Isso representa um esforço coletivo que envolve um trabalho transnacional que se refere

[...] à emergência de laços não-estatais, de economia, de política e de associação, de cultura e de ideologia, que transcendem as fronteiras dos estados e constituem, em maior ou menor medida, uma sociedade que vai além destas fronteiras [...] (HALLIDAY, 1999, p. 107),

mas também supranacional, na medida em que o Estado participa ativamente da administração desse sistema, submetendo-se aos ditames de convenções internacionais, tais como as que regulam transportes aéreos, marítimos, terrestres, relações de trabalho, cultura, meio ambiente, esportes etc.

Nesse sentido, a OMT caracteriza-se como uma legítima sociedade internacional, que utiliza “[...] um conjunto de normas compartilhadas por diferentes sociedades [...]” (HALLIDAY, 1999, p. 107). São membros dessa sociedade, não os Estados, mas seus cidadãos representados pela sociedade civil. Esta situação é denominada por Fukuyama (apud HALLIDAY, 1999, p. 244), ao nos afirmar que “[...] um período no qual a humanidade está em conflito em torno de valores fundamentais e orienta suas forças na arena internacional para tal competição [...]”

Essa atuação implica um relacionamento internacional estreitado por meio dos laços comuns na formação e aprimoramento de recursos técnicos, materiais e humanos, os quais também vão contribuir para a adoção de hábitos, costumes e interesses comuns. Para o estabelecimento desses aspectos será preciso carrear esforços e atuações conjuntas entre organizações governamentais e

não-governamentais, ambas visando ao alcance das metas internacionais pretendidas.

A redefinição de uma sociedade internacional, a partir de um número de indivíduos agregados num sistema de relações para certos propósitos comuns, pode resultar do aspecto não só transnacional ou supranacional, mas também “supra-ideológico”,⁶ ou “supra-econômico”,⁷ uma vez que tais questões, na pós-modernidade, estão acima das questões ideológicas ou econômicas de um Estado ou corporação. Também atinge a noção de soberania nacional, de tal forma que hoje um Estado é considerado soberano se participa ativamente das trocas comerciais com outras nações, e não aquele que se isola da comunidade mundial. Ou seja, tornaram-se delicados os usos dos conceitos de “soberania nacional”, “economia nacional”, “cultura nacional” e, conseqüentemente, de “estado nacional”.

Em razão dessa condição, entende-se ser lícito ampliar o conceito de Halliday ao afirmar que

[...] as relações interestatais podem, portanto, constituir uma sociedade, não tanto por causa da existência dos valores compartilhados, mas por que são um agrupamento estabelecido pela coerção de alguns Estados sobre os outros e mantido por meio de vários mecanismos ideológicos e militares utilizados pelos membros mais poderosos [...] (1999, p. 115).

Nesse caso específico, ousa-se fazer referência à amplitude dos conceitos, pois se entende que não é só pela ação de alguns Estados que se impõe tal valor, mas também por organizações não-governamentais que movimentam trilhões de dólares anualmente e, se existe coerção no processo, em nosso caso, esta ocorre apenas pela aceitação das regras turísticas ou afins, sem questionamentos ou sugestões, salvo por intermédio das legítimas representatividades jurisdicionais turísticas⁸ e em fóruns específicos para tal finalidade. Ainda no pensamento de Fukuyama (apud HALLIDAY, 1999, p. 243), tal situação nos conduz a “[...] uma nova era de democracia global [...]”.

Assim, as atividades turísticas se constituem, por meio de suas entidades internacionais

organizacionais, em fortes agentes de união entre as nações, pois estão em jogo grandes interesses econômicos, científicos, tecnológicos, educacionais e patrióticos. Dessa forma, o incentivo e atuação poderão representar a grande relevância de um Estado no cenário internacional, contribuindo para o estreitamento de laços e de acordos de cooperação internacional. Neste quadro é de suma importância ressaltar as novas linguagens e tecnologias como elementos agregadores de novos negócios em turismo, uma vez que

[...] O desenvolvimento das novas tecnologias de telecomunicações, expressando na internet uma de suas maiores possibilidades, tornou possível uma organização de negócios e de troca de informações em escala global que facilitou ainda mais os acessos para milhões de pessoas. Informações em maior escala, com maior rapidez e mais baratas – aí está o arcabouço da chamada sociedade da informação, uma das facetas das sociedades pós-industriais [...] (TRIGO; PANOSSO NETTO, 2003, p. 30).

Por outro lado, fica estabelecida também, a partir da OMT, uma aproximação dos governos desses países, na adoção de normas e legislações relativas ao bom desempenho das atividades turísticas e afins. Essas ações visam estabelecer uma estratégia política de atuação conjunta entre todos os países, levando-os a assumir publicamente o compromisso de adotar medidas mais intensas nas esferas governamental e não-governamental, criando, assim, políticas públicas, planos, programas e legislações específicas voltadas para o atendimento aos interesses da organização internacional, que envolvem atividades econômicas turísticas, e, sobretudo, às determinações da OMT bem como às de outros organismos internacionais afins, por meio de Projetos de Lei do Executivo encaminhados ao Congresso Nacional (ou similar) de cada país, que precisam ser obrigatoriamente aprovados, isto é, passam pelas instâncias legislativas apenas num rito legalista, sem que se proponham emendas ou alterações do texto.

Assim, se partirmos do entendimento de que se trata de uma deliberação da OMT ou de órgãos internacionais afins, interferindo na elaboração das legislações de cada país, por consequência, estaremos fazendo referência ao conceito de supranacionalismo aplicado às atividades turísticas.

O texto acima mostra claramente como tais organizações internacionais direcionadas ao turismo influenciam nas legislações e no Poder Executivo, a ponto de interferirem nos próprios recursos financeiros destinados ao atendimento das necessidades advindas do desenvolvimento turístico.

No que concerne ao governo brasileiro e ao Ministério do Turismo, há uma predisposição para que o país mantenha não só uma participação efetiva no turismo internacional, mas também uma liderança no ranking das destinações turísticas mundiais, o que implica adequações às novas exigências da comunidade global.

Desse modo, observa-se que, se os conceitos de soberania nacional são reconstruídos, busca-se, como no caso do Brasil, a melhor otimização dos resultados econômicos advindos das atividades turísticas, mesmo atendendo a um conjunto de exigências supranacionais.

4 Considerações finais

É lícito esperar do governo brasileiro, assim como de outros, o cumprimento das imposições supranacionais e transnacionais advindas da reconstrução do conceito de globalização⁹ e, conseqüentemente, a adaptação de nossas legislações a essas novas exigências, que, por sua vez, acabam sendo prenúncios do mito da extinção das fronteiras, mas que na realidade fazem com que os cidadãos do mundo globalizado continuem vivendo como cidadãos de seus próprios países, tendo de elaborar leis globalizadas e conviver com suas conseqüências em seus próprios territórios.

A partir desse pressuposto, considera-se pertinente concordar com Halliday, quando afirma que

As disputas levantadas pela teoria de Fukuyama são muitas e tocam em

questões distantes da análise da sociedade internacional. Três em particular merecem atenção crítica: a representação, a democracia e o desenvolvimento [...] (1999, p. 132).

Em decorrência desses fatores, devemos nos perguntar se o termo “globalização” seria realmente o mais adequado, uma vez que as fronteiras não são abertas. Na verdade, o que presenciamos é uma homogeneização cultural interdependente do ajuste das legislações de todos os Estados.

Com isso, concordamos mais uma vez com Halliday, ao afirmar que:

[...] Perceber a sociedade internacional como os processos representados pela idéia de “homogeneidade” podem ajudar-nos a olhar para áreas das relações internacionais que até agora tem sido sub-reconhecidas [como é o caso do turismo] ou que, por meio de recentes desenvolvimentos, sejam eles teóricos ou históricos, foram colocados em uma nova perspectiva [...] (1999, p. 132, grifo nosso).

Como vimos, amplos são os sentidos e as contribuições das atividades turísticas nas relações internacionais. No entanto, na ordem inversa, esse segmento é raríssimas vezes estudado pelas Ciências Sociais Aplicadas, merecendo atenção especial principalmente nesta época de novas incertezas, que Francis Fukuyama passou a chamar de “o fim da história”, conforme nos indica Anderson (apud HALLIDAY, 1999, p. 244), como sendo um período de “[...] disseminação das formas políticas liberais democráticas a vários países [...]”.

Assim, se realmente vivemos o fim da história, isso deve significar o início de um novo repensar no campo das relações internacionais, no qual os níveis de interação devem deixar de fundamentar-se na política de poder, que tanto vem caracterizando o entendimento de que o campo internacional é o espaço do “direito natural”,¹⁰ também entendido, a partir da perspectiva hobbesiana, como o “estado de natureza”.¹¹

Necessitamos caminhar para a construção de uma nova ordem internacional fundamentada nos princípios democráticos e no respeito às minorias e às diversidades étnicas, de gêneros, de credo, de nível econômico e de valores socioculturais, atributos há muito valorizados pelas relações turísticas internacionais e previstos no Código Mundial de Ética do Turismo.

Tourism, international relations and businesses: an approach to the transnational and supranational actions

The tourist activities, as an important economic segment of world, need more attention on the part of Applied Social Sciences, in special of the International Relations. This article aims to initiate a discussion on this subject, based on the conceptual constructions of transnationalism and supranationalism, as well as the reconstruction of the notion of national sovereignty. The nations, in order to establish the globalized tourist activities, adapt their legislation under the orders of the international conventions, aiming the growth of employment rates, the increase of income, and social cultural economical and technological development, generated from the tourist activities, which put into motion trillions of dollars yearly.

Key words: Globalization. Sovereignty. Supranationalism. Tourism. Transnationalism.

Notas

- 1 Por turismo entendemos uma atividade física ou de execução complexa, que tem regras universais e um organismo internacional de direção.
- 2 Do inglês World Tourism Organization (WTO). Estes dados são apresentados periodicamente no periódico eletrônico denominado *Barômetro do Turismo Mundial* (do inglês *WTO World Tourism Barometer*).
- 3 Nestes dados não se computam os comércios informais, tais como artesanatos e suvenires, nem as prestações de demais serviços, nem os

deslocamentos domésticos em cada país, o que, por conseguinte, multiplicaria enormemente esta cifra.

- 4 Tal nomenclatura é contestada por ser aplicável a bens tangíveis. Mesmo se considerada como indústria, o produto da atividade turística apresenta características intangíveis específicas, não podendo ser tocado ou experimentado antes do uso; também se extingue após o consumo, tendo como valor residual a experiência vivida (BACAL, 2003). Outro fator que merece destaque se dá em função da conceituação de turismo adotada pela OMT, que foi estabelecida no período da “sociedade industrial”, sendo hoje contestada, uma vez que, com os avanços econômicos da “sociedade pós-industrial” já nos é lícito abordarmos a nova realidade do setor a partir da noção de “pós-turismo”, posto que se instauram novas situações no tangente ao deslocamento, contato cultural, cenários readaptados, uso de novas tecnologias e qualificação de mão de obra.
- 5 O que se busca aqui é enfocar a mudança dos eixos temáticos do vocábulo soberania nacional, posto que, se em alguns momentos da história estes se atrelavam ao conceito dos desejos populares e às questões nacionalistas da defesa dos valores patrióticos, da cultura e dos símbolos nacionais, este conceito agora toma outras proporções, na medida em que somente a abertura garantirá tais condições, ou seja, a questão da soberania nacional reside em novos parâmetros de reflexões.
- 6 O turismo em si está acima das questões ideológicas, ainda que a história tenha dado notícias de seu uso para tais finalidades.
- 7 Queremos, com isso, enfatizar que a necessidade de trocas culturais entre povos e nações está acima dos próprios interesses econômicos, ou seja, o turismo transcende a economia e se perfaz também na consolidação da construção da essência humana.
- 8 Com isto se pretende enfocar que as decisões são tomadas pelos plenários das entidades de administração, com o voto de suas filiadas.
- 9 Referimo-nos aqui à expressão de “reconstrução do conceito”, posto que não inauguramos a globalização, sempre convivemos com ela, porém agora ela nos propõe, a todos, novas realidades e rotinas.
- 10 Alusão à obra *Do espírito das leis*, de Charles Louis de Secondat Montesquieu (2000).
- 11 Alusão à obra *Leviatã*, de Thomas Hobbes (2000).

Referências

- BACAL, S. S. *Lazer e o universo dos possíveis*. 1. ed. São Paulo: Aleph, 2003.
- BENI, M. C. *Análise estrutural do turismo*. 2. ed. São Paulo: SENAC-SP, 1998.
- EMPRESA BRASILEIRA DE TURISMO. *Anuário Estatístico 2004*, Brasília, DF, 2004. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/site/arquivos/dados_fatos/Anuario/AnuarioEstatistico%202004_ultima%20Versao%2031_12_2004.pdf>. Acesso em: 10 ago. 2005.
- _____. *Boletim de Desempenho Econômico do Turismo*, Brasília, DF, ano 2, n. 5, jan. 2005a.
- _____. *Boletim de Desempenho Econômico do Turismo*, Brasília, DF, ano 2, n. 6, abr. 2005b.
- HALLIDAY, F. *Repensando as relações internacionais*. 1. ed. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 1999.
- HOBBS, T. *Leviatã*. Matéria, forma e poder de um Estado eclesiástico e civil. 2. ed. São Paulo: Ícone, 2000.
- MOLINA, S. *O pós-turismo*. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2003.
- MONTESQUIEU, C. L. de S. *Do espírito das leis*. 7. ed. São Paulo: Saraiva, 2000.
- ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. *WTO World Tourism Barometer*, Madrid, v. 3, n. 1, jan. 2005a. Disponível em: <<http://www.world-tourism.org/facts/eng/pdf/barometer/january2005.pdf>>. Acesso em: 10 ago. 2005.
- _____. *World Tourism Barometer*, Madrid, v. 3, n. 2, jun. 2005b. Disponível em: <http://www.world-tourism.org/facts/eng/pdf/barometer/WTO_Barom05_2_excp_en.pdf>. Acesso em: 10 ago. 2005.
- TRIGO, L. G. G.; PANOSSO NETTO, A. *Reflexões sobre um novo turismo*. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2003.

Recebido em: 10 ago. 2005 / Aprovado em: 20 ago. 2005

Para referenciar este texto:

VIEIRA, S. L. de S.; WIDMER, G. M.; MELO, A. J. de S. Turismo, relações internacionais e negócios: uma abordagem às ações transnacionais e supranacionais. *Revista Gerenciais*, São Paulo, v. 4, p. 99-106, 2005.